




SKRIPSI

Judul:

Peranan Perilaku Konsumtif dan Self-Esteem terhadap Impulsive Buying Produk Aksesoris HP Secara Online pada Remaja

Disusun oleh: MARCHELLA BEATRICE NIM.
705190075

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA 2023

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-06/R0	HAL. 1/1
05 NOVEMBER 2010	SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Marchella Beatrice**

NIM : **705190075**

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

Peranan Perilaku Konsumtif dan *Self-Esteem* terhadap *Impulsive Buying* Produk Aksesoris HP secara *Online* pada Remaja


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, 01 Januari 2023
 Yang Memberikan Pernyataan



Marchella Beatrice

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-07/R0	HAL. 1/1
05 NOVEMBER 2010	SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH	

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Marchella Beatrice**
N I M : **705190075**
Alamat : **Jl. Kompol Zainal Abidin
Jambi dan 36146**

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

Peranan Perilaku Konsumtif dan *Self-Esteem* terhadap *Impulsive Buying* Produk Aksesoris HP secara *Online* pada Remaja

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, 1 Januari 2023

Yang Membuat Pernyataan



Marchella Beatrice

Pengesahan

Nama : MARCHELLA BEATRICE
NIM : 705190075
Program Studi : PSIKOLOGI
Judul Skripsi : Peranan Perilaku Konsumtif dan Self-Esteem terhadap Impulsive Buying Produk Aksesoris HP Secara Online pada Remaja
Title : The Role of Consumptive and Self-Esteem Behavior towards Impulsive Buying of HP Accessories Products Online

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi PSIKOLOGI Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara pada tanggal 16-Januari -2023.

Tim Penguji:

1. SRI TIATRI, S.Psi., M.Si., Ph.D., Psikolog
2. BIANCA MARELLA, S.Psi., M.Sc.
3. RIANA SAHRANI, S.Psi., M.Si., Dr., Psikolog

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:

RIANA SAHRANI, S.Psi., M.Si., Dr.,
Psikolog
NIK/NIP: 10705006



Jakarta, 16-Januari-2023

Ketua Program Studi



ZAMRALITA, Dr.M.M., Psikolog

ABSTRAK

Marchella Beatrice (705190075)

Peranan Perilaku Konsumtif dan *Self-Esteem* terhadap Impulsive Buying Produk Aksesoris HP secara *Online*; Dr. Riana Sahrani, M.Si., Psi.; Program Studi S1 Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara, Jakarta (i-xxi, 65 halaman, P1-P4, L1-L74)

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat peranan perilaku konsumtif dengan *self-esteem* terhadap *impulsive buying* pada produk aksesoris HP. Perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup individu yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang. Secara sederhana, *self-esteem* dapat didefinisikan sebagai perasaan orang tentang diri mereka sendiri terkait dengan pentingnya prestasi, hubungan interpersonal yang positif, dan kesejahteraan psikologis (Vohs & Baumeister, 2016). Secara definisi, *impulsive buying* adalah sebuah keputusan tidak terencana atau terjadi secara tiba-tiba dalam membeli sebuah produk atau jasa (Anggini, 2019). Penelitian ini ditujukan kepada orang yang berbelanja secara *online*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang mendapatkan data berupa hasil dari pengukuran angka-angka dan diolah dalam bentuk statistik.

Alat ukur yang digunakan perilaku konsumtif 32 butir yang telah dimodifikasi (Suyasa & Fransiska, 2005). Alat ukur yang digunakan pada *self-esteem* 10 butir (Rosenberg Self-Esteem Scale 1965 oleh Maroqi, 2018). Alat ukur yang digunakan pada *impulsive buying* 9 butir dan sudah berbahasa Indonesia (Verplanken & Herabadi, 2001). Jumlah Respondennya adalah sebanyak 208 orang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan berusia 17-25 tahun. Hasil analisis menunjukkan terdapat peran perilaku konsumtif dan *self-esteem* terhadap *impulsive buying* produk aksesoris HP secara *online* pada remaja ($R^2 = 0,185$, $p < 0,05$).

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, *Self-Esteem*, *Impulsive Buying*, Aksesoris HP, *Online*.