

ABSTRAK

Auria, Aisyah. 2013. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Shopping Addiction pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi, Pembimbing: Retno Mangestuti, M.Si

Kata kunci: Konsep Diri, *Shopping Addiction*, Mahasiswi.

Berbelanja saat ini sudah menjadi suatu kebiasaan di kalangan para mahasiswi, kebiasaan berbelanja tersebut menimbulkan perilaku adiktif dalam berbelanja (*shopping addiction*) yang menyebabkan konsekuensi-konsekuensi negatif seperti hutang yang berlebihan, masalah keuangan yang serius, dan pada tahap yang ekstrim dapat merusak kehidupan individu. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh konsep diri dari masing-masing individu. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konsep diri terhadap perilaku *shopping addiction* dengan rumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana tingkat konsep diri pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang? , (2) Bagaimana tingkat perilaku *shopping addiction* pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?, (3) Bagaimana pengaruh antara konsep diri terhadap perilaku *shopping addiction* pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan variabel dependen konsep diri dan variabel independen *shopping addiction*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 150 orang. Analisa data menggunakan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara konsep diri dan *shopping addiction*. Individu dengan konsep diri yang tinggi memiliki perilaku *shopping addiction* yang rendah, begitu juga sebaliknya individu dengan konsep diri yang rendah memiliki perilaku *shopping addiction* yang tinggi. Analisis regresi yang menggunakan *SPSS 15.0 for windows* menunjukkan bahwa t_{hit} lebih besar dari pada t_{tab} ($1,161 > 0,67615$) hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara X (konsep diri) terhadap Y (*shopping addiction*).