

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dan konformitas dengan gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah adanya hubungan negatif antara konsep diri dengan gaya hidup *brand minded* dan adanya hubungan positif antara konformitas dengan gaya hidup *brand minded*. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 95 orang mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala konsep diri, skala konformitas dan skala gaya hidup *brand minded*, dengan menggunakan model skala *Likert* yang terdiri dari 4 alternatif jawaban. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi parametrik yaitu *product moment correlation* dari Karl Pearson dan teknik korelasi non-parametrik yaitu *Spearman correlation* dari Spearman. Berdasarkan hasil analisis data, pada uji hipotesis hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup *brand minded* diperoleh koefisien korelasi sebesar  $r_{xy} = -0,207$  ( $p \geq 0,022$ ) yang berarti terdapat hubungan negatif antara konsep diri dengan gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,043 atau sebesar 4,3% dan sisanya 95,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan, pada uji hipotesis hubungan antara konformitas dengan gaya hidup *brand minded* diperoleh koefisien korelasi sebesar  $r_{xy} = 0,424$  ( $p < 0,000$ ) yang berarti terdapat hubungan positif antara konformitas dengan gaya hidup *brand minded* pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,164 atau sebesar 16,4% dan sisanya 83,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** konsep diri, konformitas, gaya hidup *brand minded*

## ABSTRACT

*This study aimed to determine the relationship between self-concept and conformity with brand-minded lifestyle on students at the Faculty of Psychology, University of Mercu Buana Yogyakarta. The hypothesis proposed in this study was there was a negative relationship between self-concept and brand-minded lifestyle and a positive relationship between conformity and brand-minded lifestyle. The subjects in this study were 95 students at the Faculty of Psychology, University of Mercu Buana Yogyakarta. The data were collected using a self-concept scale, conformity scale and brand minded lifestyle scale, using a Likert scale model consisting of 4 alternative answers. The data analysis method used was the parametric correlation technique, namely the product moment correlation from Karl Pearson and the non-parametric correlation technique, namely the Spearman correlation from Spearman. Based on the results of data analysis, in the hypothesis test the relationship between self-concept and brand-minded lifestyle obtained a correlation coefficient of  $r_{xy} = -0.207$  ( $p \geq 0.022$ ) which means that there is a negative relationship between self-concept and brand-minded lifestyle on students at the Faculty of Psychology, University of Mercu. Buana Yogyakarta. The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.043 or 4.3% and the remaining 95.7% is influenced by other factors. Meanwhile, in the hypothesis test the relationship between conformity and brand-minded lifestyle obtained a correlation coefficient of  $r_{xy} = 0.424$  ( $p < 0.000$ ) which means that there is a positive relationship between conformity and brand-minded lifestyle among students at the Faculty of Psychology, University of Mercu Buana Yogyakarta. The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.164 or 16.4% and the remaining 83.6% is influenced by other factors.*

**Keywords:** *self-concept, conformity and brand-minded lifestyle*