

ABSTRAK  
HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP PENJUALAN PRODUK  
SECARA KREDIT DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA IBU-IBU  
RUMAH TANGGA

Phytria Sriningsih  
Fakultas Psikologi  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2006

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap penjualan produk secara kredit dengan perilaku konsumtif pada ibu-ibu rumah tangga. Hipotesis yang diajukan yaitu ada hubungan yang positif antara persepsi terhadap penjualan produk secara kredit dengan perilaku konsumtif.

Subjek dalam penelitian ini adalah ibu-ibu rumah tangga, berusia 25-35 tahun, dan pernah membeli produk secara kredit minimal 3 kali. Alat pengumpulan data yang digunakan terdiri dari dua alat ukur yaitu skala persepsi terhadap penjualan produk secara kredit dan skala perilaku konsumtif yang disusun dengan metode rating yang dijumlahkan.

Data penelitian ini dianalisis dengan teknik *Product Moment* dari Pearson. Koefisien korelasi yang diperoleh 0,611 dengan  $p < 0,001$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, ini berarti ada hubungan positif yang signifikan antara persepsi terhadap penjualan produk secara kredit dengan perilaku konsumtif.

Kata kunci : Persepsi terhadap penjualan produk secara kredit, perilaku konsumtif

ABSTRACT  
RELATION BETWEEN PERCEPTION TOWARD PRODUCT SELLING BY  
CREDIT WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN HOUSEWIFES

Phyttria Sriningsih  
Psychology Faculty  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2006

This research aim is to know the relation between perception toward product selling by credit with consumptive behavioral of housewives. The Hypothesis, there is positive relation between perception toward product selling by credit with consumptive behavior in housewives.

The Subject of this research are housewives, age between 25 up to 35 year, and have three times bought some product creditly before. The data collecting method in this research using two measuring instrument there are scale of perception of toward product selling by credit and tendency of consumptive behavior scale which was made by the added method rating.

The data was analysed using Product Moment correlation technique by Pearson and obtained correlation coefficient 0,611 by p 0,000 ( $p < 0,01$ ). This research result indicate that the hypothesis accepted, it means there is positive relation which signifikan of between perception toward product selling by credit with consumptive behavior of housewives.

Key words : Perception toward product selling by credit, consumptive behavior