

ABSTRAK

Kusumaningtyas, Ratih. 2009. *Kepercayaan Diri Remaja ditinjau dari Produk Fashion Bermerek yang Dipakai*. Skripsi, Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang. Skripsi ini dibawah bimbingan, Pembimbing I, Siti Nuzulia, S.Psi, M. Si, Pembimbing II, Liftiah, S.Psi, M.Si.

Kata kunci: kepercayaan diri, produk *fashion*

Pada dasarnya kepercayaan diri adalah suatu keadaan dalam diri individu yang berisi keyakinan, kemampuan, dan ketrampilan dalam dirinya untuk melakukan dan mencapai keberhasilan serta bertanggung jawab terhadap keputusan yang telah ditetapkan. Remaja yang memiliki masalah dalam kepercayaan diri (kurang atau tidak percaya diri) akan melakukan usaha untuk menutupi rasa kurang percaya dirinya tersebut, salah satunya dengan cara mengkonsumsi produk *fashion bermerek* terkenal (pakaian, parfum, kosmetik, dan sebagainya).

Permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini adalah apakah ada perbedaan tingkat kepercayaan diri remaja ditinjau dari pemakaian produk *fashion bermerek* terkenal dengan produk *fashion bermerek* biasa. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada perbedaan tingkat kepercayaan diri remaja ditinjau dari pemakaian produk *fashion bermerek* terkenal dengan produk *fashion bermerek* biasa. Pada penelitian ini yang termasuk produk *fashion bermerek* terkenal yaitu, *Rusty, Roxy, Quick silver, SpyderBilt, Escadda, Kenzo, Bvlgari, Hugo Bosh, Gosh, Adidas, Nike, Reebok, Converse*. Sedangkan yang termasuk produk *fashion bermerek* biasa yaitu, *Super-T, Nevada, JJ, Details, S-Club, Izzy, SHE, Vitalis, SixSense, Bata, Tomkins, Piero, Nevada*.

Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah komparatif. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *purposive sampel*. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa FIP jurusan Psikologi dan mahasiswa FE jurusan Ekonomi Pembangunan semester lima UNNES. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan skala kepercayaan diri yang sebelumnya 71 item telah dilakukan *tryout* dan diuji menggunakan *product moment* diperoleh $r > 0,05$ dan dinyatakan 58 item valid dan uji reliabilitas menggunakan *alpha* diperoleh 0,923.

Hasil penelitian menyatakan ada perbedaan tingkat kepercayaan diri antara remaja yang memakai produk *fashion bermerek* terkenal dengan remaja yang memakai produk *fashion bermerek* biasa. Kepercayaan diri pada remaja yang memakai produk *fashion bermerek* terkenal lebih tinggi (mean sebesar 172,8750) dibandingkan dengan kepercayaan diri remaja yang memakai produk *fashion bermerek* biasa (mean sebesar 141,6875).

Adapun saran bagi remaja, yaitu agar tetap percaya diri walaupun tidak memakai produk *fashion bermerek* terkenal. Bagi remaja yang mengkonsumsi produk *fashion bermerek* terkenal diharapkan agar tidak berperilaku konsumtif.