

**HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI DAN  
KONSEP DIRI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SCARLETT WHITENING SECARA *ONLINE***

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Psikologi



Disusun Oleh:

NUR MEITA ISTIQOMAH

2017-60-088

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2023**

**HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI DAN  
KONSEP DIRI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SCARLETT WHITENING SECARA *ONLINE***

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Psikologi



Disusun oleh:

**NUR MEITA ISTIQOMAH**

**2017-60-088**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus Dan Diterima Untuk Memenuhi  
Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi  
Pada Tanggal: 01 Maret 2023



Mengesahkan Fakultas Psikologi  
Universitas Muria Kudus  
Dekan  
Iranita Hery Mahardayani, S.Psi, M.Psi

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Mohammad Khasan, S.Psi., M.Si

2. Dr. Dhini Rama Dhanita, S.Psi., M.Si

3. Rr. Dwi Astuti, S.Psi., M.Psi

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI DAN KONSEP DIRI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING  
SECARA ONLINE**



Mohammad Khasan, S.Psi., M.Si

Tanggal 14 Februari 2023

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segenap kasih dan doa karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

Keluarga tercinta dan Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus.

Terimakasih pahlawanku.



## MOTTO

“Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS Al-Insyirah: 8)

“Tidak mustahil bagi orang biasa untuk menjadi luar biasa”

(Elon Musk)



## PRAKATA

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur senantiasa tercurah kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-NYA, sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan.

Berikut limpahan rahmat dan karunia Allah SWT kepada penulis, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Kelompok Referensi dan Konsep Diri dengan Keputusan Pembelian Scarlett Whitening secara *Online*” untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh derajat Sarjana Psikologi.

Dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Karena itu pada kesempatan ini penulis dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Iranita Hervi Mahardayani S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Mohammad Khasan, S.Psi., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus yang baik hati membagi pengetahuan dan pengalaman selama menimba ilmu di Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus.

4. Bapak, Ibu, dan kakak yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya kepada penulis.
5. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan motivasinya.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat memberikan sedikit kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.



Demak, 5 Februari 2023

Penulis

Nur Meita Istiqomah



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO .....	vi
PRAKATA .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian .....	11
C. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Keputusan Pembelian.....	12
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	12
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	13

3.	Aspek-Aspek Keputusan Pembelian.....	18
B.	Kelompok Referensi.....	22
1.	Pengertian Kelompok Referensi .....	22
2.	Aspek-Aspek Kelompok Referensi .....	22
C.	Konsep Diri .....	25
1.	Pengertian Konsep Diri.....	25
2.	Aspek-Aspek Konsep Diri .....	26
D.	Hubungan Kelompok Referensi dan Konsep Diri dengan Keputusan Pembelian .....	28
E.	Hipotesis Penelitian.....	34
1.	Hipotesis Mayor.....	34
2.	Hipotesis Minor .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		
A.	Identifikasi Variabel.....	36
B.	Definisi Operasional Variabel.....	37
1.	Keputusan Pembelian .....	37
2.	Kelompok Referensi .....	38
3.	Konsep Diri.....	38
C.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
1.	Populasi.....	39
2.	Sampel .....	39

D. Metode Pengumpulan Data .....	40
1. Skala Keputusan Pembelian.....	41
2. Skala Kelompok Referensi .....	42
3. Skala Konsep Diri.....	42
E. Validitas dan Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Uji Validitas.....	43
2. Uji Reliabilitas .....	43
F. Metode Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b> .....	
A. Orientasi Kanchah Penelitian.....	45
B. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian.....	45
1. Persiapan Alat Pengumpulan Data .....	45
2. Pelaksanaan Penelitian.....	48
C. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas.....	49
1. Perhitungan Validitas.....	49
2. Perhitungan Reliabilitas.....	51
D. Analisis Data .....	52
1. Uji Normalitas.....	52
2. Uji Linieritas .....	53
3. Uji Hipotesis .....	54
E. Pembahasan.....	56

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan ..... 62

B. Saran..... 62

**DAFTAR PUSTAKA ..... 63**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Blue Print Skala Keputusan Pembelian .....	41
Tabel 2 Blue Print Skala Kelompok Referensi .....	42
Tabel 3 <i>Blueprint</i> Skala Konsep Diri .....	43
Tabel 4 <i>Blueprint</i> Skala Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 5 <i>Blueprint</i> Skala Kelompok Referensi .....	47
Tabel 6 <i>Blueprint</i> Skala Konsep Diri .....	48
Tabel 7 Sebaran Item Skala Keputusan Pembelian Yang Valid Dan Gugur .....	50
Tabel 8 Sebaran Item Skala Kelompok Referensi Yang Valid Dan Gugur .....	51
Tabel 9 Sebaran Item Skala Keputusan Pembelian Yang Valid Dan Gugur .....	51
Tabel 10 Hasil Uji Normalitas .....	53
Tabel 11 Hasil Uji Linieritas I .....	53
Tabel 12 Hasil Uji Linieritas li .....	54
Tabel 13 Hasil Uji Hipotesis Mayor .....	54
Tabel 14 Hasil Analisis Korelasi .....	55
Tabel 15 Hasil Analisis Korelasi Konsep Diri Dengan Keputusan Pembelian ....	56

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Peningkatan Pengguna Internet di Indonesia.....4



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. SKALA PENELITIAN .....	71
A-1 Skala Penelitian Kelompok Referensi	
A-2 Skala Penelitian Konsep Diri	
A-3 Skala Penelitian Keputusan Pembelian	
LAMPIRAN B. DATA ANGKA KASAR .....	88
B-1 Data Kasar Kelompok Referensi	
B-2 Data Kasar Konsep Diri	
B-3 Data Kasar Keputusan Pembelian	
LAMPIRAN C. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	129
C-1 Hasil Validitas dan Reliabilitas Kelompok Referensi	
C-2 Hasil Validitas dan Reliabilitas Konsep Diri	
C-3 Hasil Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian	
LAMPIRAN D. DATA PENELITIAN.....	145
D-1 Data Penelitian Fix Kelompok Referensi	
D-2 Data Penelitian Fix Konsep Diri	
D-3 Data Penelitian Fix Keputusan Pembelian	
LAMPIRAN E. UJI ASUMSI .....	190
E-1 Uji Normalitas	
E-2 Uji Linieritas	
E-3 Analisis Regresi	
LAMPIRAN F. KATEGORISASI .....	199
F-1 Kategorisasi Standar Deviasi Kelompok Referensi	
F-2 Kategorisasi Standar Deviasi Konsep Diri	
F-3 Kategorisasi Standar Deviasi Keputusan Pembelian	
LAMPIRAN G. SCREENING JUDUL, FORM A, FORM B.....	209

**THE RELATIONSHIP BETWEEN REFERENCE GROUPS AND  
SELF-CONCEPT ON ONLINE PURCHASE DECISIONS  
OF SCARLETT WHITENING PRODUCTS**

**ABSTRACT**

*This study aims to empirically examine the relationship between the reference group and self-concept on the purchase decision of Scarlett Whitening. The research subjects were women using Scarlett Whitening products. The sampling technique used was purposive sampling and the measurement tools used to obtain data were purchase decision scales, group reference scales, and self-concept scales. The results of the correlation coefficient of the three variables  $R_{x1.2y}$  amounted to 0.344 with a significance value of 0.062 ( $p > 0.05$ ), an effective coefficient of 11.9%. This shows that the major hypothesis proposed is rejected, where the reference group (X1) and self-concept (X2) have no relationship with purchasing decisions (Y). The results of the analysis of the reference group variable (X1) with the purchase decision (Y) obtained  $R_{x1y}$  of 0.340 with a significance value of 0.010 ( $p < 0.05$ ) with an effective contribution of 11.6%. This shows that there is a significant positive relationship between the reference group and the purchasing decision of female Scarlett users who buy online, thus the first minor hypothesis proposed is accepted. The results of the analysis of the self-concept variable (X2) with the purchase decision (Y) obtained  $R_{x2y}$  of -0.061 with a significance value of 0.342 ( $p > 0.05$ ) with an effective fund of 0.04%. This shows that there is no relationship between self-concept and purchasing decisions for female Scarlett users who buy online, thus the second minor hypothesis is proposed.*

**Keyword:** *purchase decision, reference group, dan self concept*



# HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI DAN KONSEP DIRI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING SECARA *ONLINE*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empirik hubungan antara kelompok referensi dan konsep diri terhadap keputusan pembelian Scarlett Whitening. Subjek penelitian adalah perempuan pengguna produk Scarlett Whitening. Tehnik pengambilan sample yang digunakan yaitu *purposive sampling* dan alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data berupa skala keputusan pembelian, skala kelompok referensi, dan skala konsep diri. Hasil koefisien korelasi dari ketiga variabel  $R_{x1,2y}$  sebesar 0,344 dengan nilai signifikansi sebesar 0,062 ( $p>0,05$ ), sumbangan efektif sebesar 11,9%. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis mayor yang diajukan ditolak, dimana kelompok referensi (X1) dan konsep diri (X2) tidak terdapat hubungan dengan keputusan pembelian (Y). Hasil analisis variabel kelompok referensi (X1) dengan keputusan pembelian (Y) diperoleh  $R_{x1y}$  sebesar 0,340 dengan nilai signifikansi sebesar 0,010 ( $p<0,05$ ) dengan sumbangan efektif sebesar 11,6%. Hal ini menunjukkan ada hubungan positif yang signifikan antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian pada perempuan pengguna scarlett yang membeli secara *online*, dengan demikian hipotesis minor pertama yang diajukan diterima. Hasil analisis variabel konsep diri (X2) dengan keputusan pembelian (Y) diperoleh  $R_{x2y}$  sebesar - 0,061 dengan nilai signifikansi sebesar 0,342 ( $p>0,05$ ) dengan sumbangan efektif sebesar 0,04%. Hal tersebut menunjukkan tidak ada hubungan antara konsep diri dengan keputusan pembelian pada perempuan pengguna scarlett yang membeli secara *online*, dengan demikian hipotesis minor kedua yang diajukan ditolak.

***Kata kunci: kelompok referensi, keputusan pembelian, dan konsep diri***