



**PENGARUH KONSEP DIRI DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PENGGEMAR KPOP PADA MAHASISWA PROGRAM
STUDI ILMU KOMUNIKASI UPI YAI ANGGARAN TAHUN 2020**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Psikologi**

Oleh :

Nama : Azzahra Zulfiah Syafi'i

NIM : 1924090135

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I

JAKARTA

2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konsep diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif penggemar Kpop pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UPI YAI angkatan tahun 2020. Metode penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan pendekatan korelasi. Sampel pada penelitian ini merupakan penggemar Kpop pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UPI YAI sebanyak 86 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dengan arah positif antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif sebesar $r = 0,764$; (p) $0,000 < 0,05$, dan terdapat pengaruh dengan arah positif antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif sebesar $r = 0,863$; (p) $0,000 < 0,05$. Kemudian, dari hasil analisis data dengan *multivariate correlation* menunjukkan koefisien determinasi R square = $0,752$ dan $R = 0,867$; (p) $0,000 < 0,05$ sehingga dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara konsep diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif penggemar Kpop pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UPI YAI angkatan tahun 2020. Hal ini membuktikan bahwa H_3 : “Terdapat pengaruh antara konsep diri dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada penggemar K-Pop mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UPI YAI angkatan tahun 2020” diterima.

Kata Kunci: konsep diri, gaya hidup, perilaku konsumtif

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of self-concept and lifestyle on the consumptive behavior of K-pop fans in UPI YAI Communication Science Study Program students class of 2020. This research method uses quantitative data types with a correlation approach. The sample in this study were K-pop fans in UPI YAI Communication Studies Program students as many as 86 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The results showed that there was an influence in a positive direction between self-concept and consumptive behavior, amounting to $r = 0.764$; $(p) 0.000 < 0.05$, and there is an influence in a positive direction between lifestyle on consumptive behavior of $r = 0.863$; $(p) 0.000 < 0.05$. Then, the results of data analysis with multivariate correlation showed the coefficient of determination $R^2 = 0.752$ and $R = 0.867$; $(p) 0.000 < 0.05$ so that it is stated that there is a significant influence between self-concept and lifestyle on the consumptive behavior of K-pop fans in UPI YAI Communication Studies Program students class of 2020. This proves that H_3 : “There is an effect of self-concept and lifestyle on the consumptive behavior of K-pop fans in UPI YAI Communication Studies Program students class of 2020” accepted.

Keywords: self-concept, lifestyle, consumptive behavior.

