

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Self Concept* Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Shopee Pada Ibu Rumah Tangga” ini ditulis oleh Kholifatul Mar’atus Sholihah dengan NIM 126308201009, Proram studi Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, **Kata Kunci:** *Self Concept, Perilaku Konsumtif, Ibu Rumah Tangga*

Self concept atau konsep diri diartikan sebagai sesuatu hal apa yang dipikirkan atau proses dalam mempertimbangkan sesuatu dan dirasakan mengenai individu. *Self Concept* ini juga dideskripsikan sebagai pandangan seseorang tentang diri individu selain itu, juga mengacu pada tindakan dan perilaku pada diri individu Acocella (1990). Perilaku konsumtif atau perilaku konsumen merupakan sikap yang cenderung berlebihan dalam mengkonsumsi sesuatu barang tanpa mempertimbangkan antara keinginan dan kebutuhan Sumartono (2002). Riset ini punya tujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh *self concept* terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi *shopee* pada ibu rumah tangga. Hipotesis pada penelitian ini yaitu H_a diterima dan H_o ditolak. Desain dari penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis kausal komparatif untuk menganalisis data. Populasi dalam penelitian ini berjumlah keseluruhan 150. Subjek penelitian yang diambil ialah ibu rumah tangga yang mengakses aplikasi *shopee* di Desa Sundul Kecamatan Parang Kabupaten Magetan dengan usia 21-40 tahun yang memenuhi kriteria tertentu. Dalam pengambilan sampel peneliti memakai teknik *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel yang dipilih yaitu metode *purposive sampling* dan menentukan jumlah sampel dengan perhitungan memakai rumus slovin dengan eror 5%, dan didapat sampel sebanyak 109 ibu rumah tangga. Sementara itu teknik analisa data statistik yang dipakai pada riset ini yaitu menggunakan uji regresi sederhana, dimana didapatkan hasil nilai Koefisien Determinasi (R) sebesar 0,219 yaitu mendapatkan pengaruh *self concept* terhadap

perilaku konsumtif sebesar 21,9% dengan nilai uji regresi linier sederhana $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian memperlihatkan bila ada pengaruh yang signifikan dengan arah negatif. Artinya, meningkatnya *self concept* akan diikuti menurunnya tingkat perilaku konsumtif, begitupun sebaliknya.

ABSTRACT

Thesis entitled “The Influence of Self-concept on consumer behavior Shopee application users on Housewives” was written by Kholifatul Mar'atus Sholihah with NIM 126308201009, Proram Islamic Psychology Studies, Faculty of Ushuluddin Adab and Da'wah, , Faculty of Ushuluddin Adab and Da'wah, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung guided by Mrs. Afinia Sandhya Rini, M. Psi.,. Psychologist.

Keywords: *Self Concept, Consumptive Behavior, Housewife*

Self concept or self-concept is defined as something what is thought or process in considering something and felt about the individual. Self Concept is also described as a person's view of the individual self in addition, it also refers to actions and behaviors in the individual self Acocella (1990). Consumptive behavior or consumer behavior is an attitude that tends to be excessive in consuming something without considering the desires and needs of Sumartono (2002). This research aims to see if there is an influence of self-concept on the consumptive behavior of shopee application users on Housewives. Hypothesis in this study is H_a accepted and H_o rejected. The design of this study uses a quantitative approach with comparative causal type to analyze the data. The population in this study totaled 150. The subjects of the study were housewives who accessed the shopee application in Sundul Village, Parang District, Magetan Regency with ages 21-40 years that meet certain criteria. In sampling the researchers used non probability sampling techniques with the method of sampling chosen is purposive sampling method and determine the sample by using slovin formula calculation with 5% error, and obtained a sample of 109 Housewives. Meanwhile, the statistical data analysis techniques used in this research is using a simple regression test, which obtained the value of the coefficient of determination (R) of 0.219 is to get the influence of self concept on

consumptive behavior of 21.9% with a simple linear regression test value of $0.000 < 0.05$. The results showed that there is a significant influence in the negative direction. That is, the increase in self-concept will be followed by a decrease in the level of consumptive behavior, and vice versa.

خلاصة

الرسالة بعنوان "تأثير مفهوم الذات على السلوك الاستهلاكي لمستخدمي تطبيق Shopee من ربات البيوت" كتبتها خوليفاتول ماراتوس شوليحا برقم الطالب 126308201009، برنامج دراسة علم النفس الإسلامي، كلية أصول الدين والأدب والدعوة، جامعة إسلام نيجيري سيد علي رحمة الله تولونغاغونغ، تحت إشراف السيدة أفينيا ساندهياريني، أخصائية نفسية .

كلمات مفتاحية: مفهوم الذات، السلوك الاستهلاكي، ربة المنزل
مفهوم الذات أو مفهوم النفس يُعرّف على أنه الشيء الذي يُفكر فيه أو العملية التي يتم من خلالها التفكير في شيء ما والشعور به بالنسبة للفرد. يُوصف مفهوم الذات أيضاً على أنه وجهة نظر الشخص عن نفسه، بالإضافة إلى الإشارة إلى الأفعال والسلوكيات المتعلقة بالفرد. (1990). السلوك الاستهلاكي أو سلوك المستهلك هو موقف يميل إلى الإفراط في استهلاك شيء ما دون النظر في الفارق بين الرغبة والاحتياج. (2002). تهدف هذه الدراسة إلى معرفة ما إذا كان هناك تأثير لمفهوم الذات على السلوك الاستهلاكي لمستخدمي تطبيق شوبي من ربات البيوت. الفرضية في هذا البحث هي أن H_a مقبولة و H_o مرفوضة. تصميم هذه الدراسة يستخدم نهجاً كمياً من النوع السببي المقارن لتحليل البيانات. السكان في هذا البحث يبلغ عددهم الإجمالي 150. الموضوعات البحثية التي تم اختيارها هي ربات البيوت اللواتي يستخدمن تطبيق شوباي في قرية سوندول، منطقة بارانغ، محافظة ماجيتان، واللواتي تتراوح أعمارهن بين 40-21 عاماً ويستوفين معايير معينة. في أخذ العينات، استخدم الباحث تقنية العينة غير الاحتمالية مع طريقة أخذ العينات المختارة وهي طريقة العينة الهادفة، وحدد عدد العينات باستخدام حسابات باستخدام صيغة سلفين مع خطأ 5% ، وتم الحصول على عينة مكونة من

109 ربات منازل. في الوقت نفسه، فإن تقنية تحليل البيانات الإحصائية المستخدمة في هذا البحث هي استخدام اختبار الانحدار البسيط، حيث تم الحصول على قيمة معامل التحديد (R) بنسبة 0.219، مما يعني أن تأثير مفهوم الذات على السلوك الاستهلاكي هو 21.9% مع قيمة اختبار الانحدار الخطي البسيط $0.000 < 0.05$. أظهرت نتائج البحث وجود تأثير كبير في الاتجاه السلبي. بمعنى أن زيادة مفهوم الذات ستتبعها انخفاض في مستوى السلوك الاستهلاكي، والعكس صحيح .