

مستخلص البحث

لطيفيا كيرانا، دياها. 2012. دور اقتطاع إلى نتائج صرعة مع الشراء التلقائي في مرحلة المراهقة. بحث جامعي. كلية علم النفس. جامعة مولانا مالك إبراهيم الحكومية الإسلامية مالانج. المشرفة: رتنوا مانجيسوتي الماجستير.

الكلمات الأساسية: التسوق، الإقتطاع، الشراء التلقائي.

مع مرور الزمان، مفهوم التسوق يتطور ويكون انعكاس أسلوب حياة و استجمام للمجتمع. تغيير مفهوم التسوق يسبب على زيادة عدد السوق المركزية و السوق العامة كمركز التسوق المعاصر. عدد كبير من الأسواق المعاصر يدافع على ظهور التسوق الفجائي أو التسوق غير متعمد أو الشراء التلقائي. وقع هذا الحال من كثرة المثير في الدكاكين مثل عرض و مكانة الرفوف و موقف الرفوف و المسافة بين الرفوف و المعلومات في رزمة الناتج و عينة مجانية (*free sample*) و إيضاح الناتج و سعر تنافسي و الإعلانات و الإقتطاعات كوسائل لاجتذاب مستنفذ لكي يشتري شيئاً. الإقتطاع إحدى الدوافع لترقية الشراء التلقائي، خصوصاً على نتائج صرعة التي تفتّح الشباب وأكثرهم بطالة. هذا الحال دافع الشباب إلى استعمال الشراء التلقائي (*Impulsive Buying*).

استخدم هذا البحث على التلازم الكمي. عينة البحث 193 شباباً من المدرسة العالية الحكومية 8 مالانج. جمع البيانات بميزان المسلك و المقابلة. عملية البيانات بـ "*Product Moment Correlation*" من بيرسون (*Pearson*) و معيار صحته بـ "*Alpha Cronbach*". و طريقة تحليل البيانات بـ "t" الإحصاء بمساعدة الحاسوب برنامج "*SPSS 19.0 for Windows*".

دل تحليل البحث على أن مجموعة دور الإقتطاع إلى نتائج صرعة كما يلي، متوسط الشباب في طبقة متوسطة 59,6%، وفي طبقة عالية 37,3%، و طبقة سفلة 3,1%. أما نتيجة في المجموعة الشراء التلقائي (*Impulsive Buying*) هي أن درجة الشراء في طبقة متوسطة 63,2% و طبقة عالية 3,6% و طبقة سفلة 33,2%. وفي تحليل فرضية البحث، وجدت الباحثة أن هناك العلاقة الملحوظة هي $r_{xy} = 0,193$ ($0,05 < sig = 0,007$; $0,193$). فنتيجة البحث إذا كان دور الإقتطاع أكبر في نتائج صرعة فدرجة الشراء التلقائي عند الشباب أكبر أيضاً.

