

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif belanja online pada siswa-siswi kelas XI SMAN 1 Cikampek. Salah satu sekolah negeri di kabupaten Karawang yang terakreditasi (A) penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kausal dengan metode pengambilan sampel *non probability sampling* dan jenis *sampling quota* dengan jumlah responden sebanyak 198 orang. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner atau angket dengan skala *likert* yang mana skala dari variabel konsep diri memiliki aitem sebanyak 21 butir dan skala dari variabel perilaku konsumtif memiliki aitem sebanyak 17 butir. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsep diri memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan nilai *sig.* 0,000 dan nilai *t* hitung - 5,594 lebih besar dari *t* tabel ($df=n-k$) sebesar 1,972. Nilai *t* hitung yang bersifat negatif menunjukkan bahwa pengaruh yang terjadi tidak searah atau semakin negatif konsep diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif dan sebaliknya, serta konsep diri memiliki sumbangan efektif terhadap perilaku konsumtif sebesar 13,8 %. Pada siswa-siswi SMAN 1 Cikampek.

Kata kunci: konsep diri, perilaku konsumtif, siswa-siswi SMA.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of self-concept on the consumer behavior of online shopping in class XI students of SMAN 1 Cikampek. One of the accredited (A) public schools in Karawang. this study is a causal quantitative study with a non-probability sampling method and a quota sampling type with a total of 198 respondents. Data were collected using a questionnaire with a Likert scale where the scale of the self-concept variable had as many 21 items and the scale of the consumer behavior variable had as many 17 items. The results of this study indicate that self-concept has an influence on consumer behavior with sig values. 0,000 and the calculated value of -5,594 is greater than t table ($df = n-k$) of 1,972. Negative t arithmetic shows that the contribution that occurs is not in the same direction or the more negative the self-concept, the higher consumptive behavior otherwise the more positive self-concept, the lowest consumptive behavior. and the self-concept has an effective contribution to the consumptive behavior of 13.8%. For students of SMAN 1 Cikampek.

Keyword : consumptive behavior, self-concept, senior high school students



