

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PEMBELIAN BAJU BRANDED
PADA MAHASISWA**

SKRIPSI

Daffa Adriansyah

20.E1.0254



**PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2025**

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PEMBELIAN BAJU *BRANDED*
PADA MAHASISWA**

SKRIPSI

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

Oleh:

Daffa Adriansyah
20.E1.0254



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan negatif antara harga diri dengan perilaku konsumtif pembelian baju *branded* mahasiswa di Kota Semarang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang mahasiswa dengan kriteria berusia 18 – 25 tahun berdomisili di Kota Semarang. Alat ukur dalam penelitian ini menggunakan skala harga diri dan skala perilaku konsumtif pembelian baju *branded*. Uji hipotesis dengan *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi $r = -0,686$ dengan signifikansi 0,000 atau ($p < 0,01$). Dengan demikian terdapat hubungan negatif sangat signifikan antara harga diri tinggi dengan perilaku konsumtif dalam pembelian baju *branded*. Mahasiswa dengan harga diri tinggi akan memiliki perilaku konsumtif rendah dalam pembelian baju *branded*, demikian sebaliknya. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis penelitian diterima.

Kata kunci : harga diri, perilaku konsumtif pembelian baju *branded*, mahasiswa.



ABSTRACT

This study aims to determine the negative relationship between self-esteem and consumer behavior in purchasing branded clothes of students in Semarang City. This study is a quantitative correlational study. The subjects used in this study were 96 students with the criteria of being 18-25 years old and domiciled in Semarang City. The measuring instrument in this study used a self-esteem scale and a consumer behavior scale in purchasing branded clothes. Hypothesis testing with product moment. The results of the study showed a correlation of $r = -0.686$ with a significance of 0.000 or ($p < 0.01$). Thus, there is a very significant negative relationship between high self-esteem and consumer behavior in purchasing branded clothes. Students with high self-esteem will have low consumer behavior in purchasing branded clothes, and vice versa. Based on these results, the research hypothesis is accepted.

Keywords : *self-esteem, consumer behavior in purchasing branded clothes, students.*

