

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN MINAT MEMBELI PAKAIAN IMPORT SECOND HAND



Oleh: INTAN FITRIASARI (05810063)

Psychology

Dibuat: 2010-10-08 , dengan 7 file(s).

Keywords: harga diri, minat membeli

INTISARI

Tingginya minat membeli konsumen terhadap pakaian import second hand tampak dari tingkat pembeliannya. Selain karena faktor harga yang terjangkau serta keadaan ekonomi juga dikarenakan adanya kesesuaian antara produk tersebut dengan dirinya. Minat membeli merupakan bagian penting yang mengawali keputusan membeli konsumen nantinya yang dipengaruhi oleh pandangan positif atau negatif terhadap produk yang dituju, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta harapannya akan produk tersebut. Pilihan atas produk akan menggambarkan bagaimana penghargaan seseorang atas kemampuan, keberhasilan serta penerimaan dirinya. Maka dari itu, hal ini berkaitan erat dengan harga diri yang dimiliki konsumen. Sehingga peneliti mencoba mengkaji permasalahan melalui sebuah penelitian dengan judul "Hubungan antara harga diri dengan minat membeli pakaian import second hand".

Desain penelitian ini adalah non eksperimental, dengan instrumen penelitian menggunakan skala Likert yang terdiri dari skala harga diri dan skala minat membeli. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pakaian import second hand di kota Malang, dengan sampel 80 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah insidental sampling serta metode analisa datanya menggunakan metode korelasi product moment dari Karl Pearson.

Berdasarkan hasil analisis data, diambil kesimpulan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan ($r = -0,524$; $p = 0,000$) antara harga diri dengan minat membeli pakaian import second hand. Hal ini berarti, pada konsumen yang memiliki harga diri rendah ditemukan minat membeli pakaian import second hand yang tinggi, dan begitu pula sebaliknya. Sumbangan efektif dari harga diri dengan minat membeli pakaian import second hand sebesar 27,5% sedangkan sisanya 72,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

ABTRACTION

Keyword : Self Esteem, Enthusiasm Buys

Height of enthusiasm buys consumer to import clothes second hand seen from level of the purchasing. Besides price factor and economic situation also because of existence between the products with them selves. Enthusiasm buys is essential part starting decision to buy consumer later influenced by negative or positive opinion sight to product gone to, and adapted for

requirement and its the hope the product would. Choice to product will depict how appreciation of someone to ability, success of and them selves acceptance. This thing is closely related to self esteem owned by consumer. Self esteem analysis is expected able to give input about enthusiasm to buy consumer. So researcher tries studies problems through a research with title "Relation between self esteem with enthusiasm buys import clothes second hand".

This research design is non eksperimental, with instrument applies scale Likert consisted of self esteem and enthusiasm scale buys. Population is import clothes consumer second hand in town Malang, with sample 80. Sampling technique applied is insidental and the data analysis method using correlation method product moment from Karl Pearson.

Based on result of the data analysis, taken conclusion that there is the relation of a real negativity signifikan ($r=-0,524$; $p=0,000$) between self esteem with enthusiasm buys import clothes second hand. That means, at consumer having low self esteem is found enthusiasm to buy import clothes second hand which high, and also on the contrary. Effective contribution from self esteem with enthusiasm buys equal to 27,5% while 72,5% influenced by other factor.