

**Fina Agustin (5040091). Hubungan antara Konformitas dengan Minat Beli terhadap Ponsel merk Nokia pada mahasiswa Universitas Surabaya. Skripsi. Sarjana. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Laboratorium Psikologi Sosial (2009).**

### **ABSTRAK**

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat mengingat perkembangan lingkungan di sekitar kita juga sangat cepat. Salah satunya adalah sektor komunikasi. Nokia merupakan salah satu raja terbesar di pasar *headset* telepon genggam di Indonesia. Gaya hidup sebagian remaja dewasa ini terlihat sedikit “*glamour*”, Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Karena gaya hidup itulah akhirnya konformitas dapat dikatakan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli.

Subjek penelitian (N=120) adalah para mahasiswa Universitas Surabaya yang berusia 18 hingga 22 tahun dan yang menggunakan ponsel merk Nokia. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *random sampling*. Adapun metode pengumpulan data menggunakan metode angket pada kedua variabel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Selain itu analisis regresi berganda digunakan sebagai analisis tambahan untuk mengetahui aspek konformitas yang paling dominan mempengaruhi minat beli terhadap ponsel Nokia.

Berdasarkan analisa data didapatkan hasil yang menunjukkan adanya hubungan positif antara konformitas dengan minat beli terhadap ponsel merk Nokia (  $r = 0,370$  dengan  $p = 0,001$  ( $p < 0,05$ ) ). Aspek konformitas pada tekanan sosial normatif memberi sumbangan efektif yang lebih besar daripada tekanan sosial informatif pada minat beli. Disarankan bagi remaja untuk tidak konform jika hanya ingin diterima oleh lingkungan, karena untuk bisa diterima oleh lingkungan masih bisa dengan cara lain yang lebih positif. Selain itu, saran untuk penelitian selanjutnya adalah meneliti faktor eksternal lain selain konformitas yaitu dari faktor gaya hidup, selain itu disarankan juga untuk meneliti faktor internal seperti rasa percaya diri *gengsi*

Kata kunci : minat beli, remaja, konformitas.