

## HUBUNGAN ANTARA KECENDERUNGAN BERBELANJA *ONLINE* SECARA IMPULSIF DENGAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN LITERASI FINANSIAL PADA GENERASI Z

*Theresita Amadea Syahrani Sutasurya*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecenderungan berbelanja *online* secara impulsif (*online impulsive buying*) dengan konformitas teman sebaya dan literasi finansial pada generasi Z. Subjek dari penelitian ini merupakan 437 partisipan generasi Z dengan rentang umur dari 18 hingga 27 tahun. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah Skala Konformitas Teman Sebaya oleh Lusiana Jessica (2017) yang terdiri dari 18 item dengan nilai reliabilitas 0.911, Skala Literasi Finansial yang terdiri dari 12 item dengan nilai reliabilitas 0.797, dan Skala *Online Impulsive Buying* oleh Zahrah Aprilia Pratiwi (2019) yang terdiri dari 18 item dengan nilai reliabilitas 0.931. Uji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda menggunakan perangkat lunak *IBM Statistic Product and Service Solution* (SPSS) versi 25. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *online impulsive buying* dengan konformitas. Hal ini mengartikan bahwa semakin tinggi tingkat konformitas teman sebaya individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu tersebut dalam melakukan *online impulsive buying*. Di sisi lain, ditemukan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *online impulsive buying* dengan literasi finansial. Artinya, kecenderungan *online impulsive buying* pada individu tidak dipengaruhi oleh tingkat literasi finansial individu.

Kata kunci: pembelian impulsif, belanja online, konformitas, literasi finansial, generasi Z

**THE RELATIONSHIP BETWEEN ONLINE IMPULSIVE BUYING  
TENDENCY WITH PEER CONFORMITY  
AND FINANCIAL LITERACY IN GENERATION Z**

*Theresita Amadea Syahrani Sutasurya*

**ABSTRACT**

This study aims to determine the relationship between online impulsive buying tendency with peer conformity and financial literacy level in Generation Z. The subject in this study are 437 generation Z participants which ranged in age from 18 to 27 years. In this research, there are three scales used as data collection instruments, which are Peer Conformity scale made by Lusiana Jessica (2017), Financial Literacy scale, and Online Impulsive Buying scale made by Zahrah Aprilia Pratiwi (2019). The Peer Conformity scale consists of 18 items with a reliability value of 0.911, The Financial Literacy scale consists of 12 items with a reliability value of 0.797, and The Online Impulsive Buying scale consists of 18 items with a reliability value of 0.931. Hypotheses are tested using multiple linear regression by calculating it on IBM Statistic Product and Service Solution (SPSS) version 25. The results showed that there was a positive and significant relationship between online impulsive buying behaviour and peer conformity in Generation Z. It means that the higher the peer conformity level experienced by the individual, the bigger their tendencies to do online impulsive buying. On the other side, the results also showed that there is no significant relationship between financial literacy level and online impulsive buying behaviour in Generation Z. It means that individuals' tendency to do online impulsive buying aren't affected by their financial literacy level.

Key words: impulsive buying, online purchase, conformity, financial literacy, generation Z