

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* dan *Brand Image* terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA swasta X di kota Bandung. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak terjadi di masyarakat. Studi pendahuluan terhadap siswa SMA X di kota Bandung memang menunjukkan tingginya tingkat perilaku konsumtif yang dapat dilihat seperti pembelian item-item *fashion* dengan harga diatas 5 juta rupiah per-item, yang dipakai hanya untuk berangkat ke sekolah. Peneliti menduga adanya pengaruh dari *self-esteem* dan *Brand Image* yang menimbulkan perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan teori Rosenberg (1965) untuk *self-esteem*, Keller (1993) untuk *brand image* dan From (1995) untuk perilaku konsumtif. Penelitian menggunakan rancangan kuantitatif dengan metode kausalitas. Pengambilan data dengan kuesioner yang terdiri dari 3 buah skala yang menghasilkan data berskala ukur interval untuk ketiga variabel. Subjek penelitian berjumlah 200 orang berjenis kelamin laki-laki yang merupakan siswa SMA swasta X di kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara simultan *self-esteem* dan *Brand Image* terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien determinasi sebesar 67,3%. Tetapi tidak ada pengaruh secara parsial *self-esteem* terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA swasta X di kota Bandung.

Kata Kunci : *self-esteem, brand image, perilaku konsumtif.*

