

ABSTRAK

ARFIN DJUNAIDY ANWAR : *Hubungan Sikap Konsumen Wanita terhadap Penjual Pria dengan Keputusan Membeli Produk Underwear. Yogyakarta: Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2007.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan positif antara sikap konsumen wanita terhadap penjual pria dengan keputusan membeli produk *underwear*. Penelitian ini memiliki hipotesis yang berbunyi : Ada hubungan positif antara sikap konsumen wanita terhadap penjual pria dengan keputusan membeli produk *underwear*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional. Subjek penelitian adalah konsumen wanita yang akan membeli produk *underwear* pada pasar Tanah Abang Jakarta berjumlah 50 orang. Teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan skala dan angket. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Skala Sikap Konsumen Wanita terhadap Penjual Pria dan Angket Keputusan Membeli Produk *Underwear*. Metode analisis data adalah analisis statistik dengan teknik korelasi *product moment*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara sikap konsumen wanita terhadap penjual pria dengan keputusan membeli produk *underwear* dengan koefisien korelasi yaitu = 0,718 dengan signifikansi $p= 0.000$. Semakin positif sikap konsumen wanita terhadap penjual pria maka keputusan membeli produk *underwear* semakin tinggi. Sikap konsumen wanita terhadap penjual pria yang menjual produk *underwear* memberikan sumbangan efektif sebesar 51,5% terhadap keputusan membeli produk *underwear* dan dari faktor-faktor lain memberikan sumbangan sebesar 48,5% yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Sikap Konsumen Wanita terhadap Penjual Pria, Keputusan Membeli Produk Underwear

ABSTRACT

ARFIN DJUNAIDY ANWAR : *The Relationship Between Women Consumer's Attitude to Man Seller with Buying Underwear Products Decision*. Yogyakarta: Departement of Psychology, Faculty of Psychology, Sanata Dharma University , Yogyakarta, 2007.

The objective of the research was to find out whether there is a positive relationship between women consumer's attitude to man seller and buying underwear products decision. The hypothesis there is a positive relationship between women consumer's attitude to man seller and the decision to buy underwear products. This research was a correlation research kind. The subject of this research were 50 women consumer who will buy underwear products at Tanah Abang Jakarta market. The sampling technique was *accidental sampling*, which means that the method used to collect data is by using scale and enquette (questioner). The scale used in this research is Woman Consumer's Attitude Scale to Man Seller and Decision Buys Products Underwear Enquette (Questioner). The data analytical method is statistical analysis with *product moment* correlation technique.

The result of this research indicates that there positive and significant relationship between women consumer's attitude to man seller with buying underwear products decision with correlation coefficient = 0,718 with significant $p= 0000$. When the women consumer's positive attitude to man seller is higher, than the decision to buy underwear products is also higher. Women consumer's attitude to man seller who sold underwear products give 51.5% effective contribution to buy underwear products decision, and from other factors give about 48.5% contribution which not considered in this research.

Keyword : Women Consumer's Attitude to Man Seller, Buying Underwear Products Decision