PERILAKU MEMBELI IMPULSIF PRODUK FASHION PADA REMAJA PUTRI DITINJAU DARI HARGA DIRI DAN KONFORMITAS
WULAN MAYASTIKA, Sutarimah Ampuni S.Psi., M.Si., Psikolog
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PERILAKU MEMBELI IMPULSIF PRODUK *FASHION* PADA REMAJA PUTRI DITINJAU DARI HARGA DIRI DAN KONFORMITAS

Wulan Mayastika & Sutarimah Ampuni
Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

INTISARI

Perilaku membeli impulsif merupakan perilaku berbelanja yang merugikan terutama bagi remaja yang belum memiliki penghasilan sendiri dan masih bergantung pada orangtua. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara perilaku membeli impulsif produk *fashion* dengan harga diri dan konformitas pada remaja putri. Hipotesis yang diajukan adalah perilaku membeli impulsif produk fashion dipengaruhi secara negatif oleh harga diri dan secara positif oleh konformitas. Subjek penelitian ini (N = 101) adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Analisis data menggunakan model regresi linear berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa perilaku membeli impulsif produk *fashion* dipengaruhi secara bersama-sama oleh harga diri dan konformitas dengan $F(2, 98) = 13{,}34$; $p < 0{,}01$ yang berarti bahwa hipotesis penelitian diterima. Koefisien determinasi menunjukkan angka 0,21 yang berarti kontribusi harga diri dan koformitas terhadap perilaku membeli impulsif produk *fashion* secara bersama-sama adalah sebesar 21%. Berdasarkan nilai *unstandardized beta* untuk setiap variabel, diketahui bahwa konformitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku membeli impulsif produk *fashion* ($\beta = 1{,}26$; $t = 4{,}99$; dan $p < 0{,}01$). Di sisi lain, harga diri tidak terbukti secara signifikan mempengaruhi perilaku membeli impulsif produk *fashion* ($\beta = -0{,}11$; $t = -1{,}38$; dan $p = 0{,}17$).

Kata kunci: *perilaku membeli impulsif, harga diri, dan konformitas*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
PERILAKU MEMBELI IMPULSIF PRODUK FASHION PADA REMAJA PUTRI DITINJAU DARI HARGA DIRI DAN KONFORMITAS
WULAN MAYASTIKA, Sutarimah Ampuni S.Psi., M.Si., Psikolog
Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

IMPULSIVE BUYING ON FASHION PRODUCTS OF FEMALE ADOLESCENTS AS PREDICTED BY SELF-ESTEEM AND CONFORMITY

Wulan Mayastika & Sutarimah Ampuni
Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

ABSTRACT

Impulsive buying is considered as a detrimental shopping behavior, especially for adolescents who are financially still dependent on their parents. The aim of this research was to investigate the relationship between impulsive buying of fashion products towards conformity and self-esteem in female adolescents. It was hypothesized that impulsive buying on fashion products is negatively influenced by self-esteem and positively influenced by conformity. Participants (N = 101) were students of Faculty of Psychology, Universitas Gadjah Mada. Data analysis using multiple linear regression indicated that impulsive buying on fashion products is jointly influenced by self-esteem with and conformity (F (2, 98) = 13,34; p < 0,01) which means that the research hypothesis was accepted. Self-esteem and conformity contributed 21% towards impulsive buying on fashion products. Unstandardized beta for each variable indicated that conformity significantly contributed to impulsive buying on fashion products (β = 1,26; *t* = 4,99; and *p* < 0,01). *Meanwhile, self-esteem did not prove to have a significant effect on impulsive buying of fashion products in this research (β* = -0,11; *t* = -1, 38; and *p* = 0,17).

***Keywords**: impulsive buying, self-esteem, and conformity*