

**HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP *BRAND MINDED*  
DENGAN INTENSI MEMBELI PRODUK *FASHION* TIRUAN  
BERMEREK EKSKLUSIF PADA REMAJA PUTRI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**



**Oleh :**

**RESTI ATHHARDI WIJAYA**

**NBI : 510804198**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA  
2014**

## **TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**NAMA : RESTI ATHHARDI WIJAYA**  
**NBI : 510804198**  
**JUDUL : HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP *BRAND MINDED***  
**DENGAN INTENSI MEMBELI PRODUK *FASHION* TIRUAN**  
**BERMEREK EKSKLUSIF PADA REMAJA PUTRI**

**Surabaya, Januari 2014**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Prof. Dr. M. As'ad Djalali, SU**

**Diah Sofiah, S.Psi., M.Si**

## **TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**

**Pada tanggal : Januari 2014**

**Dewan Penguji :**

1. **Dyan Evita Santi, S.Psi., M.Si** \_\_\_\_\_
2. **Prof. Dr. M. As'ad Djalali, SU** \_\_\_\_\_
3. **Diah Sofiah, S.Psi., M.Si** \_\_\_\_\_

**Mengesahkan  
Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945 surabaya  
Dekan,**

**Dr. Suroso, MS**

## SURAT PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, Januari 2014

Resti Athhardi Wijaya

510804198

## Motto

*“Percaya, bahwa apapun yang ada di bawah kolong langit ini, ada masanya”*

*“ Tak ada yang jatuh dari langit dengan cuma-cuma semua usaha dan doa”*

*“ Sebaik-baiknya rencana, rencana indah Tuhanlah yang jadi”*

## PERSEMBAHAN

*Karya sederhanaku ini kupersembahkan kepada :*

*Kedua orang tuaku, yang telah memberikan kepercayaan penuh kepadaku dalam menjalani kehidupan hingga saat ini. Dalam jauh, terimakasih untuk semua doa, motivasi, kasih sayang, dan untuk semua yang telah Papa Mama berikan.*

*Sahabat-sahabatku, yang tanpa kalian sebagai penguatku dalam menjalani kehidupan, aku tidak akan sampai pada hari dimana aku menulis kata-kata ini*

*Dan kepada diri sendiri, yang selalu berusaha menguatkan tanpa pernah lelah dan bersedia menjalani setiap kebaikan Tuhan di dalam hidup*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.....

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia, kemudahan dan kelancaran-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “HUBUNGAN GAYA HIDUP *BRAND MINDED* DENGAN INTENSI MEMBELI PRODUK *FASHION* TIRUAN BERMEREK PADA REMAJA PUTRI”.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata-1 Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang senantiasa mengasihi, melindungi dan merahmati kehidupan penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Prof. Dr. Drg. Hj. Ida Ayu Brahmasari, Dipl, DHE, MPE. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945.
3. Bapak Dr. Suroso, MS selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Bapak Prof. Dr. M. As'ad Djalali, SU selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan senantia samemberikan

kesempatan kepada penulis untuk belajar banyak hal sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Diah Sofiah, S.Psi, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktu untuk membimbing penulis dan menjadi motivator penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Dr. Muhammad Farid, MS yang telah membagikan sebagian ilmu statistiknya kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Drs. Djoko Budi Utomo, MS yang membantu dalam proses menganalisis data.
8. Ibu Hilda Irmawaty, MSi selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan masukan-masukan selama perkuliahan.
9. Segenap Dosen Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang secara langsung maupun tidak langsung telah membimbing dan mengarahkan penulis selama kuliah di Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
10. Orang Tua penulis, Bapak Hadi Santoso dan Ibu Dwi Ardei Dompas yang walaupun tidak dapat bertemu setiap waktu, senantiasa mendoakan dan mengasihi penulis dan menjadi alasan untuk penulis agar terus maju menggapai cita-cita.
11. Adik tersayang, Yayang yang selalu memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menjadi lebih dewasa.
12. Nenek Sutarin yang telah menjaga, mengasihi, dan senantiasa sabar mendampingi penulis dalam perjalanan menuju kedewasaan



13. M. Ibnu Adam beserta keluarga yang telah menjadi partner penulis dalam perjalanan panjang menemukan idealism kedewasaan dan menjadikan penulis mengerti akan arti kasih sayang dan keluarga.
14. Wahyu Sopiya Asri Wijayanti yang telah menjadi sahabat dalam segala hal, menjadi teman diskusi, bertukar pikiran, meminta nasehat, dan yang selalu menemani walaupun berada jauh dari penulis
15. Sahabat-sahabat penulis, Anindita Rahmawati Puji, Dita Surya, Ellok Desta Permadani, Efi Triastutik, M. Angga Bayu, M. Zaid Ghazali, Niswah Cohnita, Sekar Mutiara Negari Pristika, dan Wahyu Sopiya yang selalu menjadi penyemangat dalam situasi apapun dan menjadi pelengkap cerita di kampus ini.
16. Teman-teman seangkatan Fakultas Psikologi tahun angkatan 2008 yang telah menjadi teman dalam perkuliahan dan saling berbagi ilmu, Mbak Sinta, Ika Handoyo, Yoga, Deni, Alm. Mas Arul, Sindu, Mbak Leni, Mbak Iyas, Mbak Kris dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu
17. Agen-agen yang telah membantu dalam mengambil data, Fitri, Risma, Nidia, Anita, Dian, Elok,
18. Kakak tingkat dan adik tingkat yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
19. BEM Fakultas Psikologi yang telah memberikan penulis begitu banyak pengalaman, pembelajaran, dan suka cita berorganisasi

20. Dan seluruh orang-orang yang penulis sayangi dan menyayangi penulis yang selalu mendukung, mendoakan, menjadi semangat dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi ilmu pengetahuan dan dapat berguna bagi pihak-pihak lain.

Surabaya, Januari 2014

Resti Athhardi Wijaya

### **Abstraksi**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup brand minded dengan intensi membeli produk fashion tiruan bermerek eksklusif pada remaja putri. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X) yaitu gaya hidup brand minded dan intensi membeli produk fashion tiruan bermerek eksklusif sebagai variabel terikat (Y). Subyek penelitian ini adalah remaja putri yang berusia 16 sampai 19 tahun di Surabaya. Pengambilan data dilaksanakan dengan memberikan skala gaya hidup brand minded dan skala intensi membeli produk fashion tiruan bermerek eksklusif kepada 100 orang remaja putri. Jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan mengenai variabel yang diteliti dalam penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan Product Moment dengan bantuan program SPSS versi 20. Analisa data dilakukan melalui uji normalitas sebaran dan uji linieritas hubungan, selanjutnya dilakukan pengujian hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment. Hasil perhitungan analisis data penelitian menunjukkan Koefisien Korelasi Product Moment Pearson (rxy) sebesar = 0,141 pada taraf signifikansi  $p = 0,162$  yang berarti bahwa variabel bebas (X) yaitu gaya hidup brand minded tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel terikat (Y) intensi membeli produk fashion tiruan beremerek eksklusif, sehingga hipotesa penelitian yang menyatakan “Ada hubungan positif antara gaya hidup brand minded dengan intensi membeli produk fashion tiruan bermerek eksklusif” ditolak. Artinya gaya hidup brand minded tidak mempengaruhi intensi membeli produk fashion tiruan bermerek eksklusif pada remaja putri.*

*Kata Kunci : gaya hidup brand minded, intensi membeli produk fashion tiruan bermerek eksklusif*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABTRAKSI.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I .....	:
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II : LANDASAN TEORI.....	13
A. Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i>	

Tiruan Bermerek Eksklusif.....	13
1. Pengertian Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i>	
Tiruan Bermerek Eksklusif .....	xii 13
2. Aspek- aspek Intensi Membeli .....	18
3. Determinan Intensi Membeli .....	19
4. Pengukuran Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i>	
Tiruan Bermerek Eksklusif .....	22
B. Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	26
1. Pengertian Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	26
2. Dimensi Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	27
3. Pengukuran Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	29
C. Remaja.....	33
1. Pengertian Remaja Putri.....	33
2. Perubahan-perubahan yang Terjadi	
Pada Masa Remaja.....	36
3. Tugas-tugas Perkembangan Remaja.....	38
D. Hubungan Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> dengan Intensi	
Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif	
Pada Remaja Putri.....	40
E. Hipotesis Penelitian.....	44
BAB III : METODE PENELITIAN.....	45
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	45
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46

1. Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i>	
Tiruan Bermerek Eksklusif.....	47
2. Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	49
C. Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel.....	49
1. Karakteristik Subyek Penelitian.....	49
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3. Jumlah Sampel Penelitian.....	50
D. Metode Pengumpulan Data.....	50
1. Skala Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i>	
Tiruan Bermerek Eksklusif.....	53
2. Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	55
E. Uji Coba Alat Ukur.....	57
1. Uji Validitas.....	57
2. Uji Daya Beda Aitem.....	57
3. Uji Reliabilitas.....	58
F. Hasil Uji Coba Alat Ukur.....	59
1. Hasil Uji Coba Skala Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i>	
Tiruan Bermerek Eksklusif.....	59
2. Hasil Uji Coba Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	60
G. Metode Analisa Data.....	62
1. Uji Prasyarat Analisis.....	63
2. Teknik Analisa Data.....	64

BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
	A. Pelaksanaan Penelitian.....	67
	B. Hasil Penelitian.....	67
	C. Pembahasan.....	68
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
	A. Kesimpulan.....	72
	B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		75
LAMPIRAN.....		80

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.	Kategori AIO dari Studi Gaya Hidup .....	28
Tabel 2.	Blue Print Skala Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif.....	54
Tabel 3.	Blue Print Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	56
Tabel 4.	Blue Print Skala Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif Sebelum Uji Coba.....	59
Tabel 5.	Blue Print Skala Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif Setelah Uji Coba.....	60
Tabel 6.	Blue Print Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> Sebelum Uji Coba.....	61
Tabel 7.	Blue Print Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> Setelah Uji Coba.....	62
Tabel 8.	NormalitasSebaran Variabel Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif.....	63
Tabel 9.	Linieritas Hubungan Kedua Variabel.....	64
Table 10.	Korelasi Kedua Variabel .....	66



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 : <i>Theory of Planned Behavior</i> yang Dikaitkan dengan Penelitian.....	22
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	83
Skala Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif.....	86
Tabulasi Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	90
Tabulasi Skala Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif...	96
Data Penelitian.....	102
Uji Instrumen Skala Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif.....	103
Uji Instrumen Skala Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .....	107
Uji Normalitas Sebaran Variabel Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif.....	111
Uji Linieritas Hubungan Variabel Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> (X) Dengan Variabel Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif (Y).....	114
Uji Korelasi Lugas Variabel Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> (X) Dengan Variabel Intensi Membeli Produk <i>Fashion</i> Tiruan Bermerek Eksklusif (Y).....	117