

**HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DAN KONSEP DIRI DENGAN
TINGKAT PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
MELALUI *E-COMMERCE* PADA MAHASISWA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Gelar Derajat Sarjana (S-1) Psikologi



Oleh:

Fajar Wahyu Saputra

F 100 170 238

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

**HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DAN KONSEP DIRI DENGAN
TINGKAT PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
MELALUI *E-COMMERCE* PADA MAHASISWA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Derajat Sarjana (S-1) Psikologi

Diajukan oleh:

EAJAR WAHYU SAPUTRA

F 100 170 238

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DAN KONSEP DIRI DENGAN
TINGKAT PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
MELALUI *E-COMMERCE* PADA MAHASISWA**

Oleh :

EAJAR WAHYU SAPUTRA

F 100 170 238

Telah disetujui untuk dipertahankan
di depan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. Wiwien Dinar Pratisti, M. Si., Psikolog

NIK.NIDN: 637/0629116401

Surakarta, 4 April 2022

**HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DAN KONSEP DIRI DENGAN
TINGKAT PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
MELALUI *E-COMMERCE* PADA MAHASISWA**

Yang diajukan oleh :

FAJAR WAHYU SAPUTRA

F 100 170 238

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal

12 April 2022

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Sidang

Dr. Wiwien Dinar Pratisti, M. Si., Psikolog



Penguji I

Achmad Dwityanto, S.Psi, M.Si



Penguji II

Wisnu Sri Hertinjung, S.Psi., M.Psi., Psikolog



Surakarta, 12 April 2022

Dekan,

Fakultas Psikologi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Taufik, S.Psi., M.Si., Ph. D

NIK.NIDN: 799/ 0629037403

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

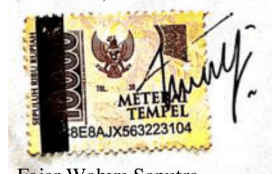
Nama : Fajar Wahyu Saputra
NIM : F100170238
Fakultas : Psikologi / Universitas Muhammadiyah Surakarta
Judul : Hubungan Antara Religiusitas dan Konsep Diri dengan Tingkat Perilaku Konsumtif Pembelian Produk *Fashion* Melalui *E-Commerce* pada Mahasiswa

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak dapat terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya juga menyatakan bahwa hasil karya ini adalah benar-benar karya saya pribadi, sama sekali tidak melakukan plagiat ataupun meminta jasa pembuatan skripsi dari pihak lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan. Apabila dilain waktu ditemukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan saya, maka saya bersedia menerima konsekuensinya.

Yang menyatakan

Surakarta, 23 Maret 2021



Fajar Wahyu Saputra

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan kepada penulis selama pembuatan skripsi ini. Skripsi ini juga tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari banyak pihak, baik dalam bentuk dukungan, kritik, maupun saran. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas segala nikmat dan kasih sayang-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
2. Keluarga penulis Bapak Sisworo, Ibu Ambar Setyowati, Bapak Rustamadji, Ibu Rahayu Setyani, Bapak Nindita Wisnu Broto, Bapak Gatut Setyawan, Ibu Kus Hendrawati, Kakak Dadang Widi Wicaksono, Kakak Andhita Ayu Ningtyas, Kakak Siwi Putriningtyas, Kakak Galih Winta Cahyaningrum, Kakak Gilang Pratama, Kakak Devianti Puspita Hendriana dan Kakak Adiva Nanda Hendriawan yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
3. Bapak Prof. Taufik, S.Psi., M.Si., Ph. D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
4. Ibu Dr. Wiwien Dinar Pratisti, M. Si., Psikolog selaku pembimbing skripsi yang selama ini telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Wisnu Sri Hertinjung, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku pembimbing akademik yang selama ini telah memberikan dukungan serta arahan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh staff pengajar dan staff karyawan Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan masa studi selama perkuliahan ini.

7. Teman sekaligus sahabat “Spesial Sambat” yang menjadi *support system* peneliti antara lain Ade Bagus Mahendra, Bagas Dwi Laksana, Evan Fahrizal Amri, Fadlillah Pradandira Putra, Feryansyah Hafizh Fadholi, Hendi Yudatama, Hisyam Maulana Dewangga, Kartika Cahya Pribadi, Lugas Aditya Diksi Setyawan dan Riendi Septiadi. Terimakasih atas motivasi, dukungan, dan kebahagiaannya selama ini.
8. Teman – teman SUOF Psikologi Universitas Muhammdiyah Surakarta yang sudah memberikan banyak pengalaman organisasi kepada peneliti.
9. Para subjek penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bantuan kepada penulis.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu penulis selama masa studi hingga penyelesaian skripsi ini.
11. Diri sendiri, Fajar Wahyu Saputra terimakasih sudah berusaha dan berjuang dengan sebaik-baiknya dan berkompromi dalam keadaan sesulit apapun.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang disebabkan karena keterbatasan kemampuan penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membawa keberkahan untuk kita semua. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

DAFTAR ISI

<i>COVER</i>	i
HALAMAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
Abstrak.....	1
<i>Abstract</i>	2
PENDAHULUAN.....	3
METODE.....	19
Identifikasi Variabel.....	19
Definisi Operasional Variabel.....	19
Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	20
Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	21
Validitas dan Reliabilitas.....	25
Teknik Analisis Data.....	26
HASIL.....	28
PEMBAHASAN.....	34
KESIMPULAN & SARAN.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skoring.....	22
Tabel 2. <i>Blueprint</i> Skala Religiusitas.....	23
Tabel 3. <i>Blueprint</i> Skala Konsep Diri.....	24
Tabel 4. <i>Blueprint</i> Skala Perilaku Konsumtif.....	25
Tabel 5. Validitas dan Reliabilitas.....	25
Tabel 6. Data Subjek.....	28
Tabel 7. Hasil Uji Normalitas, Linearitas dan Regresi Linier Berganda.....	29
Tabel 8. Kategorisasi Religiusitas.....	31
Tabel 9. Kategorisasi Konsep Diri.....	32
Tabel 10. Kategorisasi Perilaku Konsumtif.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Blueprint</i> Sebelum Uji Validitas.....	47
Lampiran 2. Skala Sebelum Validitas.....	50
Lampiran 3. Uji Validitas.....	55
Lampiran 4. <i>Blueprint</i> Setelah Validitas.....	58
Lampiran 5. Skala Sesudah Validitas.....	61
Lampiran 6. Uji Reliabilitas.....	66
Lampiran 7. <i>Print Out</i> Hasil Olah Data Uji Asumsi dan Uji Hipotesis.....	70
Lampiran 8. Kategorisasi	80
Lampiran 9. <i>Informed Consent</i>	87
Lampiran 10. Bukti Fisik dan Bukti Analisis Data	91
Lampiran 11. Surat Bukti Uji Turnitin.....	93
Lampiran 12. Surat Ijin Penelitian	97
Lampiran 13. Surat Balasan Penelitian	98

**HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DAN KONSEP DIRI DENGAN
TINGKAT PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
MELALUI *E-COMMERCE* PADA MAHASISWA**

Fajar Wahyu Saputra¹, Wiwien Dinar Pratisti²

fajarwahyusaputraa@gmail.com¹, wdp206@ums.ac.id²

Fakultas Psikologi Universitas Muhammdiyah Surakarta

Abstrak

Pada era modernisasi seperti sekarang, perkembangan teknologi sudah sangat maju sehingga manusia dipermudah untuk berbelanja berbagai macam produk menggunakan *e-commerce*. Belanja bukan lagi didasarkan pada suatu kebutuhan, tetapi hanya pada keinginan, bahkan cenderung berlebihan. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara religiusitas dan konsep diri dengan tingkat perilaku konsumtif pembelian produk *fashion* melalui *e-commerce* pada mahasiswa. Hipotesis mayor yaitu terdapat hubungan antara religiusitas dan konsep diri dengan tingkat perilaku konsumtif. Hipotesis minor I yaitu adanya hubungan negatif antara religiusitas dengan perilaku konsumtif. Sedangkan Hipotesis minor II adanyat hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS versi 21.0. Kriteria dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Universitas Muhammdiyah Surakarta dengan usia 18 – 24 tahun dan pernah melakukan belanja produk *fashion* melalui *e-commerce*. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 210 orang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan skala religiusitas, konsep diri dan perilaku konsumtif. Pengumpulan data melalui *googleform*. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara religiusitas dan konsep diri dengan perilaku konsumtif ($F= 16.393$ Sig 0,000), ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara religiusitas dengan perilaku konsumtif ($r = -0,369$, Sig. (*1-tailed*) 0,000), dan ada hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif ($r= -0,208$, Sig. (*1-tailed*) 0,001). Sumbangan efektif variabel religiusitas sebesar 13% dan konsep diri sebesar 0,7%.

Kata kunci : konsep diri, mahasiswa, perilaku konsumtif, religiusitas

**RELATIONSHIP BETWEEN RELIGIUSITY AND SELF-CONCEPT WITH
THE LEVEL OF CONSUMPTION BEHAVIOR OF PURCHASE OF
FASHION PRODUCTS THROUGH E-COMMERCE IN STUDENTS**

Fajar Wahyu Saputra¹, Wiwien Dinar Pratisti²

fajarwahyusaputraa@gmail.com¹, wdp206@ums.ac.id²

Faculty of Psychology Muhammadiyah University of Surakarta

Abstract

In the era of modernization as it is today, technological developments have been very advanced so that it is easier for humans to shop for various kinds of products using e-commerce. Shopping is no longer based on needs, but only on wants, even tends to be excessive. This study aims to see the relationship between religiosity and self-concept with the level of consumptive behavior in purchasing fashion products through e-commerce in students. The major hypothesis is that there is a relationship between religiosity and self-concept with the level of consumptive behavior. Minor hypothesis I is that there is a negative relationship between religiosity and consumptive behavior. While the minor hypothesis II there is a negative relationship between self-concept and consumptive behavior. The data analysis technique used multiple regression with the help of SPSS version 21.0. The criteria needed in this study are active students of the Muhammadiyah University of Surakarta with the age of 18 - 24 years and have been shopping for fashion products through e-commerce. Subjects in this study amounted to 210 people. The sampling technique in this study used purposive sampling. This study uses a scale of religiosity, self-concept and consumptive behavior. Data collection through googleform. The results of this study indicate that there is a very significant relationship between religiosity and self-concept with consumptive behavior ($F= 16,393$ Sig 0.000) and there is a very significant negative relationship between religiosity and consumptive behavior ($r = -0.369$, Sig. (1-tailed) 0.000), there is a significant negative relationship between self-concept and consumptive behavior ($r= -0.208$, Sig. (1-tailed) 0.001). The effective contribution of the religiosity variable is 13% and the self-concept is 0.7%.

Keywords : consumptive behavior, religiosity, self-concept, , students