

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWI PENGGUNA TOKOPEDIA

Oleh

Komang Putri Sidarsi, NIM 2017041016

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh konformitas teman sebaya dan *shopping lifestyle* terhadap pembelian impulsif secara simultan dan parsial. Subjek penelitian ini melibatkan mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha yang menggunakan Tokopedia dengan sampel sebanyak 100 orang. Sampel dipilih melalui teknik *purposive sampling*, dan alat ukurnya adalah skala *likert*. Desain pada penelitian menerapkan pendekatan kuantitatif melalui teknik analisis regresi linear berganda. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa: (1) konformitas teman sebaya dan *shopping lifestyle* secara signifikan dapat memengaruhi pembelian impulsif produk *skincare* pada mahasiswa pengguna Tokopedia; (2) konformitas teman sebaya secara positif dan signifikan dapat memengaruhi pembelian impulsif produk *skincare* pada mahasiswa pengguna Tokopedia; dan (3) *shopping lifestyle* secara positif dan signifikan dapat memengaruhi pembelian impulsif produk *skincare* pada mahasiswa pengguna Tokopedia.

Kata kunci : Konformitas Teman Sebaya, *Shopping Lifestyle*, Pembelian Impulsif.

***THE INFLUENCE OF PEER CONFORMITY AND SHOPPING LIFESTYLE
ON IMPULSE BUYING OF SKINCARE PRODUCTS IN STUDENTS USING
TOKOPEDIA***

By

Komang Putri Sidarsi, NIM 2017041016

Management major

Abstract

The objective of this research was to identify the influence of peer conformity and shopping lifestyle on simultaneous and partial impulse buying. This research involved student of enrolled at Ganesha University of Education who used Tokopedia with a samples of 100 participants. Purposive sampling is intended to be used to select samples with a measuring instrument on a Likert scale. This research design applies a quantitative approach through double linear regression analysis techniques. Research findings indicate that: (1) peer conformity and shopping lifestyle can significantly affect the impulse buying of skincare products in students of Tokopedia; (2) peer conformity can positively and significantly influence the impulse buying of skincare products in Tokopedia students; and (3) shopping lifestyle may positively and significantly influence impulse buying of skin care products in Tokopedia students.

Keywords : Peer Conformity, Shopping Lifestyle, Impulse Buying