



**PENGARUH SELF ESTEEM DAN KONFORMITAS
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN BARANG
BRANDED PADA PRIA DEWASA AWAL**

SKRIPSI

DISUSUN OLEH:

SERLIN

705160055

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020



**PENGARUH SELF ESTEEM DAN KONFORMITAS
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN BARANG
BRANDED PADA PRIA DEWASA AWAL**

**Skripsi Ini Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menempuh Ujian Sarjana Strata
Satu (S-1) Psikologi**

DISUSUN OLEH:

SERLIN

705160055

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-06/R0	HAL. 1/1
28 DESEMBER 2020	SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Serlin
NIM : 705160055

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang diserahkan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, berjudul:

Pengaruh *Self Esteem* dan Konformitas Terhadap Perilaku Pembelian Barang *Branded* pada Pria Dewasa Awal.

Merupakan karya sendiri yang tidak dibuat dengan melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme. Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme tersebut, dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku di lingkungan Universitas Tarumanagara.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Jakarta, 28 Desember 2020

Yang Memberikan Pernyataan



Serlin



28 DESEMBER 2020

SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Serlin

N I M : 705160055

Alamat : Jl. Kartini 13 dalam no 35 RT 10/RW 01. Kel. Kartini, Kec. Sawah Besar. Jakarta Pusat 10750

Dengan ini memberi hak kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk menerbitkan sebagian atau keseluruhan karya penelitian saya, berupa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Self Esteem dan Konformitas Terhadap Perilaku Pembelian Barang Branded Pada Pria Dewasa Awal.

Saya juga tidak keberatan bahwa pihak editor akan mengubah, memodifikasi kalimat-kalimat dalam karya penelitian saya tersebut dengan tujuan untuk memperjelas dan mempertajam rumusan, sehingga maksud menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pembaca umum sejauh perubahan dan modifikasi tersebut tidak mengubah tujuan dan makna penelitian saya secara keseluruhan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, secara sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 28 Desember 2020

Yang Membuat Pernyataan

Serlin

**PROGRAM STUDI SARJANA FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Serlin

N.I.M. : 705160055

Program Studi : Sarjana Fakultas Psikologi

Judul Skripsi

Pengaruh *Self Esteem* dan Konformitas Terhadap Perilaku Pembelian Barang *branded*
Pada Pria Dewasa Awal

.....
.....
.....

Telah diuji dalam sidang Sarjana pada tanggal 18 Desember 2020 dan dinyatakan lulus, dengan majelis penguji terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Fransisca Iriani R.D., M.Si.
2. Anggota : 1. Bonar Hutapea, M.Si.
.....
2. Meike Kurniawati, S.Psi., M.M.
.....
.....

Jakarta, 28 Desember 2020

Pembimbing



(Meike Kurniawati, S.Psi., M.M.)

Pembimbing Pendamping



(Dra. Ninawati, M.M.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat, rahmat, dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Peranan *Self Esteem* dan Konformitas Terhadap Perilaku Pembelian Barang *Branded* Pada Pria Dewasa Awal” dengan baik. Skripsi ini disusun dan diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar S1 pada Fakultas Psikologi di Universitas Tarumanagara.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan dan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu pertama-tama penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Rostiana, S.Psi., M.si., Psikolog selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara. Kedua, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Meike Kurniawati, S.Psi., M.M. selaku dosen pembimbing I atas segala usaha, jerih payah dan dengan pengertian telah membimbing dalam proses pembuatan dan penyelesaian skripsi ini. Ketiga, Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dra.Ninawati, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan kesabaran dan pengertiannya telah membimbing dengan baik dalam proses pembuatan dan penyelesaian skripsi ini. Keempat, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh karyawan di Fakultas Psikologi yang telah membantu penulis atas segala urusan yang dibutuhkan oleh penulis selama menempuh studi di Universitas Tarumanagara.

Kelima, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada mama, papa, dan kakak terkasih atas segala dukungan dan semangat yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik. Keenam, yaitu

April, Rizkia, Patricia, Wanda, Veronica, Bellana, sebagai teman seperjuangan dalam skripsi. Ketujuh, yaitu Eliana, Liana.S, Rebecca, Vania.M, Karen.N, Sharen, Devy.D, Jesselyn dan teman-teman lainnya yang telah memberikan bantuan berupa solusi dan dukungan kepada penulis. Terakhir kepada seluruh pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah berpartisipasi dalam penulisan skripsi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya. Penulis bertanggung jawab sepenuhnya atas segala isi dalam skripsi ini.

Jakarta, 9 Desember 2020

Serlin

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 <i>Self-Esteem</i>	12
2.1.1 Definisi <i>Self-Esteem</i>	12
2.1.2 Faktor-Faktor Pembentuk <i>Self-Esteem</i>	14
2.2 Konformitas	18
2.2.1 Definisi Konformitas	18
2.2.2 Faktor-Faktor Pembentuk Konformitas	20
2.3 Perilaku Pembelian	20
2.3.1 Definisi Perilaku Pembelian	20
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian	22
2.4 Konsumen Pria	28

2.4.1 Karakteristik Konsumen Pria	28
2.4.2 <i>Streotype</i> Konsumen Pria VS Wanita	30
2.4.3 Motivasi Belanja Pria	31
2.4.4 Data Pembelanjaan Pria	33
2.5 Barang <i>Branded</i>	34
2.5.1 Definisi Barang <i>Branded</i>	34
2.6 Dewasa Awal	35
2.6.1 Definisi Dewasa Awal	35
2.6.2 Ciri-Ciri Dewasa Awal	36
2.7 Kerangka Berpikir	38
2.8 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Partisipan Penelitian	42
3.1.1 Kriteria Partisipan	42
3.1.2 Gambaran Partisipan	44
3.2 Desain Penelitian	47
3.3 <i>Setting</i> dan Peralatan Penelitian	48
3.4 Variabel Penelitian	49
3.4.1 Definisi Teoritis Variabel Penelitian <i>Self Esteem</i>	49
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian <i>Self Esteem</i>	49
3.4.3 Definisi Teoritis Variabel Penelitian Konformitas	50
3.4.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian Konformitas	50
3.4.5 Definisi Teoritis Variabel Penelitian Perilaku Pembelian.	51
3.4.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian Perilaku Pembelian	51
3.5 Pengukuran Penelitian	51
3.5.1 <i>Self Esteem</i>	52
3.5.2 Konformitas.....	54

3.5.3 Perilaku Pembelian	55
3.6 Prosedur Penelitian	56
3.6.1 Persiapan Penelitian	56
3.6.2 Pelaksanaan Penelitian	57
3.7 Pengolahan dan Teknik Analisis Data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	60
4.1 Gambaran Variabel Penelitian	60
4.1.1 Gambaran Variabel <i>Self Esteem</i>	60
4.1.2 Gambaran Variabel Konformitas	63
4.1.3 Gambaran Variabel Perilaku Pembelian	64
4.2 Analisis Data Utama	66
4.2.1 Uji Asumsi	66
4.2.2 Uji Hipotesis	67
BAB V SIMPULAN, DISKUSI DAN SARAN	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Diskusi	71
5.3 Saran	74
5.3.1 Saran yang Bersifat Teoretis	74
5.3.2 Saran yang Bersifat Praktis	75
ABSTRACT	76
DAFTAR PUSTAKA	P1-P3
LAMPIRAN	L1-L56

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Gambaran Usia Partisipan.....	46
Tabel 2 Gambaran Pekerjaan Partisipan.....	47
Tabel 3 Gambaran Jenis Produk <i>Fashion Branded</i> yang Dibeli.....	47
Tabel 4 Gambaran Terakhir Kali Berbelanja.....	48
Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Butir Variabel <i>Self Esteem</i>	55
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Butir Variabel Konformitas.....	56
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Butir Variabel Perilaku Pembelian.....	57
Tabel 8 Penyebaran Kuesioner untuk Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 9 Gambaran Variabel <i>Self Esteem</i>	62
Tabel 10 Gambaran Variabel Konformitas.....	63
Tabel 11 Gambaran Variabel Perilaku Pembelian.....	64
Tabel 12 Pengaruh Secara Parsial dan Simultan.....	68
Tabel 13 Koefisien Determinasi.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Informed Consent</i>	L-1
Lampiran 2 Data Diri dan Data Kontrol.....	L-2
Lampiran 3 Kisi-Kisi Alat Ukur.....	L-4
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	L-14
Lampiran 5 Hasil Uji Coba Alat Ukur.....	L-25
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	L-34
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian (Setelah Uji Validitas dan Reliabilitas).....	L-43
Lampiran 8 Data <i>Frequencies</i> Partisipan Penelitian.....	L-52
Lampiran 9 Uji Asumsi.....	L-54
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	L-56

ABSTRAK

Serlin (705160055)

Pengaruh *Self Esteem* dan Konformitas Terhadap Perilaku Pembelian Barang *Branded* Pada Pria Dewasa Awal. (Meike Kurniawati, S.Psi., M.M. & Dra. Ninawati, M.M.). Program Studi S-1 Psikologi, Universitas Tarumanagara.

Manusia dalam hidupnya selalu mengalami pertumbuhan dan perkembangan baik dari segi fisik maupun usia. Pada tahapan dewasa awal seseorang mengalami masa peralihan dari ketergantungan ke masa mandiri. Individu pada tahapan dewasa awal membeli barang-barang *branded* kelas atas yang memiliki daya beli tinggi karena dapat menaikkan *self esteem* atau *prestige* seseorang termasuk juga dalam hal *fashion branded*. Selain untuk menaikkan harga diri, mereka juga membeli produk-produk *fashion branded* karena mengikuti kelompok pertemanannya agar diakui dan diterima. Hal tersebut dikenal dengan konformitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self esteem* dan konformitas terhadap perilaku pembelian barang *branded* pada pria dewasa awal. Subjek penelitian ini adalah pria dewasa awal yang berusia 20-40 tahun dengan sampel penelitian sebanyak 95 orang. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dalam mengambil sampel penelitian menggunakan alat ukur berupa kuesioner, yaitu kuesioner *self esteem*, konformitas, dan perilaku pembelian. Hasil analisis data menunjukkan bahwa konformitas memiliki nilai signifikansi sebesar $P = 0,000 < 0.05$, yang berarti ada pengaruh antara konformitas terhadap perilaku pembelian barang *branded* pada

pria dewasa awal. Sumbangan efektif konformitas ditunjukkan dengan koefisien determinan *R Square* = 0,457 atau 45,7% yang menyatakan bahwa konformitas 45,7% menentukan perilaku pembelian sedangkan 54,3% ditentukan oleh faktor lain.

Kata Kunci : *Self Esteem*, Konformitas, Perilaku Pembelian, Barang *Branded*.