

Astrid Agustien Petrusz. (5030220). Hubungan antara Citra Toko (*Store Image*) Toko Pernak-Pernik dan Aksesoris dengan Perilaku Membeli secara Impulsif (*Impulsive Buying*) pada Remaja Putri. Skripsi. Sarjana Strata 1. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Laboratorium Psikologi Sosial (2008).

INTISARI

Saat ini kebutuhan dan keinginan seseorang akan memiliki suatu barang akan membuatnya menjadi konsumen yang selalu ingin memenuhi kebutuhannya. Fenomena yang terjadi adalah adanya kebutuhan dan keinginan yang dimiliki oleh wanita terhadap fashion dan tren-tren lain yang mendukung seseorang konsumen remaja putri untuk membeli suatu produk tanpa mempertimbangkan faktor perlu atau tidaknya produk tersebut. Produk *fashion* dan aksesoris sebagai penunjang penampilan fisik seseorang merupakan produk yang paling banyak diminati oleh para konsumen remaja putri. Toko pernak-pernik yang ada seperti Stroberi, Naughty, How R U, Bunga, dsb menjadi beberapa pilihan yang sedang menjamur saat ini dan digemari oleh kalangan para remaja putri sebagai tempat untuk membeli berbagai pernak-pernik dan aksesoris. Saat remaja putri terdorong untuk membeli dan selanjutnya membeli tanpa adanya perencanaan maka muncullah perilaku *impulsive buying*. Banyak faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku ini namun penelitian ini akan melihat dari faktor toko pernak-pernik itu sendiri.

Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui apakah ada hubungan antara citra toko (*store image*) pernak-pernik dan aksesoris tersebut dengan munculnya perilaku membeli secara impulsif terhadap produk toko pada diri remaja putri sebagai target konsumen dari toko tersebut. Subjek penelitian ini berjumlah 83 orang yang terdiri dari mahasiswi dan siswi SMU sebagai konsumen toko pernak-pernik dan aksesoris. Teknik yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan menyebar angket terbuka dan tertutup dengan skala Likert. Data yang ada selanjutnya diolah dengan menggunakan korelasi Product-Moment.

Hasilnya adalah ada hubungan positif antara citra toko (*store image*) toko pernak-pernik dengan perilaku *impulsive buying* dengan nilai koefisien sebesar 0.307 dengan nilai sig. 0.005, yang berarti semakin tinggi citra toko pernak-pernik yang dimiliki oleh remaja putri maka semakin tinggi perilaku *impulsive buying*. Sebanyak 51.8% subjek penelitian memiliki citra toko pernak-pernik dan aksesoris yang tinggi dan sebanyak 42.2% subjek memiliki perilaku *impulsive buying* yang tinggi. Penelitian ini juga menemukan beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku *impulsive buying*, yaitu frekuensi subjek pergi ke toko pernak-pernik, ada atau tidaknya perencanaan sebelum berbelanja serta dengan siapa subjek berbelanja.

Kata kunci : Toko pernak-pernik, citra toko pernak-pernik, perilaku *impulsive buying*, remaja putri