

ABSTRAK

PENGARUH KONSEP DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA YANG MELAKUKAN BELANJA *ONLINE* DI PRODI GIZI UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG

Nauval Fadlurohman

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

Ps18.nauvalfadlurohman@mhs.ubpkarawang.ac.id

Mahasiswa merupakan kalangan yang cukup terkenal dengan teknologi dan dunia internet, sehingga fenomena belanja *online* sangat erat dengan dunia mereka. Pola konsumsi yang tinggi di kalangan mahasiswa cenderung untuk menjadi konsumtif, maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa yang melakukan belanja *online* di Prodi Gizi Universitas Singaperbangsa Karawang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif. Skala dalam penelitian ini yaitu skala konsep diri yang berjumlah 16 aitem dan skala perilaku konsumtif yang berjumlah 17 aitem. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Gizi yang berusia 18-21 tahun di Universitas Singaperbangsa Karawang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan metode *quota sampling*, proses analisis dibantu dengan SPSS 25.0 *for windows*. Jumlah subjek penelitian ini sebanyak 110 orang. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi sederhana pada variabel konsep diri terhadap perilaku konsumtif dengan hasil sig. $0,005 < 0,05$ sehingga hipotesis dalam penelitian ini yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya ada pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa yang melakukan belanja *online* di Prodi Gizi Universitas Singaperbangsa Karawang. Pada penelitian ini diketahui R^2 sebesar 0,069 yang berarti bahwa pengaruh yang disumbangkan oleh variabel konsep diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 6,9 % ($R^2 = 0,069$) dan 93,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Konsep Diri, Perilaku Konsumtif, Belanja *Online*,

ABSTRACT***THE EFFECT OF SELF-CONCEPT ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON STUDENTS WHO DO ONLINE SHOPPING AT THE NUTRITION STUDY PROGRAM SINGAPERBANGSA KARAWANG UNIVERSITY***

Nauval Fadlurohman

FACULTY OF PSYCHOLOGY BUANA PERJUANGAN KARAWANG UNIVERSITY

Ps18.nauvalfadlurohman@mhs.ubpkarawang.ac.id

Students are people who are quite famous for technology and the internet world, so the phenomenon of online shopping is very close to their world. High consumption patterns among students tend to be consumptive, therefore this study aims to determine the effect of self-concept on consumptive behavior in students who do online shopping at the Nutrition Study Program, Singaperbangsa Karawang University. The method used is quantitative associative. The scale in this study is the self-concept scale, which consists of 16 items and the consumptive behavior scale, which amounts to 17 items. The population in this study were students of the Nutrition Study Program aged 18-21 years at Singaperbangsa Karawang University. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with quota sampling method, the analysis process is assisted by SPSS 25.0 for windows. The number of subjects in this study were 110 people. Data analysis was carried out using a simple regression test on the self-concept variable on consumptive behavior with the results of sig. $0.005 < 0.05$ so that the hypothesis in this study is H_a accepted and H_0 rejected, which means that there is an influence of self-concept on consumptive behavior in students who do online shopping at the Nutrition Study Program, Singaperbangsa Karawang University. In this study, it is known that R square is 0.069 which means that the influence contributed by the self-concept variable on consumptive behavior is 6.9% ($R^2 = 0.069$) and the other 93.1% is influenced by other variables.

Keywords: self concept, consumptive behavior, online shopping