

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Novita Sidabutar
NIM : 201371123
Program/Lulusan : S1 Psikologi
Judul : Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif
Online Shopping Pada Mahasiswi Pengguna *Online*
Shopping Universitas Esa Unggul Jakarta Barat.

Jakarta, 07 September 2017

Dosen Pembimbing I

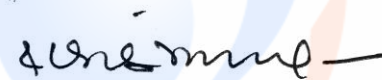
Dosen Pembimbing II


Dra. Sulis Mariyanti, M.Si., Psikolog


Dra. Safitri M, M.Si

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi


Dra. Sulis Mariyanti, M.Si., Psikolog

LEMBAR PENGESAHAN



Nama : Novita Sidabutar

NIM : 201371123

Program/Lulusan : S1 Psikologi

Telah dinyatakan Lulus Ujian Skripsi pada tanggal 07 September 2017 di hadapan
penguji dan pembimbing dibawah ini :

Tim Penguji,

Dra. Sulis Mariyanti, M.Si., Psikolog

(Ketua Penguji)

Yeny Duriana Wijaya, M.Psi., Psikolog

(Anggota I)

Aries Yulianto, S.Psi., M.Si

(Anggota II)

Jakarta, 07 September 2017

Universitas Esa Unggul

Dekan Fakultas Psikologi

Dra. Sulis Mariyanti, M.Si., Psikolog

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Pada Mahasiswi Pengguna *Online Shopping* Universitas Esa Unggul” adalah hasil karya sendiri bukan merupakan jiplakan dari karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Jakarta, 07 September 2017

Yang membuat pernyataan

Novita Sidabutar

201371123

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Anugrah yang diberikanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Pada Mahasiswi Reguler Universitas Esa Unggul Kebon Jeruk Jakarta Barat”.

Sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi agar dapat menyelesaikan program pendidikan sarjana (S-1) pada jurusan psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul dengan baik.

Dalam menyusun skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan dan arahan dari pihak-pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Esa Unggul, Dr. Ir. Arief Kusuma Among Praja, MBA yang telah mengorganisasi universitas sehingga mahasiswa dapat menikmati fasilitas yang baik.
2. Dra. Sulis Mariyanti, M.Psi, Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul serta dosen pembimbing penulis yang sudah banyak penulis repotkan namun tetap senantiasa membantu dan mendukung penulis dalam mengerjakan skripsi ini dengan penuh kelembutan dan kesabaran.

3. Dra. Safitri M., M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang sudah banyak membantu, membagikan dan menyarankan ilmunya dalam proses pengerjaan skripsi ini.
4. Kepada tim penguji Ibu Yeny dan Pak Aries terimakasih atas masukan-masukan yang telah kalian berikan sehingga skripsi ini lebih sempurna lagi.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul: Bu Yuli, Bu Win, Bu Amanah, Bu Sri, Bu Olive, Bu Lita, Bu Noven dan Mba Desi atas segala ilmu yang saya dapatkan selama kuliah.
6. Pak Dedi dari DAA, terima kasih telah bersedia membantu penulis dengan mengirimkandata akademik mahasiswi.
7. Kepala seluruh keluarga, dan saudara. Terutama kedua orangtuaku J.P Sidabutar dan T. Damanik yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan doa-doa untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
8. Kepada seluruh responden penelitian serta semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan penulis satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap tulisan ini dapat memberi manfaat bagi keilmuan dan pendidikan Indonesia.

Jakarta, September 2017

Penulis

ABSTRAK

Novita Sidabutar. 2017. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Pada Mahasiswi Pengguna Online Shopping di Universitas Esa Unggul. (Dibimbing oleh Dra. Sulis Mariyanti, M.Si., Psikolog dan Dra. Safitri, M.Si).

Maraknya *online shopping* kini memudahkan mahasiswi untuk membeli produk dan jasa yang diinginkan. Dengan kemudahan *online shopping* menyebabkan mahasiswi membeli tanpa memperhatikan kegunaan dari barang, sehingga sifatnya berlebihan atau yang dikenal dengan perilaku konsumtif. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konsep diri. Tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi Universitas Esa Unggul. Rancangan penelitian ini adalah kuantitatif non-eksperimental, teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 94 mahasiswi Universitas Esa Unggul. Alat ukur perilaku konsumtif *online shopping* dengan 32 item valid dan nilai reabilitas 0,942, sedangkan alat ukur konsep diri dengan 35 item valid dan nilai reabilitas 0,937. Hasil penelitian memperoleh nilai sig 0,307 ($p > 0,05$) dengan nilai R Square 0,011 artinya tidak terdapat pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi Universitas Esa Unggul, dengan pengaruh sebesar 1,1%. Hasil *one way anova* menunjukkan tidak ada pengaruh banyaknya belanja dalam sebulan dengan nilai sig ($p = 0,205$), tempat belanja *online* dengan nilai sig ($p = 0,806$), pengeluaran belanja perbulan dengan nilai sig ($p = 0,595$) dan barang yang paling sering dibeli di *online shopping* dengan nilai sig ($p = 0,253$) terhadap perilaku konsumtif *online shopping*,

Kata kunci: Online Shopping, Konsep Diri, Perilaku Konsumtif, mahasiswa perempuan

ABSTRACT

NovitaSidabutar. 2017. The Influence of Self Concept to the Consumptive's Habitude of the Online Shopping on women college students online shopping in EsaUnggul University. (Supervised by Dra. SulisMariyanti, M.Si, and Dra. Safitri, M.Si).

The online shopping is make easier for the students to buy some products and services that are wanted by them. It causes the student uncare about the function from each of the product and the service, so it is called a consumptive's habitude. One of the factor that influences a consumptive habitude is self-concept. The purpose of this research is to know the influences of self-concept to the consumptive's habitude of online shopping for the student of EsaUnggul University. The research method of this research is non-experimental quantitative research. The technic for samples are non-probability sampling with purposive sampling. The samples on this research are 94 students of EsaUnggulUnivercity. The measure instrument of consumptive's habitude of online shopping are 32 valid items and rehabilitee value are 0.942. Actually, the self-concept's measure instrument are 35 items and the rehabilitee are 0.937. The result of this research are sig value 0.307 ($p > 0.05$) with R Square value 0.011. It means that there is no influence of the self-concept for online shopping consumptive's habitude in the students of EsaUnggulUniversity. Its influence is 1.1%. The result of *one way anova* shows that there isn't influence for monthly shopping. It is sig value ($p = 0.205$), online shopping place's value is sig value ($p = 0.806$) and the outcome for monthly shopping is sig value ($p = 0.595$) for the online shopping consumptive's habitude and the most frequently purchased item in online shopping is the sig value 0.253 (> 0.05) for the online shopping consumptive's.

Keywords; Online Shopping, Self-Concept, Consumer Behavior, women college students

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vii
Abstract	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Bab I: Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Kerangka Berfikir	12
F. Hipotesis	14
Bab II : Tinjauan Teoritis	
A. Perilaku Konsumtif	15
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	15
2. Indikator Perilaku Konsumtif	16
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	17

a.	Faktor Eksternal	18
b.	Dukungan Internal	19
B.	Konsep Diri	21
1.	Pengertian Konsep Diri	21
2.	Dimensi Konsep Diri	22
a.	Dimensi Internal	22
b.	Dimensi Eksternal	25
3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri	26
C.	Online Shopping	27
1.	Penertian Online Shopping	27
2.	Keunggulan Belanja Secara Online	28
Bab III : Metode Penelitian		
A.	Rancangan Penelitian	30
B.	Variabel Penelitian	30
1.	Konsep Diri	31
2.	Perilaku Konsumtif	31
C.	Populasi dan Sampel Penelitian	32
1.	Populasi penelitian	32
2.	Sampel penelitian	32
3.	Teknik pengambilan sampel	33
D.	Instrumen Penelitian	33
1.	Jenis dan Tipe Alat Ukur	33
2.	Teknik Skoring	34

3. Kisi-kisi Alat Ukur	34
a. Perilaku Konsumtif	35
b. Konsep Diri	38
E. Pengujian Alat Ukur	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	40
F. Teknik Analisis Data	41
1. Uji	
Normalitas	41
2. Frekuensi	41
3. Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif	42
4. Gambaran Perilaku Konsumtif dengan Data Penunjang	42
G. Waktu dan Tempat Penelitian	43
H. Prosedur Pelaksanaan Penelitian	43
Bab IV : Hasil dan Pembahasan	
A. Gambaran Umum Sampel Penelitian	45
1. Banyaknya Belanja Dalam Sebulan	45
2. Tempat Belanja Online Shopping	46
3. Barang Yang Paling Sering dibeli	46
4. Pengeluaran Dalam sebulan	47
B. Analisis Data	48
1. Uji Validitas dan Reabilitas	48
2. Uji Normalitas	49

3. Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif _____	49
4. Gambaran perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau banyaknya belanja dalam sebulan _____	51
5. Gambaran perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau berdasarkan tempat belanja online _____	52
6. Gambaran perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau berdasarkan barang yang paling sering dibeli _____	53
7. Gambaran Perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau berdasarkan pengeluaran perbulan _____	54
C. Pembahasan _____	55
Bab V : Kesimpulan dan Saran	
A. Kesimpulan _____	59
B. Saran _____	60
Daftar Pustaka _____	61
Lampiran _____	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Skala Perilaku Konsumtif sebelum uji coba	35
Tabel 3.2 Kisi-kisi Skala Perilaku Konsumtif setelah uji coba	36
Tabel 3.3 Kisi-kisi Skala Konsep Diri sebelum uji coba	37
Tabel 3.7 Kisi-kisi Skala Konsep Diri setelah uji coba	38
Tabel 4.1 Gambaran Belanja dalam Sebulan	45
Tabel 4.2 Gambaran Tempat belanja online shopping	46
Tabel 4.3 Gambaran barang yang paling sering dibeli di online shopping	47
Tabel 4.4 Gambaran pengeluaran dalam sebulan	48
Tabel 4.5 Hasil uji normalitas konsep diri dan perilaku konsumtif	49
Tabel 4.6 Pengaruh Konsep diri terhadap perilaku konsumtif	50
Tabel 4.7 R Square	50
Tabel 4.8 Gambaran perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau banyaknya belanja dalam sebulan	51
Tabel 4.9 Gambaran Perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau berdasarkan tempat belanja <i>online</i>	52
Tabel 4.10 Gambaran Perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau berdasarkan barang yang paling sering dibeli	53
Tabel 4.11 Gambaran Perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau berdasarkan pengeluaran perbulan	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka

Berfikir Universitas _____ 14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Alat Ukur Perilaku Konsumtif dan Konsep Diri setelah Uji Coba	68
Lampiran B: Uji Validitas dan Reliabilitas	72
- Konsep diri sebelum aitem digugurkan	72
- Konsep diri setelah aitem digugurkan	75
- Perilaku konsumtif online shopping sebelum aitem digugurkan	78
- perilaku konsumtif online shopping setelah aitem digugurkan	81
Lampiran C: Uji Normalitas	83
Lampiran D: Uji Regresi Linier Sederhana	85
Lampiran E: Gambaran umum sampel	87
- Gambaran perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau banyaknya belanja dalam sebulan	88
- Gambaran Perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau berdasarkan tempat belanja <i>online</i>	89
- Gambaran Perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau berdasarkan barang yang paling sering dibeli	90
- Gambaran Perilaku konsumtif <i>online shopping</i> ditinjau berdasarkan pengeluaran perbulan	91