Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Pengaruh self-esteem dan the love of money terhadap perilaku membeli barang berdasarkan merek

Vera Ersi, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20287477&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
Latar belakang penelitian ini adalah konsumen dipengaruhi oleh banyak hal dalam membeli barang seperti self-esteem, yaitu suatu penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri yang menggambarkan sikap suka atau tidak suka akan keberadaan dirinya, dan The Love of Money yaitu sikap seseorang terhadap uang yang menilai uang sebagai simbol rich, success, motivator, dan important.
Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan seberapa kuat pengaruh self-esteem dan The Love of Money terhadap perilaku membeli barang berdasarkan merek.
Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sampel penelitian sebanyak 57 orang yang terbagi dalam kelompok konsumen yang membeli berdasarkan merek (23 orang) dan kelompok konsumen yang membeli tidak berdasarkan merek (34 orang). Penelitian ini menggunakan alat ukur Money Ethics Scale (Tang, 2001), Rosenberg Self-Esteem Scale (Rosenberg, 1965), dan alat ukur membeli barang yang dibuat peneliti untuk penelitian ini. Multiple regression digunakan untuk melihat besar pengaruh self-esteem dan the love of money terhadap perilaku membeli barang.
Hasil penelitian menunjukkan bahwa Self-esteem dan the Love of Money tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku membeli barang baik berdasarkan merek maupun tidak berdasarkan merek.
Peneliti menyarankan untuk memperbanyak jumlah sample, mempertimbangkan variabel lain yang mempengaruhi perilaku membeli barang, dan meneliti kelompok konsumen lain seperti konsumen remaja, artis dan lain-lain. Juga disarankan untuk melakukan penelitian pada variabel se/f yang lain seperti self-monitoring dan lain-lain.