

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN INTENSI MEMBELI
TABLET PC PADA MAHASISWA ANGKATAN 2012 PROGRAM STUDI
PETERNAKAN FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

Phricillia Devi Adi Putri, Endang Sri Indrawati*

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro

phricilliadeviadiputri@gmail.com

esi_iin@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan intensi membeli tablet PC pada mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Karakteristik subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang memiliki pengetahuan tentang tablet PC tapi tidak memiliki pengalaman kepemilikan tablet PC. Subjek penelitian berjumlah 101 orang, yang diperoleh melalui teknik sampling simpel random sampling. Alat pengumpul data dalam penelitian ini adalah skala intensi membeli (33 aitem valid $\alpha=0,916$) dan skala konformitas (20 aitem valid $\alpha=0,866$).

Hasil analisis data dengan metode analisis regresi sederhana dengan bantuan program SPSS 16.00 diperoleh hasil $r_{xy}=0,249$ dan $p=0,012$ ($p<0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan intensi membeli tablet PC. Semakin positif konformitas maka semakin tinggi pula intensi membeli tablet PC. Sebaliknya, semakin negatif konformitas maka semakin rendah pula intensi membeli tablet PC. Hipotesis dalam penelitian dapat diterima. Efektifitas regresi konformitas ditunjukkan oleh angka 0,062. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini konformitas mempengaruhi intensi membeli sebesar 6,2%, kemudian 93,8% tersebut adalah faktor lain di luar penelitian yang berpengaruh terhadap intensi membeli tablet PC pada mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian.

Kata kunci : remaja, konformitas, intensi membeli tablet PC

*) penulis penanggungjawab

THE CORRELATION BETWEEN CONFORMITY AND PURCHASING INTENTION OF TABLET PC IN COLLEGE STUDENT YEAR 2012 OF PROGRAM STUDI PETERNAKAN FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN UNIVERSITAS DIPONEGORO

Phricillia Devi Adi Putri, Endang Sri Indrawati*

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro

phricilliadeviadiputri@gmail.com

esi_iin@yahoo.com

ABSTRACT

The rapid development in technology for the recent years result in enormous number of creators to make technology inventions, one of them is tablet PC which is mainly targeting in adolescent. The attachment between adolescent and their peers is one of the factors to influent purchasing process. In adolescent, conformity is the change in attitude through adaptation process so that an individual can be accepted in group. Purchasing intention is individual's intention to purchase for fulfilling his needs, and in this case it is tablet PC.

This research aims to examine the relationship between conformity and purchasing intention of tablet PC in college student year 2012 of Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro. 101 participants completed the Purchasing Intention scale (33 items $\alpha=0,916$) and Conformity Scale (20 items $\alpha=0,866$) with the use of random sampling.

The researcher used data analysis for regression analysis method by SPSS 16.00 with outcome $\alpha=0,866$. Correlation result indicated that there is positive and significant correlation between conformity and purchasing intention of tablet PC. The higher conformity level, the higher chance of someone purchasing tablet PC. In the contrary, the lower conformity level, the less likely someone to buy tablet PC. Conformity scored 0,062 in effectiveness regression. The score means conformity plays a role in purchasing intention to the number of 6,2% and the other 93,8% is referred to other factors outside the research.

Keywords :adolescent, conformity, purchasing intention

**) responsible author*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak mungkin terlepas dari aktivitas pembelian, termasuk dalam pembelian perangkat teknologi yang sedang *up to date*. Salah satunya adalah tablet PC. Tablet PC adalah komputer yang mudah untuk dibawa lengkap yang seluruhnya berupa layar sentuh datar. Ciri pembeda utamanya adalah penggunaan layar sebagai peranti masukan dengan menggunakan stilus, pena digital, atau ujung jari (Intel, 2012).

Demam penggunaan komputer tablet di Tanah Air kian melambungkan penjualan produk ini. Berdasarkan data lembaga riset *Growth for Knowledge (GfK)* mengungkap, penjualan tablet selama kuartal III 2012 mencapai 450.000 unit dengan nilai transaksi Rp 1,6 triliun. Jika dilihat dari jumlah volume penjualan, angka itu melonjak 248%, sedang nilai transaksi tumbuh 142% dibanding periode yang sama 2011 (Anonim, 2012).

Niat konsumen untuk mencari informasi mengenai suatu produk disebut intensi. Intensi membeli merupakan salah satu intensi berperilaku. Mowen & Minor mengatakan bahwa intensi perilaku berkaitan dengan keinginan konsumen untuk berperilaku (2002, h.322). Pembelian dilakukan sebagai salah satu usaha pemenuhan kepuasan dan *prestige* di lingkungan sosial konsumen (Schiffman & Kanuk, 2000, h.318).

Industri elektronik khususnya tablet PC menjadikan remaja sebagai target pemasaran. Masa remaja merupakan masa pencarian identitas yang masih labil sehingga mudah dipengaruhi. Remaja mengalami otonomi terhadap orangtua dan membangun kedekatan dengan teman sebaya (Santrock, 2002, h.44-46).

Remaja membangun kedekatan dengan teman sebaya yang akhirnya berdampak pada meningkatnya pengaruh kelompok teman sebaya (*peer group*). Begitu pula yang terjadi pada mahasiswa, kelompok teman sebaya memiliki aturan tertentu yang harus dipatuhi oleh remaja sebagai anggota kelompoknya. Penyesuaian individu terhadap norma dengan berperilaku sama dengan kelompok teman sebaya disebut konformitas (Monks, 2006, hal.282).

Sasaran penjualan tablet PC adalah mahasiswa, mahasiswa merupakan individu yang lekat dengan internet dan bentuk kemajuan teknologi saat ini. Berdasarkan data APJII, pada 2013 pengguna internet di Indonesia akan mencapai 82 juta atau 30 persen dari jumlah pengguna pada 2012. Penduduk berusia 12 - 34 tahun mendominasi dengan porsi 64,2 persen. Sedangkan kelompok pengguna berusia 20-24 tahun mencapai 15,1 persen dari total pengguna, ini berarti banyak remaja ataupun mahasiswa yang mengakses internet (Santoso, 2012). Mahasiswa melalui *peer group*nya mampu memberikan pengaruh terhadap intensi membeli Tablet PC. Menurut Schiffman & Kanuk (2000, h.267) konformitas yang ada di lingkungan dijadikan faktor yang mampu mendukung penjualan, karena konformitas mampu merubah sikap dan perilaku kelompok berdasarkan pengaruh informasi dan kekuatan persuasif individu satu sama lain yang pada akhirnya mampu memunculkan intensi membeli.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian McKenna (2005, h.235) bahwa interaksi sosial yang terjadi ketika mahasiswa menggunakan internet melalui perangkatnya antara lain *netbook*, tablet PC, *smartphone* akan mampu memunculkan kohesi atau ketertarikan dan bisa mempengaruhi beberapa hal. Salah satunya adalah perilaku normatif yang terjadi pada kelompok yang berdampak pada tingkat konformitas kelompok itu sendiri.

Pemaparan diatas dapat memberikan kesimpulan bahwa konformitas mampu mempengaruhi intensi membeli tablet PC pada mahasiswa. Keinginan untuk bisa diterima dalam lingkungan sosial pergaulan, mahasiswa berusaha untuk menjadi sama dengan lingkungan pergaulan dan pada akhirnya mampu mendorong munculnya intensi membeli produk, yaitu tablet PC.

Rumusan Masalah Penelitian

Permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah : Apakah ada hubungan antara konformitas dengan intensi membeli Tablet PC pada mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk menguji secara empirik dan memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara konformitas dengan intensi membeli Tablet PC pada mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu psikologi, khususnya psikologi sosial dan psikologi industri dan organisasi tentang konsumen dan pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam usaha peningkatan kualitas ataupun cara pemasaran yang bisa membuat konsumen khususnya mahasiswa lebih tertarik membeli tablet PC.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi masyarakat agar lebih meningkatkan kesadaran mereka untuk membeli produk sesuai dengan kebutuhan

TINJAUAN PUSTAKA

Intensi Membeli Tablet PC

Intensi secara sederhana adalah niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 2005, h.100-101). Intensi memiliki korelasi yang tinggi dengan perilaku, oleh karena itu dapat digunakan untuk meramalkan perilaku.

Pembelian menurut Swastha & Handoko (2000, h. 11) adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlihat dalam pertukaran uang (atau kekayaan lain) dengan barang-barang dan jasa-jasa serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan kegiatan pertukaran itu.

Berdasarkan uraian di atas, maka intensi membeli tablet PC adalah niat atau keinginan seseorang untuk melakukan pembelian dengan cara menukar sejumlah uang demi memenuhi kebutuhannya untuk membeli tablet PC.

Konformitas

Konformitas adalah suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku tertentu pada remaja anggota kelompok tersebut (Zebua dan Nurdjayadi, 2001, h.72).

Hipotesis

Adanya hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan intensi membeli Tablet PC pada mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel prediktor (x) : Konformitas

Variabel kriterium (y) : Intensi membeli produk (Tablet PC)

Definisi Operasional

Intensi Membeli Tablet PC

Intensi membeli tablet PC adalah niat atau keinginan seseorang untuk membeli produk tertentu dengan jalan menukar sejumlah uang tertentu yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya untuk menggunakan teknologi tablet PC.

Konformitas

Konformitas adalah penyesuaian sikap atau keyakinan yang dilakukan individu untuk menjadi sama dengan anggota kelompok dengan mengadaptasi sikap atau keyakinan agar bisa diterima oleh anggota kelompok.

Populasi penelitian adalah mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Undip. Sampel penelitian adalah anggota 30% dari anggota populasi yang sesuai dengan karakteristik yang sudah ditentukan sebelumnya oleh peneliti, yaitu 30% dari 336 orang sebanyak 101

orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Pengambilan data menggunakan 2 skala penelitian, yaitu skala intensi membeli tablet PC (33 aitem $\alpha=0,916$) dan skala konformitas (20 aitem $\alpha=0,866$). Skala intensi membeli tablet PC disusun berdasarkan penggabungan aspek intensi (Ajzen, 2005, h.85) dan aspek pembelian (Kotler, 2002, h.11-12), sedangkan skala konformitas disusun berdasarkan aspek konformitas (Sears, 1994, h.81-92)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik perhitungan analisis regresi sederhana (Winarsunu 2009, h. 177) dengan program analisis statistik komputer *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 16.0.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Kedua variabel lolos uji normalitas, nilai signifikansi intensi membeli tablet PC $p=0,149$ ($p>0,05$), Konformitas $p=0,948$ ($p>0,05$), normal.

Uji Linearitas

Hubungan kedua variabel linear. Nilai koefisien F = 6,554 dengan $p=0,012$ ($p<0,05$).

Uji Hipotesis

Koefisien korelasi $r_{xy}=0,249$ dengan $p=0,012$ ($p<0,05$) sehingga hipotesis **diterima**. Sumbangan efektif konformitas terhadap intensi membeli sebesar 6,2%.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara konformitas dengan intensi membeli tablet PC pada mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro. Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan intensi membeli tablet PC pada mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang ditunjukkan dengan angka korelasi (r_{xy}) sebesar 0,249 dengan $p=0,012$ ($p<0,05$). Hal tersebut mengindikasikan adanya hubungan antara konformitas dengan intensi

membeli tablet PC pada mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro. Semakin positif tingkat konformitas maka semakin tinggi pula intensi membeli tablet PC pada mahasiswa, sebaliknya apabila semakin negatif tingkat konformitas maka semakin rendah pula intensi membeli tablet PC pada mahasiswa. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, dan hipotesis tersebut **diterima**.

Konformitas pada teman sebaya mampu memberikan pengaruh pada intensi membeli tablet PC karena pengaruh teman sebaya cukup kuat. Kepercayaan terhadap lingkungan teman sebaya merupakan aspek yang mempengaruhi intensi, individu yang percaya pada kelompok cenderung memiliki keyakinan individu yang lemah. Sehingga ini mampu mempengaruhi individu lainnya melalui upaya persuasif.

Kepercayaan terhadap kelompok dengan adanya upaya persuasif membentuk kesepakatan dan kekompakan dalam lingkungan sosial kelompok, dan berdasarkan Schiffman&Kanuk (2000, h.267) konformitas mampu merubah sikap karena proses saling mempengaruhi dalam kelompok; aturan hasil kesepakatan yang ada dalam kelompok; perkembangan tekanan konformitas; proses perbandingan sosial; dan perkembangan polarisasi kelompok.

Sehingga berdasarkan uraian di atas, menunjukkan bahwa ada hubungan antara konformitas dengan intensi membeli tablet PC pada mahasiswa angkatan 2012 Prodi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Undip.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Ada hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan intensi membeli tablet PC pada mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro. Semakin positif tingkat konformitas yang dimiliki oleh mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian, maka semakin tinggi pula intensi membeli tablet PC. Sebaliknya, semakin negatif tingkat konformitas yang dimiliki oleh mahasiswa angkatan 2012 Program Studi Peternakan Fakultas Peternakan dan Pertanian, maka semakin rendah pula intensi membeli tablet PC.

Sumbangan efektif konformitas sebesar 6,2% terhadap intensi membeli tablet PC, terdapat 93,8% faktor lain yang mempengaruhi intensi membeli tablet PC yang tidak diungkap secara empirik dalam penelitian ini.

Saran

a. Bagi Produsen

Produsen juga hendaknya membuat inovasi terbaru pada tablet PC baik dari segi *software* yang digunakan dan aplikasi yang mendukungnya, atau dari segi penampilan fisik tablet PC agar menarik pasar, yaitu mahasiswa.

b. Bagi Orangtua

Orangtua hendaknya memberikan kebebasan pada anaknya untuk bergaul dengan teman sebayanya, namun dengan tetap memberikan pengawasan pada putra putrinya yang sedang dalam masa perkembangan sosio-emosional agar bisa terhindar dari efek-efek negatif dari konformitas yang terjadi dalam pergaulan dengan lingkungan teman sebayanya.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti yang selanjutnya tertarik untuk meneliti tentang intensi membeli disarankan untuk meneliti variabel lain yang diduga mampu memberikan pengaruh terhadap intensi membeli, seperti persepsi terhadap kualitas, persepsi terhadap kemudahan pengoperasian, harga, kualitas pelayanan, ataupun faktor demografi konsumen.

Bagi peneliti yang tertarik untuk melanjutkan penelitian ini, dapat memperluas sampel penelitian sehingga hasil yang diperoleh lebih representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 2005. *Attitude, Personality, and Behavior* 2nd Edition. New York : The Mc. Graw Hill Inc.
- Anonim. 2012. Wow, penjualan Tablet di RI melonjak 248 %. *Kabarbisnis*. [Online]. Tersedia : <http://www.kabarbisnis.com/read/2834712> [20 Februari 2013]

- Dharmmesta, S. B., Handoko, H. 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisa perilaku Konsumen* edisi pertama. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.
- Intel. 2012. Apakah Tablet PC ? [Online]. Tersedia : <http://beforeyoubuypc.intel.co.id/articles/a-guide-to-tablets> [18 Mei 2013]
- Kotler, P. 2002. *Marketing Manajemen* 10th Edition. Alih Bahasa : Teguh, H., Rusli, R. A., Molan, B. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- McKenna, K.Y.A. 2005. Influence on Nature and Functioning of Online Group. *Journal of Psychological Aspects of Cyberspace*, 235-239.
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P., & Haditono, S.R. 2006. *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mowen, J.C., Minor, M. 2002. *Consumer Behavior* 5th Edition. New Jersey : Prentice-Hall International Inc.
- O' Sears, D & Peplau, L.A. 1994. Psikologi Sosial. Alih Bahasa: Michael, A. Jilid kedua. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, Imam. (2012, 12 Desember). Pengguna Internet Indonesia 2012 Capai 63 Juta Orang. *Antaraneews*. [Online]. Tersedia : <http://www.antaraneews.com/berita/348186/pengguna-internet-indonesia-2012-capai-63-juta-orang>
- Santrock, J.W. 2003. *Adolenscence, Perkembangan Remaja*. Alih bahasa : Adelar S.B., Saragih, S. Jakarta : Erlangga.
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L. 2000. *Consumer Behavior*. New Jersey : Pearson Education-Prentice Hall Inc.
- Winarsunu, T. 2009. *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang : UMM Press.
- Zebua, Albertina Sady, dan Rostiana D Nurdjayadi. 2001. *Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*. Jurnal Phroneses. Vol 3, No 6.