

HUBUNGAN HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA

SKRIPSI

Tere Siaduwi Lestari
19.E1.0127



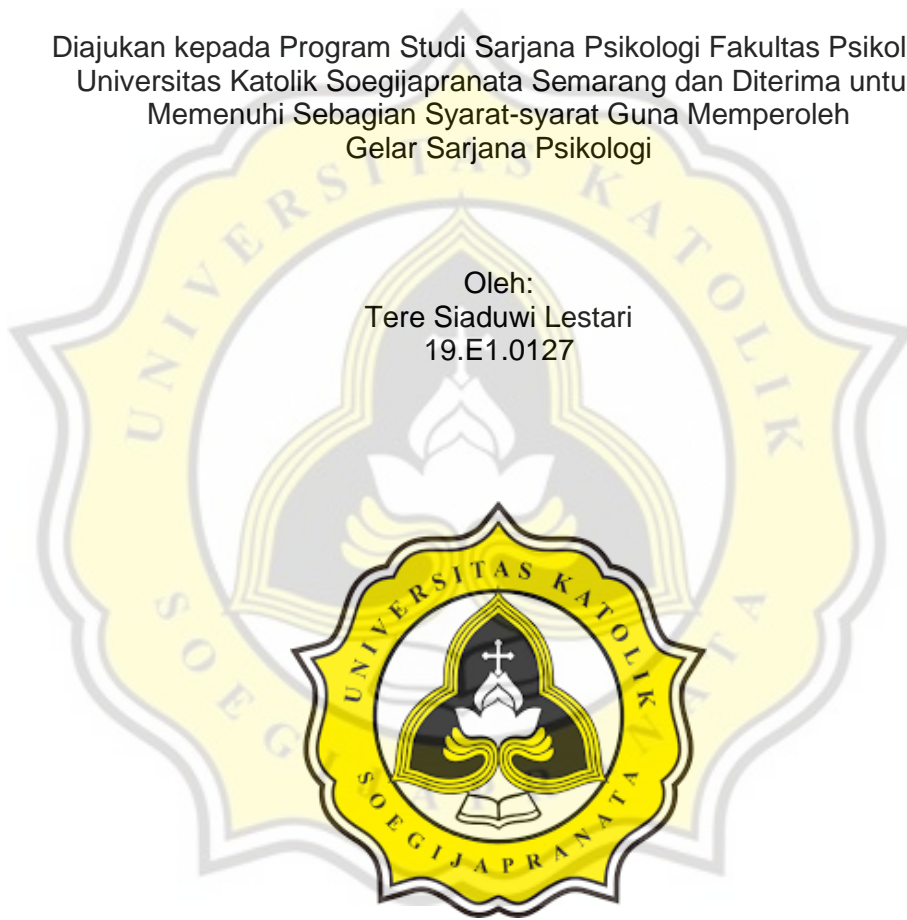
PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024

HUBUNGAN HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan Diterima untuk
Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Psikologi

Oleh:
Tere Siaduwi Lestari
19.E1.0127



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan harga diri dengan perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswa. Hipotesis yang diajukan adalah “Ada hubungan negatif antara harga diri dengan perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswa. Subjek penelitian adalah mahasiswa S1 Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Jumlah keseluruhan subjek penelitian adalah 86 mahasiswa. Alat ukur yang digunakan Skala perilaku konsumtif dan Skala Harga Diri. Alat ukur yang digunakan sudah teruji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi Spearman, hasil menunjukkan korelasi yang sangat signifikan ($\rho = -0,364$, $p < 0,01$). Dengan demikian hipotesis yang diajukan diterima, sehingga disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif sangat signifikan antara harga diri dan perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswa dengan sumbangan efektif harga diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 17%.

Kata Kunci: *harga diri, perilaku konsumtif produk fashion mahasiswa.*



ABSTRACT

This research aims to find out whether there is a relationship between self-esteem and consumer behavior of fashion products among students. The hypothesis proposed is "There is a negative relationship between self-esteem and consumer behavior of fashion products among students. The research subjects were undergraduate students at Soegijapranata Catholic University, Semarang. The total number of research subjects was 86 students. The measuring instruments used are the consumer behavior scale and the self-esteem scale. The measuring instruments used have been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is Spearman correlation, The research results showed a very significant correlation ($\rho = -0.364$, $p < 0.01$). Thus the proposed hypothesis was accepted, so it was concluded that there was a very significant negative relationship between self-esteem and consumer behavior of fashion products in students with an effective contribution to self-esteem on consumer behavior by 17%.

Keywords: *self-esteem, consumptive behavior of student fashion products.*

