

EFFECT OF ONLINE SHOPPING ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN ADOLESCENTS IN KEBAYORAN LAMA, SOUTH JAKARTA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of online shopping on consumptive behavior in adolescents in Kebayoran Lama, South Jakarta. This study uses a quantitative regression research method. The measuring tools used to measure consumptive behavior are aspects of consumptive behavior. Time during shopping are aspects of online shopping. In this study, the researcher used a sample of 254, then after doing calculations based on the gpower software and found the results of a total of 221 samples. The statistical method used to analyze the data in this study is Regression Analysis. The results of the study showed a significance value (p) of 0.00 ($p < 0.05$). These results indicate that H_a is accepted, From the output of the Rsquare test, the coefficient of determination (R square) is 0.182. Which implies that the influence of the independent variable (online shopping) on the dependent variable (consumptive behavior) is 18.2%. These results indicate that hypothesis is accepted, which means Online Shopping Affects Consumptive Behavior in Adolescents in Kebayoran Lama, South Jakarta.

Keywords: Online Shopping, Consumptive Behavior, Teenagers

**PENGARUH BELANJA ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA
REMAJA DI KEBAYORAN LAMA JAKARTA SELATAN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Kebayoran Lama Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif regresi. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur Perilaku Konsumtif adalah aspek-aspek perilaku konsumtif. Waktu selama belanja adalah aspek-aspek berbelanja online. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel sebanyak 254, kemudian setelah melakukan perhitungan berdasarkan software gpower dan didapati hasil sejumlah 221 sampel. Metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi. Hasil dari penelitian menunjukkan nilai signifikansi (p) sebesar 0.00 ($p < 0.05$). Dari output uji Rsquare diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,182. Yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (online shopping) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif) adalah sebesar 18,2%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima, yang berarti Pembelanjaan Online Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Kebayoran Lama Jakarta Selatan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Kata kunci : Belanja Online, Perilaku Konsumtif, Remaja