

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

Ernita Herawati

Fakultas Psikologi

Universitas Sanata Dharma

2009

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan apakah ada hubungan antara harga diri dengan keputusan membeli. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan positif antara harga diri dengan keputusan membeli.

Subjek dari penelitian ini adalah sebanyak 60 mahasiswa berbagai jurusan di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, terdiri dari 37 orang berjenis kelamin perempuan dan 23 orang adalah laki-laki. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran skala harga diri dan skala pemakaian keputusan pembelian. Koefisien reliabilitas dari skala harga diri adalah 0,958 dan koefisien reliabilitas dari skala keputusan pembelian adalah 0,937. Untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan keputusan membeli digunakan teknik korelasi *product moment* dari Carl Pearson.

Koefisien korelasi (r) yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 0,457 pada taraf signifikansi 0,05 ($p < 0,05$). Hal ini berarti ada korelasi positif yang signifikan antara harga diri dengan keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi harga diri yang dimiliki individu, maka semakin rasional keputusan membeli pada seseorang. Sebaliknya, semakin rendah harga diri maka cenderung memiliki rasional yang rendah keputusan membeli seseorang.

Kata Kunci: Harga Diri, Keputusan Membeli.

ABSTRACT

THE CORRELATION BETWEEN SELF ESTEEM WITH PURCHASE OF DECISION MAKING

Ernita Herawati

Faculty of Psychology

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2009

This research conducted in order to find out a correlation between self-esteem with purchase of decision making. The Hypothesis proposed that there is a positive correlation between self-esteem purchase of decision making.

The subject of this research are 60 students of various departments in the University of Sanata Dharma Yogyakarta, consisting of 37 women and 23 men. The data collecting is done through the distribution of self-esteem scale and the purchasing of decision making scale. The reliability coefficient of self-esteem scale is 0,958 and the purchasing of decision making scale is 0,937. To find out the correlation between self-esteem and the purchase of decision making uses the correlation technique by product moment from Carl Pearson.

The correlation coefficients (r) that obtained in this research is on the 0,457 at the level of significant 0,05 ($p < 0,05$). It means that there is a positive significant corelation between the self-esteem purchase of decision making. We can concluded that higher of individual self-esteem, that more rational purchase of decision making. In the other way, the lower of self-esteem, the purchase of desion making probably will be lower.

Keywords: Self-Esteem, Purchase of Decision Making.