

HUBUNGAN ANTARA PENYESUAIAN SOSIAL DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN BARANG BERMEREK PADA REMAJA PUTRI DI
SEMARANG

Oleh :
Alifia Nisaur Rahmah
Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara penyesuaian sosial dengan keputusan pembelian pada remaja putri di Semarang. Keputusan pembelian adalah perilaku yang dilakukan seseorang untuk mencari solusi dan memutuskan membeli atau tidaknya terhadap suatu barang sedangkan penyesuaian sosial adalah kemampuan seseorang dalam menjalin hubungan dengan orang lain, dengan memahami, menghormati dan menghargai lingkungan sekitar.

Variabel ini diteliti dengan menggunakan skala keputusan pembelian berdasarkan aspek yang dikembangkan oleh Swastha dan skala penyesuaian sosial yang dikembangkan oleh Schneiders. Hipotesis yang diajukan yaitu terdapat hubungan yang positif antara penyesuaian sosial dengan keputusan pembelian barang bermerek pada siswi SMA Negeri 1 Semarang.

Subjek penelitian ini yaitu 65 siswi kelas XI di SMA Negeri 1 Semarang. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan korelasi *produk moment* yang dikembangkan oleh *Karl Pearson*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara keputusan pembelian dengan penyesuaian sosial berdasarkan hasil analisis statistik diperoleh nilai hasil nilai r_{xy} sebesar 0,272 dan signifikansi $p = 0,029$ ($p < 0,05$).

Kata kunci : keputusan pembelian, penyesuaian sosial.

**RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL ADJUSTMENT WITH
BUYING DECISION GOOD BRANDED TO WOMEN
STUDENT IN SEMARANG**

By :
Alifia Nisaur Rahmah
Psychology Faculty of Sultan Agung Islamic University

ABSTRACT

This study have purpose to examine a correlation between social adjustment with buying decision a women student in Semarang. The subject of this research is the students of class XI in SMA Negeri 1 Semarang. Buying decision is doing a behaviour for search solution and decision to buy or no in a thing. While social adjustment is someone ability for build a relationship with other for understand, respect and appreciate surrounding.

Research variables were measured using a buying decision scole used aspect Swastha and social adjustment scale used aspect Schneiders hypothesis in this research is there a positive corelations between buying decisions and social adjustment a women student in Semarang.

Subject were 65 women student at XI grade in Semarang state senior high school. Data were analyzed using a *product moment* analysis by *Karl Pearson*. The result is there a significant relation between a buying decision with a social adjustment based on statistic analyze with correlation $r_{xy} = 0,272$ and signification $p = 0,029$ ($p < 0,05$) rsquare 0,075 and signification 0,027 ($p < 0,05$).

Keyword : buying decision, social adjustment.