

## ABSTRAK

Judul : Perbedaan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang Ditinjau Dari Tipe-Tipe Konformitas  
Nama : Halda Isti Rahayu Nelmi  
Pembimbing : Drs. Taufik, M.Pd., Kons

*Impulsive buying* merupakan perilaku belanja secara spontan tanpa rencana, dengan niat baik untuk membeli produk dalam kategori tertentu. Selain itu, *impulsive buying* merupakan reaksi yang tak terkendali oleh keinginan untuk mendapatkan dan memiliki. Pembelian impulsif merupakan fenomena yang banyak menyerang masyarakat terutama di perkotaan. Faktor-faktor sosial dapat mempengaruhi perilaku belanja yaitu, kelompok, peran dan status. Individu memiliki berbagai alasan bagaimana terjadinya perilaku *impulsive buying*. *Impulsive buying* positif dipengaruhi oleh konformitas. Konformitas merupakan pengaruh sosial yang dapat mengubah perilaku individu maupun keyakinan untuk dapat sesuai dengan kelompok. Konformitas memiliki dua tipe, yaitu konformitas pemenuhan dan konformitas penerimaan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbedaan *impulsive buying* yang ditinjau dari tipe-tipe konformitas pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik Statistik Uji beda (*t-test*) yang dibantu dengan salah satu perangkat lunak *SPSS 16.0 for windows*. Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Universitas Negeri Padang dengan sampel sebanyak 80 subjek yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposivesampling*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai  $t_e (-1,573) < t_t (1\% = -1,580)$  signifikan pada taraf signifikansi 0,01 sehingga hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan *impulsive buying* ditinjau dari tipe-tipe konformitas pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

**Kata kunci:** *impulsive buying*, tipe-tipe konformitas