

مستخلص البحث

مريثة القبطية. 2015، الموضوع : "تأثير الوجداني على شراء متهورة من منتجات الأزياء على طالبات المستهلك للتسوق عبر الإنترنت". خطة البحث طالبة كلية علوم النفس بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرفة : الدكتور رتنو مانجستوتي الماجستير

الكلمات الرئيسية : الوجداني، شراء متهورة، و المستهلك للتسوق عبر الإنترنت.

ازدهر الإنترنت ازدهارا ناضرا. كثير من الناس يستفيدون من هذه الفرص كفرصة التجارية على الإنترنت. ثم يأتي مصطلح شراء متهورة وهو ظاهرة سيكوكونوميك التي ضربت العديد من حياة المراهقات. أثر المراهقون على القبول من الآخرين، لكي تجنب الشعور وحيدا. الوجداني هو أحد العوامل النفسية التي تؤثر على شراء متهورة.

يهدف هذا البحث لمعرفة تأثير الوجداني على شراء متهورة من منتجات الأزياء على طالبات المستهلك للتسوق عبر الإنترنت في كلية علوم النفس بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. و موضوع البحث هو طالبات كلية علوم النفس بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج لمرحلة 2011-2014 بعينة البحث هي مايقرب من مائة شخص.

والمنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج الكمي بطريقة أخذ العينات الهادفة (Purposive Sampling) واستخدم استرجاع البيانات بجدولين هما مقياس التكيف من وحدة جامعة كاليفورنيا (UCLA) جمعتها دانييل روسل (1980) و مقياس شراء متهورة جمعتها فيربلانكين و هيرابادي (2001) يتألف كل منهما 20 مادة. و أسلوب التحليل المستخدم هو إجراء تحليل الانحدار البسيط.

و نتيجة تحليل البيانات تعرض $F=0.549$ مع $P=0.639$ ($P>0.05$) أنّ النتيجة لا يتأثر بين الوجداني شراء متهورة من منتجات الأزياء على طالبات المستهلك للتسوق عبر الإنترنت في كلية علوم النفس بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.