

## Pengaruh *Self Concept* terhadap Perilaku *Shopping Addiction* pada Siswa SMAN 2 Bae Kudus

Ahmad Jumanto<sup>1</sup>, Richma Hidayati<sup>2</sup>, Agung Slamet Kusmanto<sup>3</sup>

Bimbingan dan konseling, FKIP, Muria Kudus

Email: [ahmadjumanto9@gmail.com](mailto:ahmadjumanto9@gmail.com)<sup>1</sup>, [richma.hidayati@umk.ac.id](mailto:richma.hidayati@umk.ac.id)<sup>2</sup>, [agung.slamet@umk.ac.id](mailto:agung.slamet@umk.ac.id)<sup>3</sup>

### Info Artikel

#### Keyword:

*Self Concept*,  
*Shopping Addiction*,  
*Students*

### Abstract

Maladaptive behavior is an action that tends to have a negative impact on both psychological and physical individuals, one of which is shopping addiction. This study aims to determine the effect of individual self-concept on shopping addiction behavior where it is hoped that this research will provide an overview for guidance and counseling teachers in improving student self-concept. The collection techniques used are self-concept and shopping addiction scales. The results obtained from this study are the calculated T value of 2.680 > 2.042 T table, the regression coefficient value is 49.032 (+) and R Square of 0.193 means that there is a positive influence of cell concept on shopping addiction of SMAN 2 Bae Kudus students by 19.3%.

### Pendahuluan

Perkembangan zaman yang begitu pesat membuat gaya hidup remaja mengikuti perkembangan *trend* model sekarang dengan gaya kebarat-baratan. Dengan mudahnya informasi yang didapatkan oleh remaja dengan bebas tersebar dijagad maya dari berbagai kalangan menggunakan media *online*, hal ini akan mempengaruhi perilaku dan menirukan *trend* orang barat, remaja saat ini sangat terpaud dengan teknologi informasi yang ada untuk menopang kebutuhan hidupnya. Dilansir dalam (Uli, 2021, hal. 6 CNNIndonesia) persentase belanja online RI melonjak 88%. Selain itu pula dilansir dalam (Azkiyah, 2022, hal. 4 Databoks) konsumen remaja melakukan transaksi meningkat hingga 23%. Hal ini secara tidak langsung memicuil timbulnya perilaku *shopping addiction*.

Edward (dalam Kaur dkk., 2019, hal. 75) *Shopping addiction* atau *compulsif buying* ialah perilaku *maladaptive* yang mengutamakan kesenangan dalam berbelanja dan dilakukan secara berulang kali. Hal ini juga diungkapkan oleh Muler dalam (Granero dkk., 2016) "*Compulsive buying behavior (CBB), otherwise known as shopping addiction, pathological buying or compulsive buying disorder, is a mental health condition characterized by the persistent, excessive, impulsive, and uncontrollable purchase of products in spite of severe psychological, social, occupational, financial consequences*". *Shopping addiction* dapat disebut juga *compulsive buying*, perilaku ini sangat merugikan apabila tidak disadari sesegera mungkin. Perilaku *shopping addiction* ini lebih banyak dilakukan oleh remaja putri hal ini sesuai dengan pendapat (O' Guinn, T.C. & Faber, 1989) didalam penelitiannya bahwa "terdapat 90% responden penelitiannya yang teridentifikasi memiliki perilaku



*compulsive buying* adalah wanita". Hal ini dapat pula merujuk kepada *Self Concept* yang menjadi dasar individu tersebut dalam melakukan suatu tindak di dalam kehidupannya.

Menurut Rahmat (dalam Damarhadi dkk., 2020, hal. 252) *Self Concept* ialah suatu cara individu dalam melihat dan melakukan penilaian kepada dirinya sendiri. Didalam *Self Concept* memuat perasaan, sikap dan persepsi alam bawah sadar maupun sadar dalam hal individu mengetahui penilaian diri dari seluruh aspek kehidupan. Hal ini dikuatkan dengan penelitian sebelumnya Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi negatif signifikan dengan hasil  $r = - 0.595$  dengan  $\text{sig.} = 0,000$  ( $p < 0.05$ ) dapat diartikan semakin rendah tingkat *self concept* seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku *compulsive buying* yang muncul pada individu tersebut (widya, 2018) selain itu (Ekananda, 2018) mengemukakan korelasi (hubungan) sebesar  $-0,350$ ; signifikansi  $p = 0.000$  ( $p < 0.01$ ) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *Self Concept* dengan perilaku konsumtif.

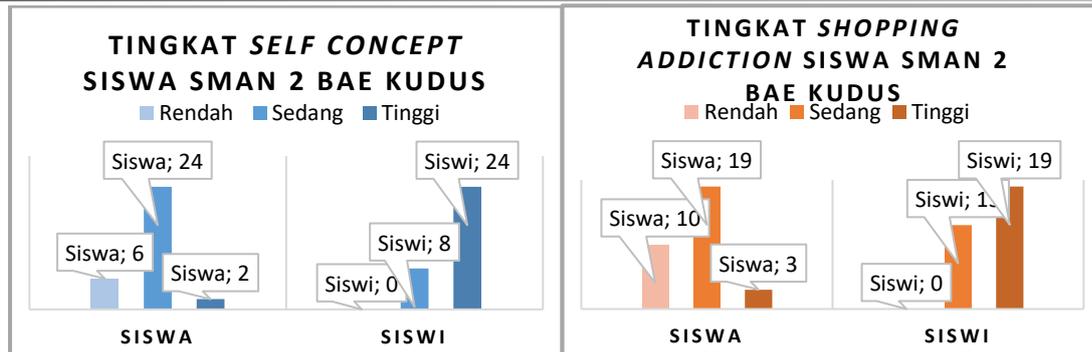
Perilaku konsumtif berlebihan ini apabila tidak diketahui sesegera mungkin akan menimbulkan banyak problem baru lagi, dimana kaidahnya *shopping addiction* hampir sama dengan alkohol dan obat-obatan yang bersifat candu. Menimbulkan bahagia dan menghilangkan stress apabila tidak ditangani secepatnya akan menimbulkan konsekuensi-konsekuensi negatif seperti hutang yang berlebihan, masalah keuangan yang serius, dan pada tahap ekstrim berbelanja menjadi adiktif dan merusak kehidupan individu (Edwards, 1993). Pelaksanaan penelitian ini harapannya membuka pengetahuan baru mengenai pengaruh *self concept* dengan *shopping addiction*, selain itu dapat meminimalisir apabila benar adanya berpengaruh, maka dapat dilakukan peningkatan *self concept* untuk mengurangi adanya perilaku maladaptif yang timbul dari perilaku siswa itu nantinya.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menerapkan statistik korelasional yang bertujuan menggambarkan atau mengukur pengaruh antara variabel (x) yaitu *self concept* dan variabel (y) yaitu *shopping addiction*. Penelitian ini dilaksanakan pada siswa SMAN 2 Bae Kudus dengan populasi 615 siswi dan 505 siswa, pengambilan sampel menggunakan 2 kali random sampling dengan sampel 32 siswi dan 32 siswa. Metode pengumpulan data menggunakan skala *self concept* dan skala *shopping addiction*. Analisis data yang digunakan yaitu statistik parametrik inferensial dengan bantuan SPSS for windows release 22 dimana uji hipotesisnya menggunakan uji regresi linear sederhana.

### Hasil dan Pembahasan

Berikut ini merupakan hasil analisis data tingkatan antar variabel pada siswa SMAN 2 Bae Kudus yang didapatkan dari penyebaran skala *self concept* dan skala *shopping addiction*.



Gambar 1. Tingkat self concept dan shopping addiction siswa SMAN 2 Bae Kudus

Berdasarkan gambar grafik diatas menunjukkan bahwa tingkat self concept siswa laki-laki rata-rata dominan dikategori sedang dan perempuan berada di kategori tinggi sedangkan tingkat shopping addiction siswa laki-laki berada dikategori sedang dan perempuan berada dikategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat self concept dan shopping addiction siswa didominasi oleh perempuan, perilaku maladaptif inilah yang menjadi tolok ukur pengambilan subjek yang nantinya diujikan, dimana setelah mengetahui deskripsi diatas maka dikuatkan dengan perbandingan mean-nya.

Tabel 1. Perbandingan Skor Perilaku Shopping Addiction Dilihat Dari Jenis Kelamin Report

Skore_ShoppingAddiction			
Kelamin	Mean	N	Std. Deviation
Laki-laki	72.78	32	5.868
Perempuan	73.50	32	6.319
Total	73.14	64	6.060

Perbandingan perilaku shopping addiction antara laki-laki dan perempuan disini didapatkan bahwa mean dari skor perilaku shopping addiction perempuan lebih besar daripada skor perilaku shopping addiction laki-laki dengan perbandingan mens 73,50: 72,78. Maka dapat disimpulkan tingkat shopping addiction lebih tinggi perempuan, dengan demikian peneliti fokus mengambil subjek utama didalam pelaksanaan uji untuk mengetahui pengaruhnya adalah siswi.

### Hasil Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas menggunakan uji shapiro wilk dengan bantuan aplikasi SPSS for windows reliase 22 didapatkan Nilai signifikan self concept  $0,056 > 0,05$  maka dapat diartikan berdistribusi normal dan Nilai signifikan shopping addiction  $0,441 > 0,05$  maka dapat diartikan berdistribusi normal.

### Hasil Uji Linearitas

Adapun uji linearitas yang digunakan adalah Test of Linearity dengan bantuan SPSS for windows reliase 22, dimana didapatkan hasil sebagaimana berikut:

Tabel 2. Hasil Output Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Shopping Addiction * Self Concept	Between Groups	(Combined) Linearity	907.333	20	45.367	1.509	.244
		Deviation from Linearity	239.200	1	239.200	7.957	.017
			668.134	19	35.165	1.170	.406
Within Groups			330.667	11	30.061		
Total			1238.000	31			

Berdasarkan nilai F: dari output uji linearitas didapatkan nilai F hitung adalah 1,170 < F tabel 2,66 karena nilai F hitung lebih kecil daripada F tabel maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear yang signifikan antara variabel *self concept* dengan variabel *shopping addiction*.

### Uji Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan didalam analisis regresi sederhana ini adalah H0: Tidak ada pengaruh antara *Self Concept* (X) dengan perilaku *Shopping Addiction* (Y) siswi SMAN 2 Bae Kudus. Sedangkan Ha: Ada pengaruh antara *Self Concept* (X) dengan perilaku *Shopping Addiction* (Y) siswi SMAN 2 Bae Kudus.

### Persamaan regresi linear sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	49.032	9.185		5.338	.000
Skala Self Concept	.303	.113	.440	2.680	.012

a. Dependent Variable: Skala Shopping Addiction

Dari output tersebut nilai koefisiensi regresinya 49,032 (+) maka dapat diartikan bahwa *self concept* (X) berpengaruh positif terhadap *shopping addiction* (Y).

### Uji Hipotesis Membandingkan Nilai T Hitung dengan T Tabel

Nilai T hitung sebesar 2,680 > 2,042 T tabel, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, dapat diartikan bahwa ada pengaruh *self concept* (X) terhadap perilaku *shopping addiction* (Y).

## Melihat Besarnya Pengaruh Variabel X Terhadap Y

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Besaran Pengaruh

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.440 <sup>a</sup>	.193	.166	5.770

a. Predictors: (Constant), Skala Self Concept

Dari output diatas diketahui nilai *R Square* sebesar 0,193 yang diartikan pengaruh *self concept* (X) terhadap perilaku *shopping addiction* (Y) apabila dijadikan persen adalah sebesar 19,3% dan memiliki sumbangan 0,116 jika dijadikan persen 11,6% sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independet terhadap variabel dependent.

Maka dapat disimpulkan dari uji analisis regresi linear sederhana bahwa *self concept* (X) berpengaruh positif terhadap perilaku *shopping addiction* (Y) dengan total pengaruh sebesar 19,3%. Pengaruh positif ini berartikan semakin meningkatnya *self concept* siswi maka akan berpengaruh terhadap penurunan perilaku *shopping addiction* siswi.

Berdasarkan hasil tersebut terbukti bahwa ada pengaruh positif antara *self concept* dengan perilaku *shopping addiction* siswi, Penelitian ini ditunjukan untuk memberi informasi kepada konselor bahwa didalam timbulnya perilaku maladaptif terutama *shopping addiction* ini dipengaruhi oleh tingkat *self concept* individu tersebut. Harapan kedepannya tugas konselor setelah mengetahui akan hal ini adalah dapat membuat materi-materi bimbingan dan konseling yang dibutuhkan siswa didalam peningkatan *self concept*-nya sehingga akan meminimalisir timbulnya perilaku maladaptif lainnya.

### Simpulan

Simpulan dari penelitian ini adalah membuktikan bahwa memang ada pengaruh antara *self concept* terhadap perilaku *shopping addiction* pada siswi SMAN 2 Bae Kudus, dimana dibuktikan dengan adanya pengaruh positif sebesar 19,3% dari bersumber dari uji yang dilakukan kepada 32 siswi dengan ketegori *self concept* tinggi dan tingkat *shopping addiction*-nya juga tinggi. Penelitian ini dirasa cukup mencapai target karena sudah dapat dibuktikan secara ilmiah. Dimana harapan kedepannya dengan mengetahui pengaruh dari kedua variabel diatas dapat memberikan gambaran bagi guru untuk membuat materi-materi bimbingan dan konseling yang bertujuan untuk meningkatkan *self concept* siswa sehingga perilaku maladaptif dapat terentaskan.

### Daftar Pustaka

Acocella, J. R., & Calhoun, J. F. (1990). *Psychology of adjustment human relationship* (3th ed). McGraw-Hill.

- Damarhadi, S., Mujidin, M., & Prabawanti, C. (2020). Gambaran Konsep Diri Pada Siswa SMA Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 9(3), 251. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v9i3.4392>
- Edwards. (1992). *The Measurement and Modeling of Compulsive Consumer Buying Behavior*. The University of Michigan: University Microfilms.
- Edwards. (1993). "Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior". *Financial Counseling and Planning*, 67–85.
- Faradila, D. A. (2018). *Hubungan konsep diri dan perilaku konsumtif online shopping produk pakaian pada mahasiswa*.
- Fitts, H. W. (1971). *The Self Concept and Self Actualization*. California.
- Granero, R., Fernández-Aranda, F., Mestre-Bach, G., Steward, T., Baño, M., del Pino-Gutiérrez, A., Moragas, L., Mallorquí-Bagué, N., Aymamí, N., Gómez-Peña, M., Tárrega, S., Menchón, J. M., & Jiménez-Murcia, S. (2016). Compulsive buying behavior: Clinical comparison with other behavioral addictions. *Frontiers in Psychology*, 7(JUN), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00914>
- Kaur, M., Maheshwari, S. K., & Kumar, A. (2019). Compulsive buying behavior and online shopping addiction among health science teachers. *International Journal of Nursing Care*, 7(1), 74–80. <https://doi.org/10.5958/2320-8651.2019.00014.0>
- O' Guinn, T.C. & Faber, R. J. (1989). *Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration*.