

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan konformitas dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada generasi z di SMA Negeri 5 karawang. Jika pada tahun 2000 berbelanja dilakukan secara *offline*, kini tahun 2019 kegiatan tersebut cenderung berubah menjadi belanja *online* dengan menggunakan *smartphone*. Karawang khususnya Generasi Z menjadi salah satu pengguna situs belanja *online* terbanyak kedua seJawa Barat. Siswa-siswi SMA Negeri 5 Karawang merupakan Generasi Z yang *up to date*. Keputusan pembelian yang tidak rasional untuk terus tampil *up to date* tersebut dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Pada Generasi Z perilaku konsumtif dipengaruhi oleh teman sebaya atau kelompok yang biasa disebut dengan konformitas dan keputusan pembelian hanya untuk memenuhi kesenangan atau disebut gaya hidup hedonis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan bentuk penelitian asosiatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 238 orang dengan metode pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling* kuota dan pengumpulan data menggunakan skala *likert*. Dari analisis data menunjukkan hasil ada peranan yang signifikan antara konformitas dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Generasi Z di SMA Negeri 5 Karawang, hal ini dibuktikan dari hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai F_{hit} sebesar $114,460 > F_{tab} 3,01$. Konformitas dan gaya hidup hedonis memberikan peranan 49,3% pada perilaku konsumtif. Dari penelitian ini disarankan bagi orang tua dan guru untuk memberikan pengertian bahwa segala hal tidak harus sama dengan orang lain dan diharapkan orang tua dan guru dapat lebih mengarahkan kegiatan, tindakan dan pola berfikir rasional untuk menghindari perilaku konsumtif.

Kata Kunci: Konformitas, Gaya Hidup Hedonis, Generasi Z, Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

This research aims to know the role of conformity and the hedonic lifestyle toward the consumptive behavior of online shopping by generation Z at 5 Karawang senior high school. If the shopping habits that the people did in 2000 was offline, then in 2019 these shopping activities tend to turn into online using a smartphone. The generation in West Java, especially the generation Z in Karawang, is one of the second largest of online shopping users in West Java. The female students of 5 Karawang senior high school are the generation Z that up-to-date. An irrational shopping decision that always appears up to date can be the habits of consumptive behavior. In Generation Z, the consumptive behavior was influenced by a peer or a group that we called conformity. Furthermore, the shopping decision only to fulfill the pleasure that we called hedonic lifestyle. This research used a quantitative research method that was causal associative research. The research sample was 238 people, and the sampling method of this research used non-probability sampling quota also the data collection had taken using a Likert scale. The data analysis showed us the result of a significant role between the conformity and the hedonic lifestyle toward the consumptive behavior of online shopping by generation Z at 5 Karawang senior high school. It had proven from the result of multiple regression analysis that the F_{hit} value was $114,460 > F_{tab} 3.01$. The conformity and the hedonic lifestyle provided 49.3% of the role in consumptive behavior. Based on this research, the researcher suggests the parents and the teachers provide the understanding that everything does not have to be the same with the people also the researcher expects the parents and the teachers to direct their activities, their actions and their rational thinking patterns to avoid the consumptive behavior.

Keywords: *Conformity, Hedonic Lifestyle, Generation Z, Consumptive Behavior.*