

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**HUBUNGAN ANTARA *SELF ESTEEM* DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PEMBELIAN ONLINE PADA MASA DEWASA
AWAL DI KOTA BEKASI**

TUGAS AKHIR

“Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi”

Oleh:

HERNITA SUCI PRATIWI

46117210024

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

**HUBUNGAN ANTARA *SELF ESTEEM* DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PEMBELIAN *ONLINE* PADA MASA DEWASA
AWAL DI KOTA BEKASI**

Hernita Suci Pratiwi

Dian Din Astuti Mulia, S.Psi, MA

ABSTRACT

This studied were to understand the correlated between Self Esteem with consumptive behavior through online shopping in early adulthood. This studied used accidental sampling is a technique of determined the sample based on chanced, when the consumer meets the researched and can be used as a sample. The population in this studied tooked data from early adulthood and the sample in this studied was taken from social media with the criteria of 20-40 years old in early adulthood in Bekasi used the online shop application.

Respondents in this studied were 280, the resulted of the level of the relationship between the variable consumptive behavior and self-esteem, the results show that from the table the resulted of the output above, the correlation confidence figure is obtained 728, meaning that there is no relationship between consumptive behavior and self-esteem.*

Keywords: Self Esteem, Consumptive Behavior, Early Adult

**HUBUNGAN ANTARA *SELF ESTEEM* DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PEMBELIAN *ONLINE* PADA MASA DEWASA
AWAL DI KOTA BEKASI**

Hernita Suci Pratiwi

Dian Din Astuti Mulia, S.Psi, MA

ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara *Self Esteem* mempengaruhi perilaku konsumtif melalui belanja online pada dewasa awal. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan secara kebetulan, yaitu konsumen bertemu dengan peneliti dapat di gunakan sebagai sampel. Adapun populasi dalam penelitian ini mengambil data pada dewasa awal dan sampel pada penelitian ini diambil dari sosial media dengan kriteria 20 – 40 tahun pada dewasa awal di Bekasi yang menggunakan aplikasi online shop.

Responden pada penelitian ini sebanyak 280, hasil tingkat hubungan antara variabel perilaku konsumtif dengan *self esteem*, hasilnya menunjukkan bahwa dari tabel hasil output diatas diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 728*, artinya tidak terdapat hubungan antara perilaku konsumtif dengan *self esteem*.

Kata Kunci : *Self Esteem*, Perilaku Konsumtif, Dewasa Awal

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Hubungan Antara *Self Esteem* Dengan Perilaku Konsumtif
Pembelian *Online* pada Masa Dewasa Awal di Kota Bekasi

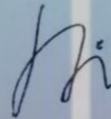
Nama : Hernita Suci Pratiwi

NIM : 46117210024

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 23 Februari 2021

Pembimbing

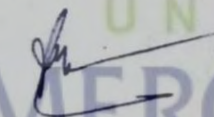


Dian Din Astuti Mulia, S.Psi., M.A

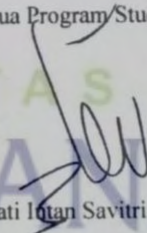
Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi

Ketua Program Studi



Muhammad Iqbal, Ph.D



Dr. Setiawati Irtan Savitri, S.P., M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “ Hubungan Antara *Self Esteem* Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Online Pada Masa Dewasa Awal di Kota Bekasi ” telah diajukan sidang skripsi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana pada 23 Februari 2021. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi Psikologi

Bekasi, 23 Februari 2021

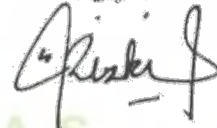
Sidang Skripsi

Penguji I



Riezka Ayaliah, M.Psi., Psikolog

Penguji II



Rizki Dawanti, M.Psi., Psikolog

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing



Dian Din Asuti Mula, S.Psi, MA

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Hernita Suci Pratiwi

NIM : 46117210024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Hubungan Antara *Self Esteem* Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Online Pada Masa Dewasa Awal di Kota Bekasi ” yang saya tulis benar-benar hasil dari karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan di institusi manapun. Apabila dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa skripsi ini adalah hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran ini.

Bekasi, 23 Februari 2021

Saya menyatakan,



Hernita Suci Pratiwi

NIM. 46117210024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME atas limpahan rahmat dan anugrah dari-Nya Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Hubungan Antara *Self Esteem* Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Online Pada Masa Dewasa Awal di Kota Bekasi ”. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu selama pembuatan Tugas Akhir ini berlangsung sehingga dapat terealisasikan, Terimakasih kepada :

1. Tuhan YME, berkat rahmat, nikmat iman dan nikmat sehat saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
2. Kedua Orang Tua saya, bapah dan bundaku sayang yang memberikan dukungan dalam bentuk moral maupun materil.
3. Ibu Karisma Riskinanti, M, Psi., Psi. selaku Sekertaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Bekasi.
4. Ibu Dian Din Astuti Mulia, S.Psi, MA selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir saya, yang telah membimbing Tugas Akhir saya dari awal sampai akhir sehingga saya dapat menyelesaikannya.
5. Teman – Teman tercinta Psikologi 2017 yang telah membantu dan mendukung saya dalam mengerjakan Tugas Akhir ini, khususnya : Anisya Aprillia, Ka alma, Violin, kak ana dan sahabat sahabatku Amel, Besta, Anin, Ara dan Keluarga H Bros

Bekasi, 23 Februari 2021



Hernita Suci Pratiwi

Daftar Isi

ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Definisi Perilaku Konsumtif.....	6
2.2 Faktor – Faktor perilaku Konsumtif	7
2.3 Aspek – Aspek Perilaku Konsumtif.....	8
2.4 Definisi Self Esteem	9
2.5 Karakteristik Individu Dengan <i>Self Esteem</i>	10
2.6 Aspek – Aspek Harga Diri.....	11
2.7 Definisi Belanja Online	11
2.8 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Belanja Metode Online	12

2.11 Hipotesis	13
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Desain Penelitian	14
3.2 Variabel Penelitian.....	15
3.3 Populasi dan Sampel.....	15
3.3.1 Populasi.....	15
3.3.2 Sampel	15
3.4 Definisi Operasional	16
3.5 Instrumen Penelitian	16
3.6 Alat Ukur IV	17
3.7 Alat Ukur DV.....	17
3.8 Teknik Analisa Data	19
3.8.1 Validitas.....	19
3.8.2 Realibilitas	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1.1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	26
4.7.1 Tabel 25 hasil uji t-test berdasarkan gender	33
4.8.2 Tabel 26 hasil uji t-test berdasarkan usia.....	33
BAB V KESIMPULAN, DISKUSI DAN SARAN.....	35
5.1. KESIMPULAN.....	35
5.2. KETERBATASAN PENELITIAN	35
5.3. SARAN.....	36
5.3.1. Saran Teoritis.....	36

5.3.2. Saran Praktis	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN ALAT UKUR.....	46



Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Kerangka Berpikir.....	14
Tabel 3 1 Blueprint Rosenberg <i>Self Esteem Scale (RSES)</i>	19
Tabel 3 2 Blueprint Perilaku Konsumtif.....	20
Tabel 4 1 karakteristik responden jenis kelamin.....	25
Tabel 4 2 berdasarkan usia.....	26
Tabel 4 3 berdasarkan status	27
Tabel 4 4 Variabel Perilaku Konsumtif	27
Tabel 4 5 Variabel Self Esteem	28
Tabel 4 6 uji normalitas	28
Tabel 4 7 hasil uji Korelasi Nonparametik	29
Tabel 4 8 hasil uji korelasi data demografi.....	30
Tabel 4 9 uji korelasi antar variabel.....	32
Tabel 4 10 hasil uji t-test berdasarkan gender	33
Tabel 4 11 hasil uji t-test berdasarkan usia.....	33
Tabel 4 12 hasil uji t-test berdasarkan status	34
Tabel 4 13 Kategorisasi SPK	35

Daftar Lampiran

Lampiran 1 alat ukur Perilaku Konsumtif dan <i>Self Esteem</i>	46
Lampiran 2 <i>Expert Judgement</i> Perilaku Konsumtif dan Self Esteem.....	52
Lampiran 3 Kuesioner Perilaku Konsumtif dan <i>Self Esteem</i>	104
Lampiran 4 Validitas <i>tryout</i> Perilaku konsumtif dan <i>Self esteem</i>	108
Lampiran 5 Reliabilitas Perilaku Konsumtif dan <i>Self Esteem</i>	121
Lampiran 6 Gambaran umum Partisipan	127
Lampiran 7 Uji Normalitas	128
Lampiran 8 Uji Korelasi	131
Lampiran 9 Uji T – test	131
Lampiran 10 Uji Norma Empirik dan Hipotetik	133

