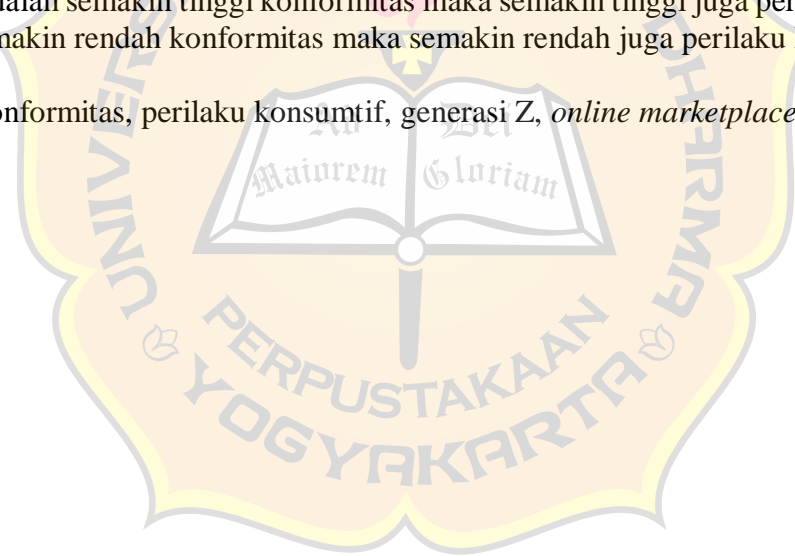


ABSTRAK

Arfini, Aurelia Vania Dea. 2024. Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z sebagai Pengguna *Online Marketplace*. *Skripsi*. Yogyakarta: Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada generasi Z sebagai pengguna *online marketplace*. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif dan signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada generasi Z sebagai pengguna *online marketplace*. Penelitian ini memperoleh 455 partisipan dengan 172 partisipan berjenis kelamin laki-laki dan 283 partisipan berjenis kelamin perempuan yang berusia 14-29 tahun dan pernah menggunakan *online marketplace*. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah skala perilaku konsumtif dan skala konformitas. Alat ukur perilaku konsumtif yang digunakan dalam penelitian ini memiliki 23 item dengan 0,218 hingga 0,664 koefisien korelasi item total dan reliabilitas sebesar 0,828. Alat ukur konformitas memiliki 28 item dengan 0,260 hingga 0,637 koefisien korelasi item total dan reliabilitas sebesar 0,855. Uji hipotesis menggunakan teknik *Spearman's rho* menghasilkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,789 yang menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan. Hasil dari penelitian ini adalah semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah konformitas maka semakin rendah juga perilaku konsumtif.

Kata kunci: konformitas, perilaku konsumtif, generasi Z, *online marketplace*



ABSTRACT

Arfini, Aurelia Vania Dea. 2024. The Relationship Between Conformity and Consumptive Behavior among Generation Z as Online Marketplace User. *Thesis*. Yogyakarta: Psychology, Psychology Faculty, Sanata Dharma University.

This research aimed to discover the relationship between conformity and consumptive behavior in Z's generation as online marketplace users. The hypothesis in this research was a positive and significant relationship between conformity and consumptive behavior found in Z's generation as online marketplace users. This research obtained 455 participants in total with 172 participants were males and the rest were females in the age range of 14-29 who used online marketplace. The instruments used for this research was the consumptive behavior and the conformity scales. The measurement tool of the consumptive behavior used for this research had 23 items with a total of 0,218 to 0,664 coefficient and correlation items and the reliability of 0,828. The measurement tool of conformity had 28 items with a total of 0,260 to 0,637 coefficient and correlation items and the reliability of 0,855. The hypothesis testing method applied Spearman's Rho technique, resulting in the coefficient and correlation values of 0,789 which indicated a positive and significant relationship between conformity and consumptive behavior in Z's generation as online marketplace users. The outcome of this research showed the higher the consumptive behavior, the higher the conformity, and was also applied otherwise.

Keywords: *conformity, consumptive behavior, generation Z, online marketplace*

