



Digital Receipt

This receipt acknowledges that **Turnitin** received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

30%

SIMILARITY INDEX

Submission author: Shabrina Mutiarta Putri
Assignment title: JURNAL
Submission title: Harga Diri dan Konformitas Terhadap Pembelian Impulsif B...
File name: 070122_Journal_Shabrina_5_JAN_22.docx
File size: 284.73K
Page count: 22
Word count: 7,663
Character count: 47,849
Submission date: 07-Jan-2022 07:21AM (UTC+0700)
Submission ID: 1738310960

Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Phil I Ketut Gunawan, MA.
NIP. 19631222 199002 1 001

	Psikoborneo Jurnal Ilmiah Psikologi Volume xx No xx Mouth Year: hhh-hhh DOI: 10.30872/psikoborneo	p-ISSN: 2477-2666 e-ISSN: 2477-2674
Harga Diri dan Konformitas Terhadap Pembelian Impulsif Barang Tiruan Produk Mode pada Remaja		
Shabrina Mutiarta Putri ¹ , Ayunda Ramadhani ² , Miranti Rasyid ³ ^{1,2,3} Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman Email: Shabrinamutiarta@gmail.com		
Article Info Article history: Received January 5, 2022 Revised January 5, 2022 Accepted January, 2022 Keywords: Self-esteem Conformity Impulsive Buying	ABSTRACT This study aimed to determine the impact of self-esteem and conformity on impulsive buying counterfeit fashion product of teenagers. This study used quantitative approach. Research population consist of 150 and consist of 92 teenagers that chosen using purposive sampling method. Data collection method used in this study is impulsive buying, self-esteem and conformity scale. Research data analyzed with multiple linear regression by the program Statistical Package for Social Science (SPSS) 25.0 for Windows. The results showed that: (1) there is significant impact of self-esteem and conformity towards impulsive buying with $F = 37.800$, $R^2 = 0.459$, $p = 0.000$; (2) there is a significant impact of self-esteem on impulsive buying with beta coefficient = 0.79, and t count < t table ($2.077 < 1.987$) and p value = 0.041 ($p < 0.05$); (3) there is a significant impact of conformity on impulsive buying with beta coefficient = 0.583, t count > t table ($5.779 > 1.987$) and P value = 0.000 ($p < 0.05$). Contribution of self-esteem and conformity on impulsive buying of teenagers in Indonesia amounted to 0.459 (45.9 percent).	
ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga diri dan konformitas terhadap pembelian impulsif barang tiruan produk mode pada remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah 150 remaja dan sampel pada penelitian ini adalah 92 remaja di Indonesia yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala pembelian impulsif, harga diri dan konformitas. Teknik analisa data menggunakan uji analisis regresi linear berganda dengan bantuan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 25.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) ada pengaruh harga diri dan konformitas terhadap pembelian impulsif yaitu dengan nilai $F = 37.800$, $R^2 = 0.459$, $p = 0.000$; (2) ada pengaruh signifikan harga diri terhadap pembelian impulsif dengan koefisien beta = 0.79, serta nilai t hitung < t tabel ($2.077 < 1.987$) dan nilai $p = 0.041$ ($p < 0.05$); (3) ada pengaruh signifikan konformitas terhadap pembelian impulsif dengan nilai koefisien beta = 0.583, nilai t hitung > t tabel ($5.779 > 1.987$) dan nilai $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Kontribusi harga diri dan konformitas dengan pembelian impulsif pada remaja adalah sebesar 0.459 (45.9 persen).	Kata kunci Harga Diri Konformitas Pembelian Impulsif	
Corresponding Author: Ayunda Ramadhani, M.Psi., Psikolog Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman Email: ayundarame@gmail.com		