

## ABSTRAK

Budianto, Zephany Aurelia, 2025. Hubungan antara harga diri (*self esteem*) dengan pembelian impulsif (*impulsive buying*) produk *fashion* pada mahasiswa. Skripsi. Yogyakarta: Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri (*self-esteem*) dengan perilaku pembelian impulsif (*impulsive buying*) produk *fashion* pada mahasiswa yang berusia 18-21 tahun. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang signifikan dan negatif antara harga diri dengan pembelian impulsif ( $H_a$ ). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik *non-probability convenience sampling*. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah 384 mahasiswa dari berbagai universitas di Indonesia. Alat ukur penelitian ini disusun oleh peneliti dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian yang terdiri dari dua alat pengukuran, yaitu skala harga diri berdasarkan aspek harga diri menurut Coopersmith (1967) (36 item,  $\alpha = 0,922$  dan skala pembelian impulsif produk *fashion* berdasarkan aspeknya menurut Verplanken dan Herabadi (2001) (34 item,  $\alpha = 0,924$ ). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah teknik korelasi *Spearman Rho* karena data yang didapatkan tidak normal. Hasil analisis data menunjukkan koefisien korelasi sebesar  $r = -0,849$  dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,005$ ). Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara harga diri dengan pembelian impulsif produk *fashion*.

Kata kunci: mahasiswa, remaja akhir, harga diri, pembelian impulsif, *fashion*

### ABSTRACT

Budianto, Zephany Aurelia, 2025. The relationship between self-esteem and impulsive buying of *fashion* products on college students. Thesis. Yogyakarta: Psychology, Faculty of Psychology, Sanata Dharma University.

*This study aims to determine the relationship between self-esteem and impulsive buying behavior of fashion products on university students aged 18-21 years. The hypothesis in this study is that there is a significant negative relationship between self-esteem and impulsive buying ( $H_a$ ). This study uses a quantitative correlational approach with a non-probability convenience sampling technique. Respondents who participated in this study were 384 students from various universities in Indonesia. The measuring instrument used in this study was a self-esteem scale based on aspects of self-esteem according to Coopersmith (1967) (36 items,  $\alpha = 0.922$  and an impulsive buying scale based on its aspects according to Verplanken and Herabadi (2001) (34 items,  $\alpha = 0.924$ ). The data analysis technique used in the study was the Spearman Rho correlation technique because the data obtained were not normal. The results of the data analysis showed a correlation coefficient of  $r = -0.849$  and a significance value of 0.000 ( $p < 0.005$ ). There is a significant negative relationship between self-esteem and impulsive buying of fashion products.*

*Key words: college students, late adolescents, self-esteem, impulsive buying, fashion*