

Elinda Purnomo (2004). **Hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Perilaku Membeli Pakaian Bermerek Pada Model di Surabaya**. Skripsi Sarjana S-1 Surabaya : Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

ABSTRAK

Seiring dengan majunya perekonomian Indonesia dewasa ini, para pengusaha saling berlomba-lomba dalam menciptakan suatu barang atau produk yang menguasai pasar dan mempengaruhi perilaku konsumen masyarakat khususnya para model yang selalu mengikuti perkembangan jaman merasa dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dengan jaman. Agar dapat diterima oleh masyarakat, terutama oleh kelompoknya, maka para model banyak melakukan perubahan terhadap dirinya, seperti penampilan, gaya, apa yang digunakannya dan sebagainya. Selain dapat diterima oleh kelompoknya, model mengharapkan dapat meningkatkan kepercayaan dirinya dengan membeli barang-barang dengan merek tertentu. Dalam penelitian ini ingin melihat apakah ada hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku membeli pakaian bermerek pada model *freelance* dan model *agency*.

Penelitian yang dilakukan bersifat korelasional. Populasinya adalah seluruh model *freelance* dan model *agency* di Surabaya. Dari populasi didapat 50 model *agency* dan 50 *freelance*. Untuk pengambilan sampel digunakan teknik *Incidental Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan dianalisis dengan teknik statistik. Parametrik *Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi yang bergerak mulai dari $r = 0,269 - r = 0,392$ dengan $p < 0,05$ antara kepercayaan diri dengan membeli pakaian bermerek pada model *freelance* kecuali pada tahap hasil. Sedangkan pada model *agency* semua tahap memiliki $p > 0,05$ yang menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antara kepercayaan diri dengan perilaku membeli pakaian bermerek.