

PENGARUH KONFORMITAS TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA DEWASA AWAL YANG TERGABUNG KE DALAM FANDOM *NCTZEN*

ABSTRAK

NCTzen merupakan fandom yang di dalamnya terdapat orang yang memasuki fase usia dewasa awal. Bagi para *NCTzen* dewasa awal, masuk fandom merupakan pemenuhan tugas perkembangan. Dalam hal ini, *fandom* menjadi kelompok sosial yang di dalamnya terdapat anggota penggemar dengan usia dewasa awal. Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku individu dalam suatu kelompok seperti kohesivitas, ukuran kelompok dan norma yang berlaku dapat mempengaruhi perilaku individu. Semakin kompak dan besarnya suatu *fandom* tidak terlepas dari norma yang bersifat himbauan maupun perintah, yang jika dipatuhi dapat menimbulkan adanya beberapa perilaku untuk mendukung idolanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas terhadap *impulsive buying* pada dewasa awal yang tergabung ke dalam *fandom NCTzen*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan regresi dan melibatkan 250 responden. Teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability* sampling dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form* yang berisi dua alat ukur yaitu skala konformitas dan skala *impulsive buying*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan signifikansi yaitu 0,000 dan β 0,932 dengan R^2 0,648. Hal ini menunjukkan konformitas memiliki pengaruh positif terhadap *impulsive buying* pada dewasa awal yang tergabung ke dalam *fandom NCTzen*, sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi *impulsive buying*.

Kata Kunci: Konformitas, *Impulsive buying*, Dewasa Awal, Penggemar NCT

THE EFFECT OF CONFORMITY ON IMPULSE BUYING IN EARLY ADULthood JOINING IN THE NCTZEN FANDOM

ABSTRACT

NCTzen is a fandom where there are people going into the early stages of adulthood. One of the tasks of early adulthood development is the task of joining a social group. In this case, fandom becomes a social group in which there are early adulthood fan members. The existence of factors which influence individual behavior in a group; such as, cohesiveness, group size and applicable rules can influence individual behavior. The more cohesive and large a fandom, it cannot be separated from the rules in the form of appeals and orders, which if it is obeyed can lead to several behaviors to support their idol. It is also experienced by NCT's fan that is *NCTzen*. The aim of this study is that to determine the effect of conformity on *Impulsive buying* in early adulthood who are members of the *NCTzen* fandom which involves 250 respondents. The research method used was a quantitative research method with a regression approach. Furthermore, the sampling technique used was non-probability sampling with data collection methods by using a questionnaire in the form of a Google form which contained two measuring instruments that were conformity and *Impulsive buying*. Meanwhile, the data analysis technique in this study used simple linear regression analysis. Based on the results of data analysis, it shows that significance level is 0,000 and () 0,932 with an R square of 0,648. It Means conformity has a positive influence on *Impulsive buying* in early adulthoods who are members of the *NCTzen* fandom. Thus, it may be inferred that higher conformity levels will increase *Impulsive buying*.

Keywords: Conformity, *Impulsive buying*, Early adulthood, NCT fans