

ABSTRAK

Astri Philia. 2015. *Hubungan antara Neuroticsm (Big Five Personality) dengan Perilaku Konsumtif*. (Dibimbing oleh Dra. Sulis Mariyanti, Psi., M.Si dan Dra. Safitri, M.Si)

Mahasiswa dituntut untuk lebih mengutamakan urusan kuliah. Namun pada kenyataannya ada beberapa mahasiswa yang datang kuliah dengan penampilan yang glamour, berdandan atau berpenampilan berlebihan, dan cenderung berperilaku konsumtif. Salah faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian yang rentan terhadap emosi, dengan kecenderungan tipe kepribadian *neuroticsm*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara *neuroticsm* dengan perilaku konsumtif.

Penelitian ini bersifat kuantitatif non-eksperimental, dengan jumlah sampel sebesar 218 mahasiswa, menggunakan teknik sampel *accidental sampling*. Hasil uji validitas alat ukur *neuroticsm* (36 valid) dan perilaku konsumtif (24 valid). Koefisien reliabilitas (α) 0.943 untuk variabel *neuroticsm* dan (α) 0.946 untuk perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil uji statistik, diperoleh nilai sig.0.000 ($p < 0.05$) dengan korelasi (r) sebesar 0.520, artinya terdapat hubungan positif antara *neuroticsm* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Esa Unggul. *Neuroticsm* berpengaruh untuk berperilaku konsumtif sebesar 27% ($r^2 = 0.520 = 27\%$)

Kata Kunci : *Neuroticsm, Bif Five Personality, Perilaku Konsumtif, mahasiswa Esa Unggul*

ABSTRACT

Astri Philia. 2015. The correlations between Neuroticsm (Big Five Personality) and Consumer Behaviour. (Supervised by Dra. Sulis Mariyanti, Psi., M.Si and Dra. Safitri, M.Si)

Students are required to prioritize college affairs. But in fact there are some students who come to college with the appearance of glamor, dressed up or dressed redundant, and tend to behave consumptive. One of the factors that can influence consumer behavior is prone to emotional personality, with a tendency neuroticsm personality type. The purpose of this study was to determine the correlations between neuroticsm with consumer behavior.

This research is a quantitative non-experimental, with a sample size of 218 students, using a sampling technique accidental sampling. Validity test results measuring devices neuroticsm (36 valid) and consumer behavior (24 valid). The reliability coefficient (α) 0943 to the variable neuroticsm and (α) 0946 for consumer behavior.

Based on statistical test results, obtained sig.0.000 value ($p < 0.05$) with correlation (r) of 0520, meaning that there is a positive relationship between neuroticsm with consumer behavior in students Esa Unggul. Neuroticsm influence to behave consumption by 27% ($r^2 = 0520 = 27\%$)

Keywords: Neuroticsm, Bif Five Personality, Consumer Behavior, students Esa Unggul