

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN PRODUK *HANDPHONE*
*IPHONE***

SKRIPSI

Oleh:
STELLA CALLISTA PRIBADI
15.E1.0095



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2022

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN PRODUK *HANDPHONE*
*IPHONE***

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna
Memeroleh Gelar Sarjana Psikologi

Oleh:

STELLA CALLISTA PRIBADI

15.E1.0095



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Sarjana Psikologi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan
Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat – syarat Guna Memeroleh
Derajat Sarjana Psikologi

Pada Tanggal

21 Desember 2022

Mengesahkan
Ketua Program Studi Sarjana Psikologi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

(Dra. Sri Sumijati, M.Si)
NPP : 5811989054

Pembimbing Skripsi

(Dr. Kristiana Haryanti, M.Si)
NPP : 5811993137

Dosen Penguji

(Dra. Sri Sumijati, M.Si)
NPP : 5811989054

(Widawati Hapsari, S.Psi, M.Si)
NPP : 5812018320

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya dengan ini menyatakan bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah digunakan untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang sengaja diacu dalam naskah skripsi ini dan disebutkan dalam kepustakaan.



Semarang, 3 Januari 2023

Yang menyatakan



Stella Callista Pribadi

15.E1.0095

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

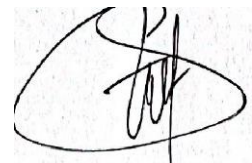
Nama : Stella Callista Pribadi
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul "Hubungan Antara Harga Diri dengan Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk Iphone" beserta perangkat yang ada Oika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegljapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 21 Desember 2022

Yang menyatakan



Stella Callista Pribadi

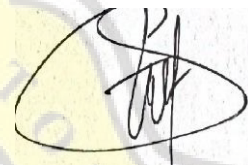
UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari nasihat, bimbingan, bantuan, serta doa dari orang-orang yang selalu ada selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

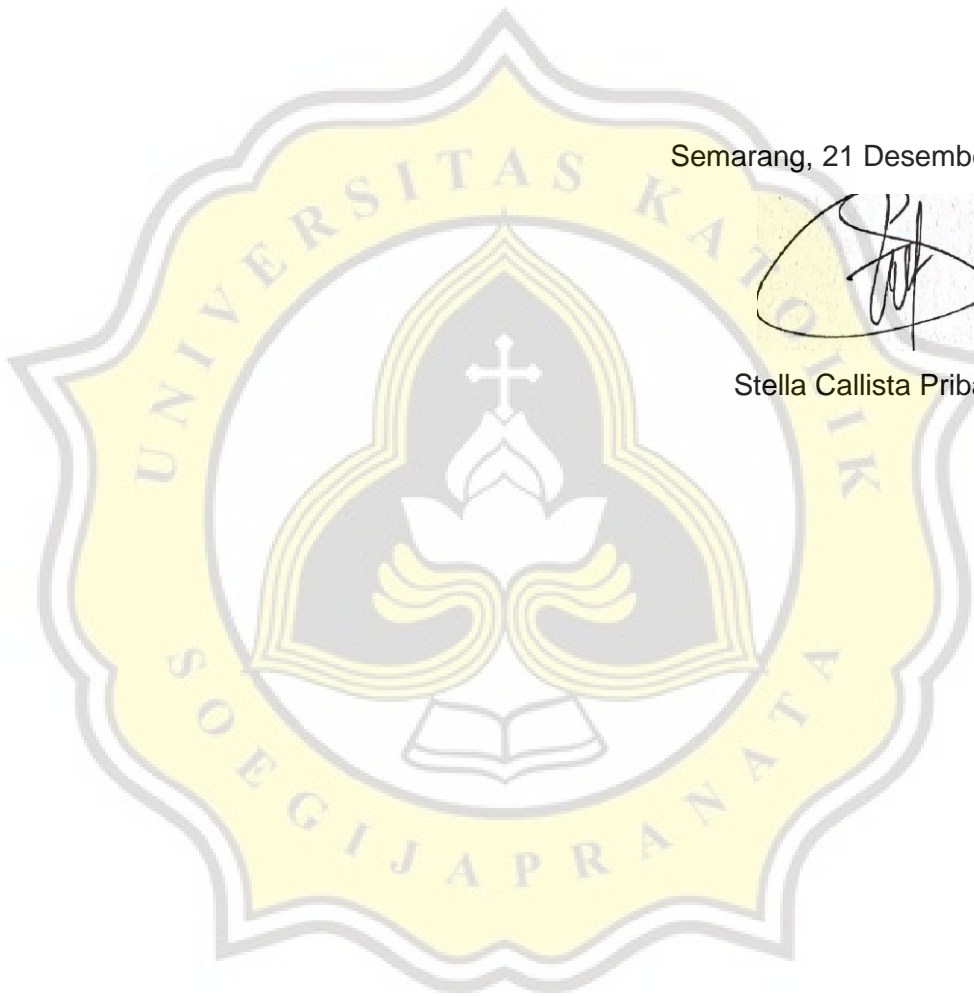
1. Dr. Dra. Kristiana Haryanti M. Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan selaku Dosen Pembimbing atas kesediaannya untuk memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Drs. Pius Heru Priyanto, M.Si, selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan kepada penulis selama menempuh studi.
3. Pimpinan Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberi izin penelitian.
4. Seluruh subjek atas kesediaan serta kerja samanya dalam mengisi skala penelitian.
5. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Universitas katolik Soegijapranata Semarang yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan.
6. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas katolik Soegijapranata Semarang yang telah membantu dalam segala urusan administrasi dan surat perizinan.
7. Seluruh Staf Perpustakaan yang telah membantu dalam mencari buku-buku sumber referensi yang dibutuhkan oleh penulis.
8. Keluarga yang penulis sayangi dan kedua orangtua. Terima kasih atas dukungan dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan, pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan penulis di masa yang akan datang. Semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 21 Desember 2022



Stella Callista Pribadi



DAFTAR ISI

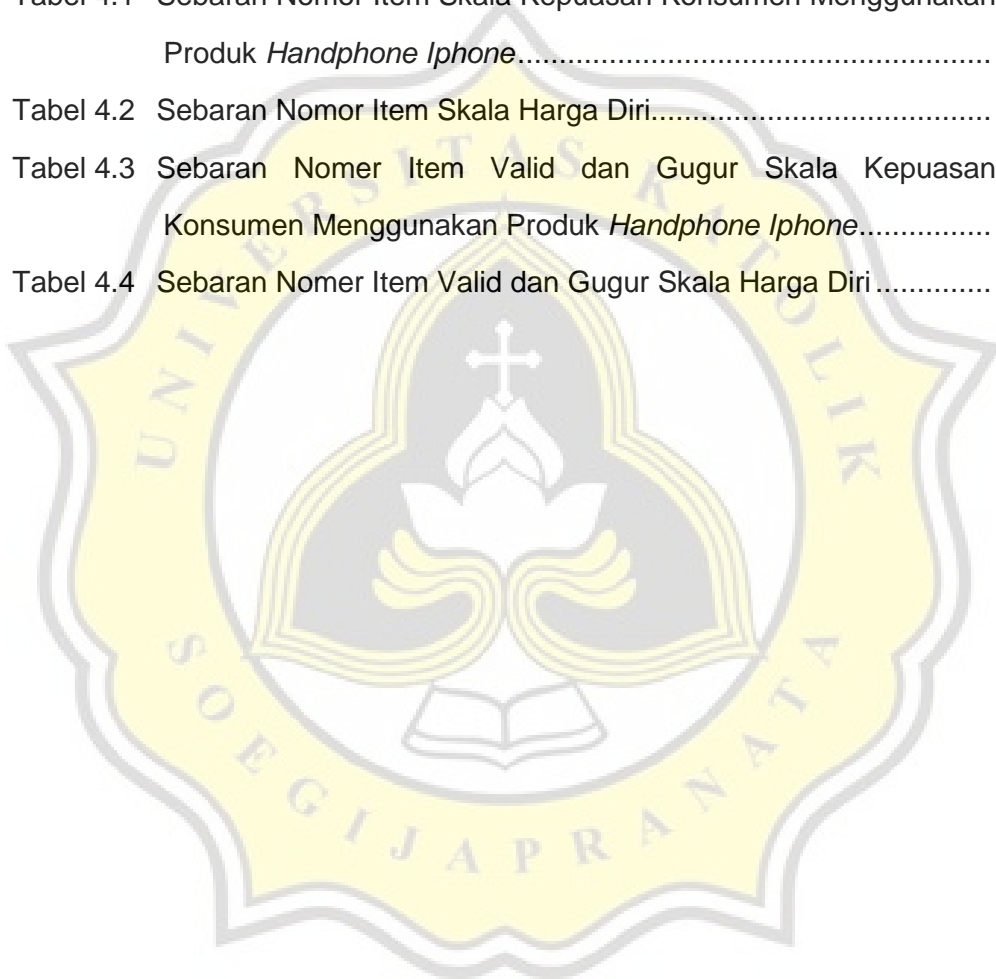
Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Bebas Plagiasi	iv
Halaman Pernyataan Publikasi Karya Ilmiah untuk Kepentingan Akademis..	v
Ucapan Terima Kasih	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Tujuan Penelitian.....	9
1.3. Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk <i>Handphone</i> Iphone 11	
2.2. Harga Diri.....	18
2.3. Hubungan antara Harga Diri dengan Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk <i>Handphone</i> Iphone	22
2.4. Hipotesis	27
BAB 3 METODE PENELITIAN	28
1.1 Metode yang Digunakan	28
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian	28
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
3.4. Subjek Penelitian	30
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	31
3.6. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	34
3.7. Metode Analisis Data	35
BAB 4 LAPORAN PENELITIAN	36

4.1. Orientasi Kancah Penelitian	36
4.2. Persiapan Pengumpulan Data Penelitian.....	37
4.3. Pelaksanaan Pengumpulan Data.....	39
BAB 5 HASIL PENELITIAN	43
5.1. Hasil Penelitian	43
5.2. Pembahasan.....	44
BAB 6 PENUTUP	53
6.1. Kesimpulan	53
6.2. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN	61



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Blue Print Skala Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk <i>Handphone Iphone</i>	33
Tabel 3.2	Blue Print Skala Harga Diri.....	34
Tabel 4.1	Sebaran Nomor Item Skala Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk <i>Handphone Iphone</i>	38
Tabel 4.2	Sebaran Nomor Item Skala Harga Diri.....	38
Tabel 4.3	Sebaran Nomer Item Valid dan Gugur Skala Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk <i>Handphone Iphone</i>	41
Tabel 4.4	Sebaran Nomer Item Valid dan Gugur Skala Harga Diri.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	62
LAMPIRAN A SKALA PENELITIAN	63
A-1 Skala Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk <i>Handphone</i> <i>Iphone</i>	64
A-2 Skala Harga Diri	69
LAMPIRAN B DATA AWAL	72
B-1 Data Awal Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk <i>Handphone Iphone</i>	73
B-2 Data Awal Harga Diri	78
LAMPIRAN C VALIDITAS DAN RELIABILITAS	83
C-1 Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk <i>Handphone Iphone</i>	84
C-2 Validitas dan Reliabilitas Harga Diri	91
LAMPIRAN D DATA VALID	95
D-1 Data Valid Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk <i>Handphone Iphone</i>	96
D-2 Data Valid Harga Diri	101
LAMPIRAN E UJI ASUMSI	106
E-1 Uji Normalitas	107
E-2 Uji Linearitas	110
LAMPIRAN F ANALISIS DATA	113
LAMPIRAN G SURAT PENELITIAN	115
G-1 Surat Izin Penelitian	116
G-2 Surat Bukti Penelitian	117

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN PRODUK HANDPHONE IPHONE

Stella Callista Pribadi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empirik hubungan antara harga diri dengan kepuasan konsumen menggunakan produk *handphone* Iphone. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah “Ada hubungan positif antara harga diri dengan kepuasan konsumen menggunakan produk *handphone* Iphone. Semakin tinggi harga diri maka semakin puas dalam menggunakan produk *handphone* Iphone, dan sebaliknya”. Subjek dalam penelitian ini adalah 68 mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, berusia 18-22 tahun, dan menggunakan produk *Iphone* minimal 6 bulan penggunaan. Teknik pengambilan sampelnya adalah *Incidental Sampling*. Alat ukurnya adalah skala kepuasan konsumen menggunakan produk *handphone Iphone* dan skala harga diri. Analisis data untuk menguji hubungan kedua variabel tersebut menggunakan rumus korelasi *Product Moment*. Hasil uji tersebut menemukan bahwa nilai korelasinya sebesar 0,594 dengan nilai p sebesar 0,000 ($p < 0,01$), hal ini berarti bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dengan kepuasan konsumen menggunakan produk *handphone* Iphone. Semakin tinggi harga diri maka semakin puas dalam menggunakan produk *handphone* Iphone, dan sebaliknya. Besaran sumbangan efektif harga diri terhadap kepuasan konsumen menggunakan produk *handphone* Iphone adalah 35,3%.

Kata kunci : kepuasan konsumen menggunakan produk *handphone* Iphone, harga diri, mahasiswa.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between self-esteem and consumer satisfaction using the Iphone mobile phone product. The hypothesis proposed in this study is "There is a positive relationship between self-esteem and consumer satisfaction using the Iphone mobile phone product. The higher the self-esteem the higher the consumer satisfaction using the Iphone mobile phone product, and vice versa". The subjects of this study were 68 students of the Catholic University of Soegijapranata Semarang, male or female, aged 18-22 years, using Iphone products for at least 6 months of use. The sampling technique in this study was incidental sampling technique. The measurement are consumer satisfaction using the Iphone mobile phone product scale and self-esteem scale. Analysis of this research data using statistical analysis methods Product Moment correlation analysis techniques. The results of the analysis test resulted in a correlation value of 0,594 ($p < 0.01$), this means that the positive correlation is a very significant between self-esteem and consumer satisfaction using the Iphone mobile phone product. The higher the self-esteem the higher the consumer satisfaction using the Iphone mobile phone product, and vice versa. Effective contribution self-esteem toward consumer satisfaction using the Iphone mobile phone product are 35,3%.

Keywords : consumer satisfaction using the Iphone mobile phone product, self-esteem, students college

