

THE CORRELATION BETWEEN MATERIALISM AND THE TENDENCY OF IMPULSIVE BUYING OF EARLY ADULT CONSUMERS OF FASHION PRODUCTS

Study in Psychology in Sanata Dharma University

Yohana Kadek Dwiaستuti

ABSTRACT

This research was conducted to find out the correlation between materialism and the tendency of impulsive buying of early adult consumers of fashion products. The hypothesis of this research was that there was a positive and significant correlation between materialism and the tendency of impulsive buying of early adult consumers of fashion products. The subject of this research were 283 early adult consumers who were 20 to 40 years old. The instruments of this research were materialism scale and impulsive buying tendency scale in Likert model. The materialism scale has 11 items with 0,801 reliability coefficient and the scale of the tendency of impulsive buying which has 26 items has 0,929 reliability coefficient. The data analysis technique which is used in this research was Spearman's rho correlation test because the distribution of both two variables data was not normal. This research yielded $r = 0,367$ correlation value and $p = 0,00 < 0,05$ significance value. The result of this research showed that there was a positive and significant correlation between materialism and the tendency of impulsive buying of early adult consumers of fashion products. It means that the higher the materialism, the higher the tendency of impulsive buying of early adult consumers of fashion products. On the other hand, the lower the materialism, the lower the tendency of impulsive buying of early adult consumers of fashion products.

Keywords: materialism, impulsive buying tendency, fashion product, early adult

**HUBUNGAN ANTARA MATERIALISME DAN KECENDERUNGAN
IMPULSIVE BUYING KONSUMEN DEWASA AWAL PADA PRODUK
FASHION**

Studi Pada Mahasiswa Psikologi
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Yohana Kadek Dwiaستuti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara materialisme dan kecenderungan *impulsive buying* konsumen dewasa awal pada produk *fashion*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara materialisme dan kecenderungan *impulsive buying* konsumen dewasa awal pada produk *fashion*. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen dewasa awal berusia 20 tahun sampai dengan 40 tahun yang berjumlah 283 konsumen dewasa awal. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala materialisme dan skala kecenderungan *impulsive buying* dalam model *Likert*. Skala materialisme memiliki 11 item dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,801 dan skala kecenderungan *impulsive buying* memiliki 26 item dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,929. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi *Spearman's rho* dikarenakan sebaran data pada kedua variabel bersifat tidak normal. Penelitian ini menghasilkan nilai korelasi $r = 0,367$ dan nilai signifikansi $p = 0,00 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara materialisme dan kecenderungan *impulsive buying* konsumen dewasa awal pada produk *fashion*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi materialisme, maka kecenderungan *impulsive buying* konsumen dewasa awal pada produk *fashion* menjadi semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah materialisme, maka kecenderungan *impulsive buying* konsumen dewasa awal pada produk *fashion* menjadi semakin rendah.

Kata kunci: materialisme, kecenderungan *impulsive buying*, produk *fashion*, dewasa awal