

Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Intensi Membeli Pakaian Fashion Pada Remaja. Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang

 Oleh: Christina Maria Agustin (01810012)

Psychology

Dibuat: 2007-08-28 , dengan 3 file(s).

Keywords: Gaya Hidup Hedonis, Intensi Membeli Pakaian Fashion

Fashion adalah bagian dari gaya hidup. Tanpa bisa dipungkiri setiap orang akan memperhatikan penampilan sebagai salah satu bagian dari gaya hidup. Gaya hidup hedonis cenderung melekat pada diri remaja yang pada umumnya mereka sangat peka terhadap adanya hal-hal baru khususnya mode pakaian. Penampilan adalah segalanya, remaja suka berbelanja dalam hal pakaian agar dapat menyesuaikan diri dengan kondisi mode yang sedang in saat ini. Disamping itu, remaja yang berada pada usia transisi mereka cenderung cepat terpengaruh oleh dunia luar. Karena pada masa ini remaja lebih banyak menghabiskan waktu luangnya bersama dengan teman-teman sebayanya sebagai suatu kelompok. Pada usia ini, pilihan-pilihan konsumsi para remaja sangat dipengaruhi pula oleh aktivitas-aktivitas yang ditekuninya, teman-temannya, dan penampilan generasi itu. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan intensi membeli pakaian fashion pada remaja.

Penelitian ini merupakan penelitian non-eksperimen. Populasi pada penelitian ini adalah siswa dan siswi SMU Katolik Frateran Malang yang berjumlah 450 orang, sedangkan sampelnya berjumlah 112 orang, yang diambil dengan teknik cluster random sampling. Instrumen yang digunakan untuk mengambil data adalah dengan menggunakan skala yaitu skala gaya hidup hedonis dan skala intensi membeli pakaian fashion. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi product moment dari Karl Pearson.

Hasil analisis data diperoleh $r = 0,478$ dan $(p) = 0,000$, yang artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dengan intensi membeli pakaian fashion pada remaja, yang berarti bahwa jika gaya hidup hedonis tinggi maka intensi membeli pakaian fashion akan tinggi pula, dan jika gaya hidup hedonis rendah maka akan rendah pula intensi membeli pakaian fashion pada remaja. Adapun sumbangan efektif gaya hidup hedonis terhadap intensi membeli pakaian fashion sebesar 22,8 % yang berarti masih ada 77,2 % faktor lain yang mempengaruhi intensi membeli pakaian fashion pada remaja.

Abstract

Fashion is a part of the lifestyle. Without denying each person will pay attention to appearance as one part of the lifestyle. Hedonist lifestyle tends to rub off on adolescents in general they are very sensitive to the existence of new things in particular fashion. Appearance is everything, teenagers like to shop in for clothing to adjust to the conditions that are in fashion today. In addition, adolescents who are at a transition age they tend to quickly affected by the outside world. Because in this period more teenagers spend their leisure time together with their peers as a group. At this age, the consumption choices of

adolescents are also influenced by the activities practiced, his friends, and the appearance of that generation. The purpose of this study is to investigate the relationship between lifestyle hedonist with the intention of buying clothes in teen fashion.

This study is a non-experimental. The population in this study are male and female students in Malang Frateran Catholic numbering 450 people, while the sample is numbered 112 people, drawn by cluster random sampling technique. The instrument used to retrieve data is by using a scale of hedonic scale lifestyle and fashion apparel purchase intention scale. While the data analysis method used is the product moment correlation technique of Karl Pearson.

Results of analysis of data obtained $r = 0.478$ and $(p) = 0.000$, which means there is a very significant positive relationship between hedonic lifestyle with the intention of buying clothes on teen fashion, which means that if a hedonist lifestyle is high then the intention of buying clothes high fashion will also , and if low hedonist lifestyle it will lower the intention to buy clothes fashion in adolescents. The effective contribution hedonist lifestyle of intention to purchase fashion clothing at 22.8% which means there are 77.2% of other factors affecting intentions to purchase clothing in teen fashion.