

**PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP KONSEP DIRI
REMAJA**

(Studi Kasus Pada Siswa kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang)



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi**

OLEH :

M. Taufik Hidayat

NIM : 1657010161

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG 1442 H / 2021 M**

HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Ujian Munaqasah

Kepada Yth.
Dekan Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa Skripsi sdr. M. Taufik Hidayat NIM 1657010161 yang berjudul "**Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri Remaja (Studi Pada Siswa Kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang**" sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

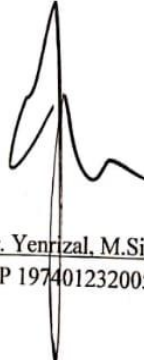
Demikian, Terima Kasih


Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Palembang, 05 Februari 2021

Pembimbing I,

PembimbingII,


Dr. Yenzal, M.Si
NIP 197401232005011004


Badarudin Azarkasyi, SE.MM
NIDN 2026068402

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : M. Taufik Hidayat
Nim : 1657010161
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Online shop* Terhadap Konsep Diri Remaja (Studi Kasus Pada Siswa Kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang)

Telah dimunaqosah dalam sidang terbuka fakultas ilmu sosial dan ilmu politik UIN Raden Fatah Palembang pada:

Hari / tanggal : Rabu, 17 Februari 2021
Tempat : Daring Via Zoom Meeting

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (SI) pada Jurusan Ilmu Komunikasi.

Palembang, 1 Maret 2021

DEKAN,



Prof. Dr. H. Izomiddin, M.A.
NIP. 196206201988031991

TIM PENGUJI

Ketua,



Ainur Ropik, S.Sos., M.Si
NIP. 197906192007101005

Sekretaris,



Reza Aprianti, M.A
NIP. 198502232011012004

Penguji I,



Dr. Kun Buhanto, S.Ag, SH M.Si
NIP. 19761207200701010

Penguji II,



Eraskaita Ginting, M.I.Kom
NIP. 198605192019032014

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Taufik Hidayat
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 17 Juli 1998
NIM : 1657010161
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Online shop* Terhadap Konsep Diri Remaja (Studi Kasus Pada Siswa Kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang)

Menyatakan dengan Sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 05 Februari 2021
Yang Membuat Pernyataan



M. Taufik Hidayat
NIM.1657010161

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Gantungkan cita – cita mu setinggi langit, bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang - bintang”

(Ir. Soekarno)

Thanks To :

- ❖ Allah Swt, Atas nikmat hidup berkali-kali padaku, atas kekuatan untuk setiap rasa sakit dan pelukan untuk setiap kelemahan. Terimakasih untuk selalu menyelimuti hatiku dengan berkah dan karunia, Terimakasih telah menjawab doa-doaku. Alhamdulillah kupersembahkan syukur ku ya Robb.
- ❖ Kedua orang tuaku yang aku cintai yang selalu dalam genggaman kebanggaanku, Kalian berdua, Ibu ku Ter Sayang, Sumatri Anita yang selalu menyertaiku dengan doa dan ridho-Nya, terima kasih sebanyak – banyaknya atas pengertiannya, semuanya tak bisa ku balas hanya sekedar dengan kata-kata ini tapi aku tahu betapa besarnya kasih mu padaku. Papa yang aku banggakan, Mulkan Ansori,Ini adalah bukti kesungguhan ku! Ini persembahan dari anak ketiga mu, yang memiliki impian menggapai pendidikan yang lebih tinggi. Serta ayuk ku Indri Lika Mulya Sari, Bella Angelya dan adik ku Silvi Aulia Putri tempat berbagi canda dan tawa. Sekali lagi kalian adalah penyemangat saat ku jatuh dan doa kalian menjadi penerang gulita ku,. Aku sangat menyayangi kalian.
- ❖ Sahabat-sahabat terbaikku Subhan, Taupik, Roby, Ipan, Imam, Andrean, Edwin. serta teman–teman ILKOM E angkatan 2016, terimakasih untuk semua support dan keyakinan mu dan semua teman satu almamaterku.
- ❖ Semua pihak yang membantu, Terima Kasih sebanyak – banyak nya.

ABSTRAK

Online shop saat ini sedang digemari oleh masyarakat, dari kalangan tua sampai generasi muda. Generasi muda saat ini cenderung lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk menggunakan dunia maya, dimana mereka suka mencoba berbagai hal baru termasuk mencari produk *online shop*. Hal tersebut saat ini juga sudah merambah kalangan siswa – siswi SMA Negeri 13 Palembang. Mereka lebih tertarik dengan produk *online shop*, karena kemudahan yang ditawarkan sesuai dengan keinginan mereka yang suka melakukan berbagai hal dengan mudah dan cepat. Penelitian ini mengkaji pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja di SMA Negeri 13 Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, teknis analisis data menggunakan analisis normalitas, reabilitas, dan analisis regresi linear sederhana berdistribusi normal, serta *survey* dan kuesioner penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Berdasarkan hasil analisis, hasil perhitungan regresi linear sederhana berupa $Y = 8,417 + 0,569X$ yang artinya apabila X (pengaruh *online shop*) mengalami kenaikan maka Y (konsep diri remaja) juga akan naik. Hasil uji regresi juga menunjukkan bahwa nilai $0,305 > 0,05$ (5%), artinya terdapat pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja pada siswa SMA Negeri 13 Palembang. Adapun penyebab lainnya pada siswa - siswi SMA Negeri 13 Palembang bahwa *online shop* lebih efisien dalam waktu. strategi pemasarannya disajikan melalui iklan, serta banyaknya tawaran yang diberikan menjadi salah satu daya tarik tersendiri. Selain itu faktor yang mempengaruhi konsep diri remaja kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang adalah faktor sosial, faktor psikologi, dan faktor iklan, sebagai penentuan dalam pengambilan keputusan atau mencari informasi tentang suatu barang untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam produk *online shop*.

Kata Kunci : *Online Shop, Remaja, Self - Concept*

ABSTRACT

Nowadays, online shops are being popular in society from the old generation until the young generation. Currently the young generation tends to spend it time more to use the cyberspace, where they like to try various new things including online shop. It has reached in SMA Negeri 13 Palembang students. They more interested in online shop product, because of offer the convenience was easy and fast according to their want. The purposes of this study were analyse the influence of online shop to adolescent self-concept and found out the factors that influence the changing in adolescents' self-concept in SMA Negeri 13 Palembang. The method used in this study was quantitative, the data were analysed by using normality analysis, reability, and simple linear regression analysis, these survey and questionnaire were used by Uses and Gratification Theory. Based on the analysis, the result of simple linear regression was $Y = 8,417 + 0,569X$ its means X (online shop influence) was increased, so Y (adolescent self-concept) was increased too. The result of regression test found the value $0,305 > 0,05$ (5%) means there were influence of online shop to adolescent self-concept in SMA Negeri 13 Palembang students. As for other causes of them were online shop more efficient in time, marketing strategy was served through advertisement, and the number of offers that are given is one of the attractiveness of oneself. The other factors that influence adolescents' self-concept to ten grade in SMA Negeri 13 Palembang were social factor, psychology, and advertisement factor, as a determination in making decisions or search information about an item to get maximum result in the online shop product.

Keywords : Online shop, adolescents, self-concept

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
Halaman Nota Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan Skripsi Mahasiswa	iii
Halaman Pernyataan	iv
Halaman Motto dan Persembahan	v
ABSTRAK	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar	xi
Kata Pengantar... ..	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah ..	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Kerangka Teori	15
1. Psikologi Komunikasi.....	15
a. Psikologi adalah sebagai pedekatan sosial.....	16
b. Lingkup psikologi komunikasi	17
2. <i>Online shop</i>	18
3. Konsep Diri..	19
G. Hipotesis Penelitian.....	23
H. Metodologi Penelitian	24
a. Metode Penelitian.....	24
b. Data dan Jenis Data	24
c. Teknik Pengumpulan Data.....	25
d. Lokasi Penelitian	26
e. Definisi Operasional Variabel.....	27
1. Variabel X, Pengaruh <i>Online Shop</i>	28
2. Variabel Y, Konsep Diri Remaja.....	30
f. Populasi dan Sampel.....	33
1. Populasi..	33
2. Sampel.... ..	33
g. Validitas Data.....	34

h. Teknik Analisis Data	35
1. Uji Normalitas Data	35
2. Uji Realibilitas	35
3. Uji Linieritas	36
4. Uji Analisi Regresi Sederhana.....	36
5. Uji Hipotesis	37
I. Sistematika penulisan	38

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat SMA Negeri 13 Palembang	40
B. Visi, Misi, Tujuan Sekolah	43
1. Visi Sekolah	43
2. Misi Sekolah	44
3. Tujuan SMA Negeri 13 Palembang	45
C. Struktur Organisasi SMA Negeri 13 Palembang	46
D. Rekapitulasi Data SMA Negeri 13 Palembang	47

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh <i>Online Shop</i> Terhadap Konsep Diri Remaja.....	51
1. Pengujian Kriteria Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	52
2. Analisis Deskriptif Data Penelitian	55
3. Deskripsi Hasil Penelitian	57
4. Analisis Statistik Inferensial	93
5. Analisis Hubungan Variabel X dengan Variabel Y	95
6. Pengujian Kriteria Normalitas Instrumen Penelitian	97
7. Pengujian Kriteria Linearitas Instrumen Penelitian	97
8. Analisis Regresi Linear Sederhana (<i>Simple Linear Regression</i>)	98
9. Analisis Hipotesis	102

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Operasional Variabel	31
Tanel 2.1. Rekapitulasi Jumlah data Siswa Palembang	47
Tabel 2.2. Rekapitulasi Penghasilan Orang tua Siswa/i.....	49
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas	52
Tabel 3.2. Hasil Uji Realibilitas	53
Tabel 3.3. Pernyataan 1 dari indikator “Kualitas”	57
Tabel 3.4. Pernyataan 2 dari indikator “Kualitas”	59
Tabel 3.5. Pernyataan 3 dari indikator “Kualitas”	61
Tabel 3.6. Pernyataan 4 dari indikator “Tampilan”	63
Tabel 3.7. Pernyataan 5 dari indikator “Tampilan”	64
Tabel 3.8. Pernyataan 6 dari indikator “Tampilan”	65
Tabel 3.9. Pernyataan 7 dari indikator “Harga”	67
Tabel 3.10. Pernyataan 8 dari indikator “Harga”	69
Tabel 3.11. Pernyataan 9 dari indikator “Harga”	70
Tabel 3.12. Pernyataan 10 dari indikator “Promosi”	73
Tabel 3.13. Pernyataan 11 dari indikator “Promosi”	74
Tabel 3.14. Pernyataan 12 dari indikator “Promosi”	76
Tabel 3.15. Pernyataan 13 dari indikator “Pola Pikir”	78
Tabel 3.16. Pernyataan 14 dari indikator “Pola Pikir”	80
Tabel 3.17. Pernyataan 15 dari indikator “Pola Pikir”	81
Tabel 3.18. Pernyataan 16 dari indikator “Perilaku Konsumtif”	83
Tabel 3.19. Pernyataan 17 dari indikator “Perilaku Konsumtif”	84
Tabel 3.20. Pernyataan 18 dari indikator “Perilaku Konsumtif”	86
Tabel 3.21. Pernyataan 19 dari indikator “Kelompok”	88
Tabel 3.22. Pernyataan 20 dari indikator “Kelompok”	89
Tabel 3.23. Pernyataan 21 dari indikator “Kelompok”	91
Tabel 3.24. <i>Guilford’s Emperical Rule</i>	94
Tabel 3.25. Korelasi	95
Tabel 3.26. Hasil Uji Normalitas	97
Tabel 3.27. Hasil Uji Linearitas.	98
Tabel 3.28. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Ringkasan model	99
Tabel 3.29. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Analysis of Variance</i>	100
Tabel 3.30. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Coefficients</i>	101
Tabel 3.31. Hasil Uji Hipotesis	102
Tabel 3.32. Analisis Riset tentang <i>Online Shop</i>	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Gambar kerangka pemikiran	20
Gambar 2.1. Gambar logo SMA Negeri 13 Palembang	38

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT atas nikmat dan kesehatan, serta rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri Remaja (Studi Pada Siswa Kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu tugas mahasiswa untuk menambah Ilmu Pengetahuan dan menjadi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi. Skripsi ini tidak lepas dari bantuan, petunjuk, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya Kepada pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini, kepada :

1. Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag M.A sebagai Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Prof. Dr. Izomidin, MA sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
3. Dr. Yenrizal, M.Si sebagai Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
4. Ainur Ropik, S.Sos., M.Si sebagai Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
5. Dr. Kun Budianto, S.Ag., SH., M.Si sebagai Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
6. Reza Aprianti, MA sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
7. Eraskaita Ginting, M.I.Kom sebagai sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.
8. Dr. Yenrizal, M.Si sebagai Dosen Pembimbing I.
9. Badarudin Azarkasyi, SE.MM sebagai Dosen Pembimbing II.

8. Dr. Yenrizal, M.Si sebagai Dosen Pembimbing I.
9. Badarudin Azarkasyi, SE.MM sebagai Dosen Pembimbing II.
10. Seluruh Staff dan Karyawan Administrasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang.
11. Heryanto Prawita, S.Pd sebagai Kepala Sekolah SMA Negeri 13 Palembang.
12. Yunita, S.Pd, M.Si sebagai Wakil Kurikulum SMA Negeri 13 Palembang.
13. Kedua orang tuaku tersayang, Ibuku Sumatri Anita dan Papaku Mulkan Ansori yang selalu menyayangi dan membimbing serta mendoakan keberhasilan dan kebahagiaan anaknya
14. Ayukku tercinta Indri Lika Mulya Sari, Bella Angelya dan adikku Silvi Aulia Putri yang selalu memberikan suport hidup, sehingga hidup menjadi lebih bersemangat untuk mencapai suatu kesuksesan.
15. Ryan Pakusadewa yang telah mengajarkan ilmu tentang kuantitatif sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
16. Agama dan Almamaterku.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan dan terdapat hal-hal yang harus diperbaiki. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua dalam penyusunan skripsi ini. Dan penulis juga berharap agar skripsi ini dapat dijadikan refrensi serta memberikan manfaat bagi semua pihak.

Palembang, 05 Februari 2021
Penulis



M. Taufik Hidayat
NIM. 1657010161

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih serta penggunaan internet yang semakin populer disemua kalangan masyarakat tanpa terkecuali kalangan remaja wanita. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet di masyarakat, maka masyarakat pun semakin berkembang dalam gaya hidup. Masyarakat pada saat ini lebih memilih untuk melakukan kegiatan berbelanja secara mudah yaitu dengan berbelanja menggunakan internet. Kegiatan berbelanja dengan menggunakan internet pada saat ini biasa disebut dengan online shopping. Online shopping adalah bagian yang paling dekat dengan kalangan wanita, perubahan perilaku berbelanja yang berawal dari berbelanja melalui toko ritel kini sudah berubah menjadi berbelanja online atau biasa disebut dengan online shopping. Kelebihan yang diberikan situs online shopping merupakan salah satu inovasi yang diberikan oleh perkembangan teknologi.¹ Beberapa situs online shopping lebih memudahkan konsumen untuk mengetahui produk yang diberikan oleh online shopping dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan dengan adanya berbagai penawaran khusus yang didapat oleh setiap konsumen, sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan kebutuhan dan berakhir dengan proses pembelian.

¹ Abdullah, Thamrin dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada h.31

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi membuat remaja juga ikut andil dalam hal ini. Sekarang sering kali kita melihat remaja menggunakan *gadget* untuk melihat suatu *online shop*. Tentunya hal ini sangat tidak baik untuk konsep diri remaja terutama pada usia 15 – 18 Tahun. Pada saat ini, banyak orang tua yang tidak mengetahui hal itu. Sehingga sering kali lalai dalam memberikan fasilitas kepada remaja.

Perkembangan media teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Khususnya pada media belanja online, semakin banyaknya peluang untuk membuka pasar online seperti, Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia dan lain – lainnya. Sebagian besar pasar online dengan bermacam – macam yang membidik segmentasi pasar remaja. *online shop* semakin banyak, ada beberapa *online shop* dalam teknologi Indonesia yakni Lazada yang memberikan masyarakat untuk bisa membeli suatu barang dengan mudah. Ada juga aplikasi Tokopedia yang semakin berkembang dengan inovasi sangat maju Tokopedia mempromosikan suatu barang dijual dalam bentuk iklan dan spanduk.

Teknologi merupakan pengembangan dan penerapan berbagai peralatan atau sistem untuk menyelesaikan persoalan – persoalan yang dihadapi manusia dalam kehidupan sehari – hari. Teknologi juga merupakan alat, mesin, cara proses, kegiatan atau gagasan yang dibuat untuk mempermudah aktifitas manusia dalam kehidupan sehari – hari. Selain itu mempunyai potensi untuk penetrasi dalam mempengaruhi sikap, kreativitas,

motivasi, pandangan gaya hidup, dan orientasi masyarakat.² Bahkan tidak kalah pentingnya teknologi juga memiliki potensi menyampaikan pesan – pesan/pembelajaran. Artinya, teknologi merupakan salah satu bentuk sumber pembelajaran yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan mutu pembelajaran dan perekonomian.

Remaja sebagai khalayak teknologi selalu dipandang sebagai kasus khusus, karena remaja diasumsikan mudah tersugesti dan rentan terkena pengaruh. Kasus khusus bagi remaja dalam sudut pandang sebagai khalayak, teknologi sebagai suatu program edukasi yang bisa digolongkan ke dalam kemajuan masa modern untuk remaja dengan banyak aplikasi-aplikasi yang memang buat untuk mempermudah berbelanja online dengan mudah. Mengenai efek juga terkandung dalam kecenderungan aplikasi – aplikasi yang di buat pada khalayak muda, termasuk yang jelas-jelas mempengaruhi konsep diri remaja.

Media sedikit banyak memberikan pengaruh bagaimana khalayak melihat sebuah peristiwa, informasi maupun sebuah produk yang diiklankan dalamnya. Efek samping yang tidak direncanakan dan telah diterima suatu hal yang wajar adalah sosialisasi kebiasaan konsumtif. Perilaku konsumtif yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi untuk memenuhi keinginan yang sifatnya untuk menaikkan status sosial, menjaga gengsi, mengikuti mode dan berbagai alasan lainnya yang kurang penting.

² *Ibid.*, h. 55

Remaja adalah salah satu contoh yang paling banyak terkena dampaknya atau dapat dengan mudah terpengaruh gaya hidup konsumtif. Remaja merupakan kelompok yang berorientasi konsumtif karena remaja suka sekali mencoba hal – hal baru, tidak realistis dan cenderung boros. Dimana usia remaja merupakan masa peralihan dan pencarian identitas diri. Lingkungan pergaulan remaja mempunyai banyak pengaruh terhadap sikap, minat, pembicaraan, penampilan dan perilaku dari pada keluarga. Hal tersebut disebabkan pada masa remaja, remaja cenderung lebih banyak berada diluar rumah untuk melepaskan diri dari pengaruh orang tuanya. Remaja sadar dukungan sosial dipengaruhi oleh penampilan yang menarik berdasarkan apa yang dikenakan dan dimiliki, sehingga tidak heran jika pembelian kosmetik, pakaian, dan aksesoris pada awal remaja dianggap penting.

Menurut data survey Chip.co.id, Penggemar aplikasi *Online Shop* cenderung membeli produk fashion seperti baju, celana, tas, sepatu, aksesoris dan lain – lain. Tidak sedikit konsumen mengatakan bahwa belanja *online* lebih mudah dibandingkan belanja langsung di toko atau pasar. Barang – barang yang ditawarkan *online shop* cenderung lebih murah dan banyak pilihannya serta tidak membuang – buang waktu untuk pergi keluar rumah atau sekolah.

Hal ini pula yang membuat para pelajar siswa – siswi SMA Negeri 13 Palembang memilih aplikasi *online* untuk mempermudah dalam berbelanja. Cara yang *simple*, mudah dan banyaknya tawaran semakin membuat tertarik para pelajar. Bagi yang khawatir akan penipuan produk *online shop* mereka bisa membeli barang dengan system COD (*cash on delivery*) dimana pembeli dapat membayar barang yang dibelinya akan sampai di tempat yang sudah di setujui.

Penelitian ini fokus kepada pengaruh konsep diri remaja dikalangan siswa – siswi SMA Negeri 13 Palembang yang disebabkan oleh maraknya pengikuti gaya hidup teman sekitarnya. Dimana mayoritas siswa – siswi berasal dari menengah ke atas, namun minoritas gemar melakukan belanja *online* untuk mengikuti gaya hidup teman yang berasal dari menengah ke atas. Fasilitas – fasilitas yang diberikan sekolah seperti laboratorium komputer dan *hostpot area* sangat mendukung bagi siswa – siswi untuk mengakses internet. Hal tersebut memicu siswa – siswi yang gemar menggunakan *smartphone* dapat dengan mudah untuk mengakses belanja online.

Masyarakat zaman sekarang cenderung mengikuti trend terbaru. Misalkan seseorang mempunyai pakaian yang bisa dikatakan masih layak tapi demi memenuhi keinginannya untuk mengikuti trend terbaru, ia membeli pakaian tersebut agar tidak dianggap ketinggalan zaman. Perilaku semacam ini disebut *perilaku konsumtif* yakni ketika seseorang mempunyai hasrat untuk mengosumsi barang-barang yang sebenarnya kurang

diperhatikan secara berlebihan demi kepuasan pribadi. Islam sebagai agama sempurna dan al-qur'an sebagai pedoman dalam kehidupannya telah memberikan rambu-rambu berupa batasan-batasan serta arahan-arahan positif dalam berkonsumsi. Setidaknya terdapat dua batasan dalam hal ini: pertama, pembatasan dalam hal sifat dan cara. Seorang muslim mesti sensitif terhadap sesuatu yang dilarang oleh islam. mengkonsumsi produk – produk yang jelas keharamannya harus dihindari seperti khamr, daging babi, bertransaksi investasi dengan jalan riba dan lain-lain.

Seorang muslim haruslah senantiasa mengkonsumsi sesuatu yang pasti membawa manfaat dan sehat, sehingga jauh dari kesia-siaan. Karena kesia-siaan adalah kemubadziran, dan hal itu dilarang dalam islam seperti termaktub dalam Al-Qur'an:

إن المبشرين كانوا إخوان الشياطين و كان الشيطان لربه كافورا

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Rabbnya (QS.Al - Isro 17:27)

Kedua, pembatasan dalam hal kuantitas atau ukuran konsumsi. Islam melarang umatnya berlaku kikir yakni terlalu menahan-nahan harta yang dikaruniakan oleh Allah SWT, kepada mereka, namun Allah SWT, juga tidak menghendaki umatnya membelanjakan harta mereka secara berlebihan di luar kewajaran, dalam firman Allah SWT (QS.Al - furqon 25:67)

والذين إذا أنفقوا لم يسرفوا ولم يقتروا وكان بين ذلك قواما

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. (QS.al-furqon 25:67).

Adapun arahan islam dalam mengatasi perilaku konsumtif, berkonsumsi terdapat tiga hal:

1. *Jangan boros*, seorang muslim dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya. Tidak semua hal yang dianggap butuh saat ini harus segera di beli. Karena sifat dari kebutuhan sesungguhnya dinamis, ia dipengaruhi oleh situasi dan kondisi
2. *Seimbangkan pengeluaran dan pemasukan*, seorang muslim hendaknya mampu menyeimbangkan antara pemasukan dan pengeluarannya, sehingga sedapat mungkin tidak berhutang. Karena berhutang menurut Rasulullah SAW akan melahirkan keresahan di malam hari dan mendatangkan kehinaan ketika siang hari. Ketika tidak memiliki daya beli kita dituntun untuk lebih selektif lagi dalam memilih supaya menghindari hutang,
3. *Tidak bermewah-mewahan*. Islam juga melarang umatnya hidup dalam kemewahan. Kemewahan yang dimaksud disini adalah tenggelam dalam kenikmatan hidup berlebih-lebihan dengan sarana yang serba menyenangkan.serta lupa untuk berbagi terhadap kaum miskin dan dhua'fa yakni kaum yang terlantar.

Banyak siswa yang menggunakan *gadget* di masa pandemic Covid – 19 dan ada juga siswa yang tidak menggunakan *gadget* dikarenakan suatu penghasilan orang tuanya, 99% siswa/siswi SMA Negeri 13 Palembang menggunakan *gadget*, hanya beberapa 1% siswa yang tidak memakai *gadget*. Disini peneliti telah mendapatkan juga data beberapa siswa/siswi yang menggunakan *online shop* di dalam *gadget*. Data tersebut untuk mengetahui seberapa banyak siswa yang menggunakan *online shop* dimasa pandemic Covid - 19, agar peneliti lebih akurat dalam mendapatkan hasil penelitian. 50 % siswi di SMA Negeri 13 Palembang memiliki aplikasi *online shop* di *gadget* mereka. Hanya 20 % siswa di SMA Negeri 13 Palembang yang memiliki aplikasi *online shop*. Cukup banyak siswa/siswi yang menggunakan aplikasi *online shop* kalangan remaja di SMA Negeri 13 Palembang yaitu mencapai 70 %. Jumlah 70% adalah siswa - siswi yang menyukai berbelanja *online shop* dengan beli produk brand terbaru dan juga keperluan pribadi siswa – siswi SMA Negeri 13 Palembang.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik dan ingin mengetahui lebih dalam mengenai komunikasi remaja pada masa modern pada pengaruh aplikasi *online shop* dan menuangkan tema penelitian ini ke sebuah skripsi yang diberi judul “Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri Remaja (Studi pada siswa kelas X SMA N 13 Palembang)”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Adakah Terdapat Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri Remaja Di SMA N 13 Palembang
2. Seberapa Besar Faktor Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri Remaja Di SMA N 13 Palembang

C. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Adakah Terdapat Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri Remaja Di SMA N 13 Palembang
2. Untuk mengetahui Seberapa Besar Faktor Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri Remaja Di SMA N 13 Palembang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Bagi program studi ilmu komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang berarti pada perkembangan penelitian dalam disiplin ilmu komunikasi, khususnya pada kajian konsep diri.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi *Online Shop*

Hasil penelitian diharapkan member masukan pada pihak *Online Shop* dalam konsep diri remaja, untuk memberikan pembelajaran yang baru dan inovatif agar khalayak tertarik.

b. Bagi Siswa

Penelitian ini juga diharapkan memberi pengetahuan pada siswa sekolah menengah atas mengenai pengaruh dalam membeli barang, sehingga dapat lebih banyak mendapatkan pengetahuan dan pembelajaran dari kegunaan aplikasi *online* tersebut.

c. Bagi Orang Tua

Penelitian diharapkan dapat member tahu kepada orang tua agar memilih cara lain untuk remaja agar lebih banyak mendapatkan informasi dan pengetahuan, dan memberi tahu orang tua agar memberikan *gadget* pada remaja untuk masa depannya.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberi tahu masyarakat dalam hal memilih kemajuan teknologi yang baik, karena teknologi bukan hanya untuk mempermudah komunikasi namun juga untuk mencari informasi dan pengetahuan.

e. Bagi Sekolah

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan untuk terus mengembangkan kemajuan teknologi dengan dicontohkan di sekolah agar remaja terus melakukannya dirumah dan membuat remaja lebih giat belajar dan menuntut ilmu.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka berisi deskripsi teoritis variabel – variabel yang dileliti dari kerangka teoritis (penjelasan teori – teori yang menunjang hubungan atau nisbah antar variabel yang diteliti). Setiap penelitian kuantitatif, selalu memiliki variabel karena dalam penelitian, variabel merupakan fokus perhatian penelitian³.

No	Nama peneliti/tahun, judul jurnal dan judul hasil riset	Metode	Teori	Hasil	Perbedaan
1.	Fithria Hubungan komunikasi keluarga dengan konsep diri remaja Jurnal ilmu keperawatan Vol. 2 No.1	<i>Simple Random sampling</i>	Teori Perkembangan	Sikap keluarga yang terbuka mengembangkan komunikasi efektif seperti menghargai pendapat remaja, pikiran remaja, memberikan kesempatan mengekspresikan diri sebagai sahabat bagi remaja akan membantu mendapatkan identitas.	Perbedaannya terdapat pada penelitiannya, jurnal ini lebih banyak membahas tentang komunikasi keluarga dengan konsep diri sedangkan peneliti lebih banyak membahas tentang pengaruh aplikasi terhadap konsep diri remaja.
2.	A.Sari, A.V.S, Hubeis, S. Mangkuprawira, dan A. Saleh Pengaruh Pola Komunikasi Keluarga Fungsi Sosialisasi Keluarga Terhadap Anak” tahun	<i>Simple Random sampling</i>	Teori Perkembangan	Perkembangan anak secara fisik, emosi, kognitif dan psikososial termasuk dalam kategori normal, sesuai dengan fase pertumbuhan anak secara umum. Anak dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa perkembangan	Perbedaan dengan peneliti yang mengambil ketidakseimbangan diri pada masa remaja dan bisa mengambil keputusan dengan tidak memikirkan terlebih dahulu apa

³ Sumanto (2014), Teori dan Aplikasi Metode Penelitian, Yogyakarta: CAPS, h.25

	2010 E-Journal Komunikasi Pembangunan Vol. 8 No. 2 Tahun 2010			mereka berada pada batasan normal. Komunikasi verbal bahasa, komunikasi verbal dan nonverbal secara proximity dan kata-kata dapat mempengaruhi perkembangan anak secara positif dalam taraf nyata	kekurangan, kelebihan dalam membeli produk di aplikasi shopee yang sedang tranding no.1 di Indonesia.
3.	Anggraini Bhuwaneswar y/ 2016 Perilaku belanja online dan kontrol diri mahasiswa belitung di yogyakarta tahun 2016 E-Journal Bimbingan Konseling Edisi 9 Tahun ke – 5 2016	<i>Simple Random Sampling</i>	Kuantitatif Mengump ulan data Angket	Hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja online pada mahasiswa Belitung kuliah di Yogyakarta tahun 2016, semakin tinggi control diri maka semakin renda perilaku belanja online, dan sebaliknya jika semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku belanja online-nya. Terlihat dari nilai korelasi besar - 0,462 dengan $P = 0,00 (< 0,05)$	perbedaan dengan peneliti yang memfokuskan terhadap konser diri seorang remaja terhadap aplikasi shopee yang sedang tranding no.1 di Indonesia.
4.	Astuti wijayanti, dewi puri astiti Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di kota denpasar Jurnal Psikologi, Vol. 4, No. 1, 2017	<i>Simple Random Sampling</i>	Kuantitatif Mengump ulan data Angket	Sebelum melakukan analisis korelasi, terdapat asumsi yang harus dipenuhi. Asumsi yang harus dipenuhi adalah asumsi normalitas untuk membandingkan persebaran data dengan kurva distribusi normal. Apablila signifikansi lebih besar dari 0,05	Perbedaan terdapat pada penelitiannya, jurnal lebih membahas tentang perilaku konsumtif remaja sedangkan peneliti lebih membahas pengaruh aplikasi terhadap konsep diri remaja

				atau 5% maka data dapat dikatakan memiliki distribusi yang normal (Priyatno, 2008). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada SPSS 18.0 for windows.	
--	--	--	--	--	--

Sumber : Dibuat oleh peneliti, 2021

Sejauh pengetahuan peneliti, dalam suatu penelitian diperlukan dukungan hasil – hasil penelitian yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Namun, belum ada yang sama persis dengan penelitian ini. Diantara penelitian yang dimaksud adalah:

Penelitian pertama dari Fithria dari jurnal yang berjudul “Hubungan Komunikasi Keluarga Dengan Konsep Diri” menjelaskan bahwa sebagian besar responden banyak menyatakan komunikasi keluarga dapat menciptakan perasaan identitas diri yang kuat pada diri remaja yang kuat dan membantu membentuk konsep diri positif pada remaja. Perbedaannya terdapat pada penelitiannya, jurnal ini lebih banyak membahas tentang komunikasi keluarga dengan konsep diri sedangkan peneliti lebih banyak membahas tentang pengaruh aplikasi terhadap konsep diri remaja.

Kedua dari penelitian A.Sari, A.V.S Hubeis, S. Mangkuprawira dan A. Saleh (2010) dari jurnal berjudul “Pengaruh Pola Komunikasi Keluarga Fungsi Sosialisasi Keluarga Terhadap Anak” menjelaskan penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan mereka berada pada batasan normal, komunikasi verbal, komunikasi verbal dan non verbal secara proximity dan kata – kata dapat mempengaruhi anak. Beda dengan peneliti yang mengambil ketidakseimbangan diri pada masa remaja dan bisa mengambil keputusan dengan tidak memikirkan terlebih dahulu apa kekurangan, kelebihan dalam membeli produk di aplikasi *online shop*.

Ketiga dari penelitian Anggraini Bhuwaneswary (2016) dari jurnal yang berjudul “Perilaku Belanja Online dan Kontrol Diri Mahasiswa Belitung Di Yogyakarta” menjelaskan bahwa semakin tinggi control diri maka semakin rendah perilaku belanja online, dan sebaliknya jika semakin rendah kontrol diri diri maka semakin tinggi juga perilaku belanja online. Beda dengan peneliti yang memfokuskan terhadap konser diri seorang remaja terhadap aplikasi *online shop*.

Keempat dari penelitian Astuti Wijayanti dan Dewi Puri Astiti “Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Denpasar” melakukan analisis korelasi, terdapat asumsi yang harus dipenuhi. Asumsi yang harus dipenuhi adalah asumsi normalitas untuk membandingkan kurva distribusi normal.

F. Kerangka Teori

1. Psikologi Komunikasi

Komunikasi adalah sebuah peristiwa sosial, peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lain, dan mencoba menganalisa peristiwa sosial secara psikologis membawa kita pada psikologi sosial. Karena itu pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.

Komunikasi sebagai ilmu yang multidisiplin mempunyai banyak pengertian dan makna sesuai dengan latar belakang bidang ilmu yang memberi pengertian. Sehingga komunikasi dapat diartikan dalam perspektif sosiologi, psikologi, psikologi sosial, antropologi, politik, dan sebagainya.

Bagaimanapun komunikasi merupakan bagian yang essensial buat pertumbuhan kepribadian manusia dan komunikasi amat erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia. Karenanya komunikasi selalu menarik minat psikolog. Psikologi komunikasi mempunyai batasan makna yang sangat luas, meliputi segala penyampaian energi, gelombang suara, tanda diantara tempat, sistem atau organisme. Kata komunikasi sendiri dipergunakan sebagai proses, sebagai pesan, sebagai pengaruh atau secara khusus sebagai pesan pasien dalam psikoterapi.⁴

⁴ Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya h. 57

a. Psikologi adalah sebagai pedekatan sosial

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*, teori mengasumsikan bahwa orang mempunyai kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan dengan (salah satu cara) menggunakan (berlangganan, melihat, atau mendengarkan) media massa.

Model ini memulai dengan lingkungan sosial (social environment) yang menentukan kebutuhan kita. Lingkungan sosial tersebut meliputi ciri-ciri kelompok dan ciri-ciri kepribadian. Kebutuhan individual (*individual's Needs*) dikategorikan sebagai *Cognitive needs, affective needs, personal integrative need, and social integrative needs*.⁵

Penjelasannya adalah sebagai berikut:

1) *Cognitive needs* (Kebutuhan kognitif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai informasi. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami informasi, dengan memuskan rasa penasaran dan dorongan untuk menyelidiki.

2) *Affective needs* (kebutuhan afektif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang menyenangkan dan emosional.

3) *Personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.

⁵ Nurudin, (2011), *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, h. 170

4) *Social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.⁶

b. Lingkup Psikologi Komunikasi

komunikasi berkaitan dengan bagaimana mencapai komunikasi yang efektif dalam interaksi manusia. Untuk itu maka memahami manusia memang menjadi kemutlakan jika kita ingin berhasil/efektif dalam berkomunikasi dengan manusia lain. Pendekatan psikologi komunikasi memiliki empat ciri-ciri, yaitu:

a. Penerimaan Stimuli Secara Inderawi (*Sensory Reception of Stimuly*).

Pada proses ini komunikasi diawali atau bermula ketika panca indra kita diterpa oleh stimuli, panca indra tersebut yakni mata, hidung, telinga, kulit, dan mulut. Stimuli bisa berbentuk orang, pesan, suara, warna, dan sebagainya; pokoknya segala hal yang mempengaruhi.

b. Proses yang Mengantarai Stimuli dan Respons (*Internal Mediation Of Stimuli*).

Pada ciri pendekatan ini, stimuli yang ditangkap oleh alat indera, kemudian diolah dalam otak. Kita hanya mengambil kesimpulan tentang proses yang terjadi pada otak dari respons yang tampak. Melalui tanda-tanda yang diketahui, seperti tersenyum, tepuk tangan, dan meloncat-loncat, yang memiliki arti sedang gembira.

⁶ *Ibid.*, h. 175

- c. *Prediksi Respons (Prediction of Response)*. Pada pendekatan ciri ini, Respons yang terjadi pada masa lalu dapat dilihat serta dapat diramal responya untuk masalah mendatang. Kuncinya, harus mengetahui sejarah respons terdahulu, sebelum meramalkan respons individu saat ini.
- d. *Peneguhan Response (Reinforcement of Response)* Pada pendekatan ciri ini timbul perhatian pada gudang memori (memori storage) dan set (penghubung masa lalu dan masa sekarang). Salah satu unsur sejarah respons ialah peneguhan. Peneguhan adalah respons lingkungan (atau orang lain pada respons organisme yang asli). Berger dan Lambert menyebutnya feedback (umpan balik), tetapi Fisher tetap menyebutnya Peneguhan.

2. *Online Shop*

Online shop atau bisnis online saat ini bukan menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat Indonesia, baik yang dalam kesehariannya menggunakan *internet* ataupun tidak adapun definisi *online shop*, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui *internet* dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui *display* dengan gambar yang ada disuatu website. Setelahnya pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan.

Pengoperasian *Online shop*

Dalam *Online Shop* terdapat tingkatan-tingkatan dalam pengoperasian *Online shop*, yaitu :

- 1) **Pengertian *Suplier***, *Supplier* adalah pihak yang menyediakan, menyalurkan dan memasarkan suatu produk tertentu.
- 2) **Pengertian *Reseller***, *Reseller* adalah orang atau pihak yang menjual kembali produk orang lain atau supplier dimana reseller ini berdiri sendiri atau bukan merupakan pegawai dari si supplier.⁷

3. Konsep Diri

Konsep diri didefinisikan sebagai semua pikiran, keyakinan dan kepercayaan yang akan membuat seseorang mengetahui tentang dirinya dan mempengaruhi hubungan dengan orang lain. Konsep diri seseorang tidak terbentuk sewaktu lahir tetapi dipelajari sebagai hasil dari pengalaman unik seseorang dalam dirinya sendiri dengan orang terdekat dan dengan realita dunia. Konsep diri adalah pengetahuan tentang diri yang merupakan citra subjektif dari diri dan percampuran yang kompleks dari perasaan, sikap, persepsi bahwa sadar maupun sadar. Konsep diri ini adalah cara individu dalam melihat pribadinya secara utuh, menyangkut fisik, emosi, intelektual, sosial dan spiritual.⁸

⁷ <https://www.hestanto.web.id/online-shop/>

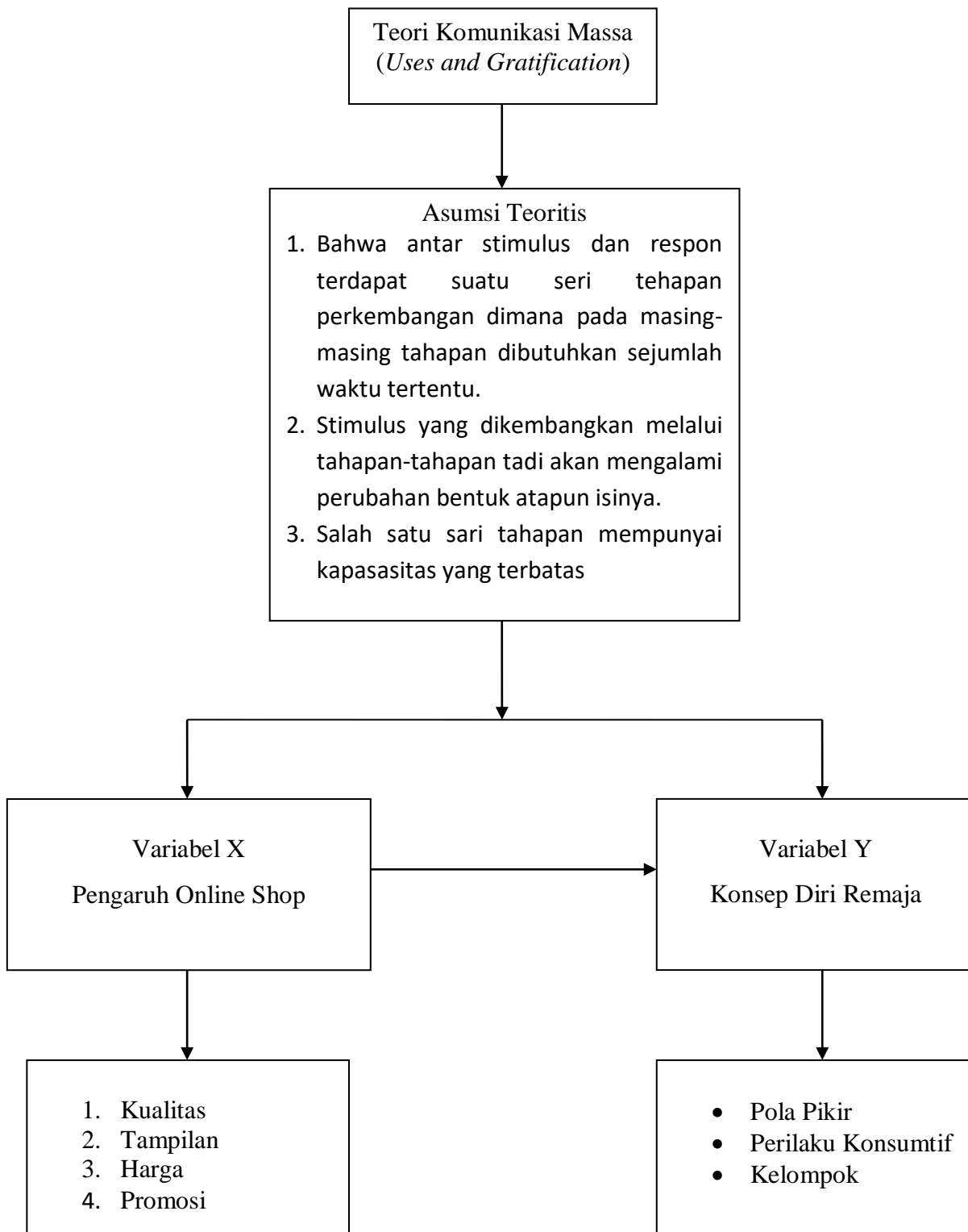
⁸ Desmita (2012). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset h.77

Sebagai bagian dari masyarakat yang orientasinya tinggi, remaja semakin sadar akan hadirnya produk-produk terbaru. Hal ini di perkuat dengan banyaknya toko-toko penjual pakaian terutama *online shop*. Media *online* mulai menyuguhkan iklan-iklan yang menampilkan produk-produk yang sedang trend yang secara tidak langsung mengeksploitasi gaya hidup mewah. Keadaan inilah yang mendorong seseorang untuk terus membeli dan menyebabkan remaja terjerat perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan pola hidup untuk mengonsumsi barang-barang secara berlebihan yang sebenarnya kurang diperlukan untuk mencapai kepuasan maksimal dan menunjang status sosial dikalangan remaja. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keinginan, kepuasan, status sosial dan gengsi menjadi faktor-faktor munculnya perilaku konsumtif. Bahwa seseorang yang ingin selalu terlihat menarik akan cenderung mementingkan penampilannya, oleh sebab itu akan cenderung untuk update trend yang sedang berkembang salah satunya melalui media internet. Perilaku konsumtif ini tidak didasari akan kebutuhan tetapi hanya keinginan semata yang adapat memberikan rasa senang, bangga, percaya diri, diterima dan dihargai lingkungan sekitarnya.

Hal ini diperkuat dengan propaganda dari berbagai media yang sangat gencar yang dapat menyebabkan mahasiswa terjerat perilaku konsumtif. Adanya online shopping dengan segala kemudahannya semakin membuat seseorang terjerat perilaku konsumtif. *online shop*, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik.⁹ hal inilah yang membuat seseorang tidak perlu menggunakan waktu secara berlebihan untuk berbelanja. Hanya bermodalkan gadget apa yang sedang trend akan dengan cepat di didapat informasinya dan dengan segala tawaran yang ada di online shop seseorang akan cenderung lebih tertarik dan tanpa berpikir panjang akan langsung membelinya.

⁹ Hestanto, 2016. Teori Online Shop Menurut Ahli. Retrieved August 2017 from <http://www.hestanto.web.id/online-shop/>



Gambaran 1.1

Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber : dibuat Oleh Peneliti, 2021

G. Hipotesis

Pentingnya hipotesis dalam suatu penelitian kuantitatif tidaklah diragukan lagi kalau dikaitkan dengan fungsinya untuk membantu dan menuntun dalam memahami kejadian dan peristiwa yang akan diteliti. Hipotesis yang disusun secara benar, berlandaskan teori yang ada akan “membimbing” penelitian menjadi terarah dan terfokus, baik ditinjau dari informasi yang akan dikumpulkan maupun teknik analisis yang akan digunakan dalam pengolahan data. Disamping itu, hipotesis merupakan pula jawaban tentatif dan bersifat sementara terhadap masalah, serta pegangan dalam menentukan kegiatan selanjutnya dalam penelitian.¹⁰

1. Hipotesis Mayor :

Hipotesis Nol (H_0) : Tidak Terdapat pengaruh Online Shop Terhadap Konsep Diri Remaja di SMA Negeri 13 Palembang

Hipotesis alternatif (H_a) : Terdapat Pengaruh Online Shop Terhadap Konsep Diri Remaja di SMA Negeri 13 Palembang

¹⁰ Muri Yusuf, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: KENCANA, h. 130

H. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara yang bersifat ilmiah yang sifatnya rasional, empiris dan sistematis yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. Metode penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam upaya menemukan informasi, menjelaskan keadaan dan membantu menemukan ide-ide baru. Metode penelitian digunakan untuk memperoleh data dari penelitian. Tujuan dari metode penelitian ini adalah untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian.

a. Metode Penelitian

Penelitian ini, harus dijelaskan secara jelas agar pembaca dapat mengetahui dan memahami dari bacaan tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah penelitian tentang masalah sosial berdasarkan pada pengujian sebuah teori *uses and gratification* yang terdiri dari variabel-variabel, diukur dengan angka, dan dianalisis dengan prosedur statistik untuk menentukan apakah generalisasi produktif teori tersebut benar.

b. Data dan Jenis Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah darimana seorang penulis memperoleh data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data antara lain:

1. Sumber data primer

Data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pengamatan yang dilakukan atau bisa dengan cara terjun secara langsung ke lokasi penelitian, dalam hal ini dapat mengetahui tingkat pengaruh *Online shop* terhadap konsep diri remaja.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan untuk memperkuat atau sebagai acuan peneliti untuk melakukan penelitian.

c. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teknik *survey* dengan menggunakan *kuesioner* (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data tentang pengaruh siswa sekolah atas terhadap *Online Shop*. Untuk mengumpulkan data tersebut digunakan angket dan responden diminta memilih jawaban yang tersedia. Soal dalam penelitian ini merupakan soal tes objektif menggunakan skala likert dengan lima pilihan, yaitu:¹¹

¹¹ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*,. (Jakarta: KENCANA, 2017), hlm. 222

NO	SKALA LIKERT		
1	Sangat Setuju	(SS)	5
2	Setuju	(S)	4
3	Kadang-Kadang	(R)	3
4	Tidak Setuju	(TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	(STS)	1

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, ialah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan model skala Likert yang terdiri atas beberapa item dengan lima alternatif jawaban dan penghitungan angket ini menggunakan kriteria skor.¹²

2. Observasi

Observasi adalah suatu studi yang dilakukan secara terencana dan sistematis melalui pengamatan terhadap gejala-gejala spontan yang terjadi. Observasi pada penelitian ini dilakukan untuk mengamati keikutsertaan Remaja dalam pengaruh *Online Shop*.

d. Lokasi penelitian

Penelitian dilakukan di SMA N 13 Palembang, Jalan Adi Sucipto No.2803 Bandara SMB II Palembang, Sumatera Selatan.

¹² Ridwan MBA, (2015), *Buku Dasar-Dasar Statistik*, Bandung: CV Alfabeta, h. 40

e. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (*Indepent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah pengaruh *online shop* terhadap remaja.

2. Variabel Terikat (*Dependent Vatiabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini ialah tingkat pengaruhnya konsep diri remaja definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya.

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu *Online Shop* dan Tingkat pengaruh konsep diri remaja. Variabel segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut.

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab-perubahannya atau timbul variabel. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel ini disebut sebagai variabel terikat karena variabel ini dipengaruhi dan terikat oleh variabel bebas. Apabila diberi lambang X, maka variabel terikatnya diberi lambang Y.

1. Variabel X : Pengaruh *Online Shop*

Dalam Variabel (X) terdapat 4 indikator yang perlu dipertimbangkan sebagai berikut :

a. Kualitas

Kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan atau standar yang telah ditentukan. Dengan kata lain, suatu produk dianggap berkualitas jika spesifikasinya sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan.

b. Tampilan

Tampilan adalah menampilkan suatu produk tidak monoton dan mempunyai cara sendiri sehingga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk.

c. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh konsumen tersebut.

d. Promosi

Promosi adalah suatu upaya untuk mempengaruhi konsumen agar dapat memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian konsumen tertarik dengan produk yang promosikan saat ini atau dimasa yang akan datang.

Keempat aspek komunikasi diatas merupakan sub variabel dari sebuah pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja. Dimana dari setiap sub variabel tersebut diturunkan indikator-indikator yang dapat diberi sebuah nilai:

a) Sub Variabel “Kualitas”

Dalam penelitian ini, sub variabel verbal dapat dijabarkan menjadi indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) *Online Shop* menyampaikan informasi dengan berdasarkan kualitas produk.
- 2) Informasi kualitas produk yang mudah dipahami.

b) Sub Variabel “Tampilan”

Dalam penelitian ini, sub variabel verbal dapat dijabarkan menjadi indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Tampilan-tampilan yang ada pada *Online Shop* dapat menarik peminat.
- 2) Tampilan – tampilan *online shop* yang menarik merupakan kemajuan teknologi editing

c) Sub Variabel “Harga”

Dalam penelitian ini, sub variabel verbal dapat dijabarkan menjadi indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) *Online Shop* merupakan toko *online* yang menjual produk dengan harga terjangkau dan murah.
- 2) Diskon yang ditawarkan juga sangat banyak

d) Sub Variabel “Promosi”

Dalam penelitian ini, sub variabel Perilaku Konsumtif dapat dijabarkan menjadi indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Promosi *online shop* sangat mempengaruhi orang banyak
- 2) Selalu promosikan barang-barang yang selalu terbaru dan tidak membosankan.
- 3) Promosi *online shop* juga mampu memberikan arti yang jelas pada konsumen.

Variabel Y = Konsep Diri Pada Remaja

Berdasarkan hal tersebut, maka sub variabel dalam Variabel (Y) sebagai berikut:

- 1) Pola Pikir, Cara menilai dan memberikan kesimpulan terhadap sesuatu berdasarkan sudut pandang tertentu.
- 2) Perilaku Konsumtif, Tindakan individu sebagai konsumen membeli barang dengan berlebihan untuk digunakan. Menimbulkan pemborosan dan hanya mengutamakan keinginan atau kesenangan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan manfaat dari barang tersebut.
- 3) Kelompok, Membuat saling berkomunikasi antar teman maupun kelompok.

Tabel 1.1
Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Konsep Variabel/ Sub Variabel	Indikator	Alat Ukur
Pengaruh Online Shop (X)	Kualitas	Kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan atau standar yang telah ditentukan. Dengan kata lain, suatu produk dianggap berkualitas jika spesifikasinya sesuai dengan standard kualitas yang telah ditentukan.	1) <i>Online Shop</i> menyampaikan informasi dengan berdasarkan kualitas produk. 2) Informasi yang didapat mudah dipahami.	Dalam memberikan informasi kualitas produk kepada remaja melalui <i>Online Shop</i> , menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah untuk dipahami bagi remaja.
	Tampilan	Tampilan adalah menampilkan suatu produk tidak monoton dan mempunyai cara sendiri sehingga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk.	1) Tampilan-tampilan yang ada pada <i>Online Shop</i> dapat menarik peminat. 2) Tampilan – tampilan <i>online shop</i> yang menarik merupakan kemajuan teknologi editing	Memahami arti tampilan, gambar, dan tanda yang memiliki arti tertentu dalam sebuah <i>Online Shop</i>
	Harga	Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang, manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapatkan oleh konsumen.	1) <i>Online Shop</i> merupakan toko <i>Online</i> yang menjual produk dengan harga murah. 2) Diskon yang ditawarkan juga sangat banyak.	<i>Online Shop</i> tersebut memiliki keunikan tersendiri dalam menawarkan suatu produk dengan harga yang murah dan juga mahal, dan menarik minat para remaja.
	Promosi	Promosi adalah suatu upaya untuk mempengaruhi konsumen agar dapat memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen dan kemudian	1) Promosi <i>online shop</i> sangat mempengaruhi orang banyak 2) Selalu promosikan barang – barang yang selalu	Selain menarik, <i>Online Shop</i> juga memberikan efek baik dan buruk kepada remaja salah satunya adalah perubahan sikap yang

		konsumen akan tertarik dengan produk yang dipromosikan saat ini atau masa yang akan datang	terbaru dan tidak membosankan 3) Promosi <i>online shop</i> juga mampu memberikan arti yang jelas pada konsumen	berujung dengan perubahan konsep diri.
Konsep Diri Remaja (Y)	Pola Pikir	Cara menilai dan memberikan kesimpulan terhadap sesuatu berdasarkan sudut pandang tertentu	1) Suatu pola pikir dimana remaja berpikir lebih efisien dalam berbelanja <i>online</i> 2) Suatu pola pikir untuk membeli <i>online</i> karena produk yang ingin dibeli tidak ada di <i>offline</i>	<i>Online Shop</i> yang saat ini sangat digemari oleh para remaja, tentunya hal ini dapat membuat para remaja menjadikan sebuah konsep diri sangat rentan dalam perubahan pola pikir
	Perilaku Konsumtif	Tindakan individu sebagai konsumen membeli barang dengan berlebihan untuk digunakan. Menimbulkan pemborosan hanya mengutamakan keinginan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan manfaat barang	1) Sebuah kebutuhan remaja yang berlebih – berlebihan dengan cara belanja <i>online</i> 2) Sebuah kepuasan belanja <i>online</i> yang berlebih – lebih akan pengaruh sikap remaja	Lebih sering bersosialisasi dengan kelompok teman langsung dan terpengaruh untuk membeli suatu barang di <i>Online Shop</i> .
	Kelompok	Membuat saling berkomunikasi antar teman maupun kelompok.	1) Berbagi informasi sesama kelompok tentang <i>online shop</i> 2) Kelompok remaja akan mencari informasi tentang produk yang beli ada di toko sekitarnya	Kelompok remaja sering membicarakan tentang <i>online shop</i> maka suatu saat membuat informasi – informasi yang ada pada event <i>online shop</i>

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti, 2021

f. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam suatu penelitian mempunyai peranan sentral dan menentukan. Kedua istilah itu, merupakan suatu konsep yang mempunyai karakteristik dan sifat-sifat tertentu.¹³

a). Populasi

Populasi merupakan keseluruhan atribut, dapat berupa objek, manusia, atau kejadian yang menjadi fokus penelitian. Populasi pada penelitian ini berjumlah 203 orang.

b). Sampel

Sampel adalah sebagian objek dari objek, manusia, atau kejadian yang mewakili populasi. Penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* untuk menarik sampel. Yang dimana dalam penelitian ini sampelnya adalah 68 orang.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{203}{1+203 (10)^2}$$

$$n = \frac{203}{1+203 (0,01)}$$

$$n = \frac{203}{3,0} = 68$$

¹³ *Ibid*, h. 144

f. Validitas Data

Validitas adalah tingkat di mana suatu instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen tidak bisa valid untuk sembarang keperluan atau kelompok; suatu instrumen hanya valid untuk keperluan dan pada suatu kelompok.¹⁴

Untuk uji coba validitas ini digunakan rumus korelasi *product moment* angka kasar sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N.\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi produk momen antara skor tiap butir

ΣX = jumlah skor tiap butir.

ΣY = jumlah skor total

N = jumlah responden

Selanjutnya koefisien korelasi item dikonsultasikan dengan harga r. kritik pada tabel, dengan indeks korelasi sebagai berikut :

Rendah, bila harga r_{xy} lebih rendah dari harga r_{tabel} , maka soal tersebut memiliki tingkat validitas rendah. Cukup, bila harga r_{xy} mendekati harga r_{tabel} (baik lebih maupun kurang dari r_{tabel}). Tinggi, bila harga r_{xy} lebih tinggi dari harga r_{tabel} maka memiliki tingkat validitas tinggi.

¹⁴ Sumanto, (2014), *Teori dan aplikasi metode penelitian*, Yogyakarta: CAPS, h. 78

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk menguji data apakah yang diperoleh normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas distribusi data digunakan Kolmogorov-Smirnov test dari program SPSS. Interpretasi normalitas data dihitung dengan cara membandingkan *Asymptotic Significance* yang diperoleh nilai $\alpha = 0,05$ jika $\text{asympt. Sig} > \alpha$ maka dinyatakan berdistribusi normal¹⁵.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data digunakan untuk mengetahui apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$. Rumus Reliabilitas sebagai berikut:¹⁶

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan

r_{11} = Koefisien reliabilitas

σ_t^2 = Varian Total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varians Butir

k = Jumlah Butir Pernyataan

¹⁵ C. Trihendardi, (2013), *Langkah Mudah Menguasai SPSS 21*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, h. 121

¹⁶ Syofian Siregar, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, h. 59

3. Uji Linieritas

Uji Linieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi yang diperoleh apabila dipergunakan untuk membuat kesimpulan antar variabel yang sedang dianalisis. Pengujian linieritas variabel bebas dengan variabel terikat dilakukan dengan menggunakan *One-Way Anova* pada program SPSS dengan taraf signifikan 5%. Interpretasi linieritas data dilakukan dengan ketentuan jika $\text{Sig} > \alpha$ (0,05) maka variabel bebas dan variabel terikat tersebut mempunyai hubungan linier.

4. Uji Analisis Regresi Sederhana

Analisis yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, analisis regresi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelompok remaja mengikuti gaya hidup modern terhadap tingkat pemahaman siswa sekolah menengah atas pada kegunaan aplikasi *online shop*. Data yang di peroleh nanti akan diolah menggunakan SPSS.

Untuk mengolah data primer yang telah diperoleh lapangan, maka peneliti menggunakan rumus statistik kegunaan uji regresi sederhana untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) bila variabel bebas (X) diketahui. Data ini akan dianalisis menggunakan rumus regresi sederhana dan dapat dianalisis karena dapat didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan akan dianalisis

menggunakan rumus persamaan regresi sederhana yang di rumuskan sebagai berikut:¹⁷

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

X = Variabel Independen

a = Konstanta Regresi

b = Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y.

5. Uji Hipotesis

Setelah koefisien regresi diperoleh maka dilakukan uji hipotesis yaitu uji t perbedaan sampel pada variabel interval/rasio. Dan untuk mengetahui apakah pengaruh antara variabel (X) dengan variabel (Y) signifikan atau tidak signifikan karena penelitian ini sifatnya mencari hubungan antara dua variabel yaitu mencari pengaruh maka tidak perlu dihipotesiskan karena penelitian eksploratif yang jawabannya masih dicari sukar diduga.

H_a Diterima, jika: $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq +t_{\text{tabel}}$

H_0 Ditolak, jika: $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

Tujuan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} adalah untuk mengetahui, apakah H_0 ditolak atau diterima.

¹⁷ Ridwan MBA, (2015), *Buku Dasar-Dasar Statistik*, Bandung: CV Alfabeta, h. 244

J. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah peneliti dalam menulis dan membahas serta menyusun penelitian ini, maka perlu dikemukakan terlebih dahulu sistematika dan penyusunan secara menyeluruh berdasarkan garis besar penelitiannya. Penelitian ini terdiri atas empat bab antara lain :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan secara singkat mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Dalam penelitian ini terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II : Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Bab ini berisi penjelasan singkat mengenai gambaran umum lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

Bab III : Hasil dan Pembahasan

Bab ini menguraikan hasil dari rumusan masalah dalam penelitian, dalam bentuk deskripsi secara mendalam mengenai hasil atau fenomena-fenomena yang didapat dari hasil temuan di lapangan.

Bab IV : Penutup

Bab ini menyajikan hasil akhir dari penelitian berupa kesimpulan yang peneliti dapat dari hasil penelitian. Pada bab ini, peneliti menjelaskan secara sikap dan inti permasalahan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat SMA Negeri 13 Palembang



Gambar 1

Logo SMA Negeri 13 Palembang

Di era globalisasi, pendidikan sejak dini sangat penting untuk membentuk suatu generasi yang baik dan berpendidikan. Kecerdasan yang dikembangkan haruslah meliputi kecerdasan intelektual, emosional, dan spritiual serta optimal dengan fungsi – fungsi motoriknya.

SMA Negeri 13 Palembang adalah sekolah yang dikenal sebagai sekolah sangat baik dalam mendidik anak agar mampu menjawab tantangan di era globalisasi ini dengan bekal kecerdasan spiritual dan intelektual sehingga menjadi generasi yang taqwa. Dengan komitmen mensejajarkan ilmu pengetahuan dan agama yang dapat menciptakan insan – insan yang cerdas, berbukti luhur dan berakhlak mulia sehingga akan terwujud kesuksesan dunia akhirat.

SMA Negeri 13 Palembang adalah salah satu sekolah yang mampu membina siswa/siswi menjadi manusia yang terdidik dan beriman berakhlak mulia, kreatif, mandiri serta proaktif dalam menjawab tantangan zaman yang terus berkembang.

SMA Negeri 13 Palembang didirikan pada tahun 1980 di jalan Adisucipto No. 2803 Bandara SMB II. TNI Auri kelurahan Sukodadi kecamatan Sukarami kota Palembang provinsi Sumatera Selatan dengan memiliki luas tanah yang cukup luas yakni sekitar: 25.760 m² dan luas bangunan sekitar 3.793 m² dan sudah sekitar lebih dari 1000 bibit penghijauan sudah di semai. Memang ini merupakan kerjasama para guru dan murid yang baik. Sekolah ini sudah menerapkan manajemen berbasis sekolah yang artinya seluruh kegiatan pengelolaan dan manajemen dikelola serta di atur lembaga manajemen.¹⁸

SMA Negeri 13 Palembang belum dikategorikan sebagai sekolah elite, masih banyak yang belum diterapkan sekolah seperti, memakai AC disetiap kelas, uang pembangunan diawal masuk sekolah, dll. Siswa/i yang bersekolah di SMA Negeri 13 Palembang berasal dari kota Palembang sekolah maupun dari luar kota Palembang, seperti Banyuasin, Sekayu, Muara Enim, dll.

¹⁸<https://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id> diakses pada tanggal 23 Oktober 2019 pukul 13.00 WIB

Proses pembentukan konsep diri tidak hanya melalui sekolah saja melainkan bisa juga melalui media lain, baik dari organisasi, seminar, maupun internet. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana siswa di SMA Negeri 13 Palembang mencari pengetahuan atau informasi melalui media lainnya. Misalnya dalam aplikasi *Online shop* banyak sekali informasi yang bisa siswa dapatkan, baik berupa ilmu pengetahuan tentang kemajuan teknologi, informasi tentang cara pemesanan *online*, dan masih banyak lagi pengetahuan yang bisa diperoleh. Ada juga informasi dari teman-teman yang antusias untuk berbelanja di *online shop*, dari informasi yang didapatkan siswa yang ingin sekali mengikuti teman-temannya maka akan ikut untuk berbelanja online. Sebuah konsep diri remaja di SMA Negeri 13 Palembang terbilang sangat mudah terpengaruh dalam berbelanja *online*.

Observasi awal juga ada suatu siswa yang menunjukkan sikap yang ingin berbelanja di *online shop* dan temannya ingin juga membeli barang yang cukup mahal untuk kantong remaja. Tetapi sebuah remaja tidak memikirkan sebuah efek kedepannya dalam melakukan hal yang tidak dipikirkan dahulu untuk kedepannya. Suatu kelabilan seorang remaja sangat berpengaruh dalam keseharian mereka dan juga pola hidup mereka akan berubah seketika bila sangat besar pengaruh yang didapatkan akan berefek besar dalam masa depan. Seorang remaja biasanya langsung membeli suatu barang di *online shop* karena harga yang murah dan memiliki diskon yang besar, sikap perubahan yang remaja sekarang

alami adalah sebuah gaya hidup diatur dari segi fashion, sebuah fashion bisa membuat remaja lebih percaya diri untuk keluar dari ejekan teman disekitarnya. Banyak siswa yang menggunakan *gadget* di SMA Negeri 13 Palembang dan ada juga siswa yang tidak menggunakan *gadget* dikarenakan suatu penghasilan orang tuanya, 99% siswa/siswi SMA Negeri 13 Palembang menggunakan *gadget*, hanya beberapa 1% siswa yang tidak memakai *gadget*. Disini peneliti telah mendapatkan juga data beberapa siswa/siswi yang menggunakan *online shop* di dalam *gadget*. Data tersebut untuk mengetahui seberapa banyak siswa yang menggunakan *online shop*, agar peneliti lebih akurat dalam mendapatkan hasil penelitian. 50 % siswi di SMA Negeri 13 Palembang memiliki aplikasi *online shop* di *gadget* mereka. Hanya 20 % siswa di SMA Negeri 13 Palembang yang memiliki aplikasi *online shop*. Cukup banyak siswa/siswi yang menggunakan aplikasi *online shop* kalangan remaja di SMA Negeri 13 Palembang yaitu mencapai 70 %.

B. Visi Misi, dan Tujuan SMA Negeri 13 Palembang

1. Visi Sekolah

Adapun Visi dari SMA Negeri 13 Palembang adalah sebagai berikut:

Visi

“Unggul Dalam IMTAQ, IPTEK Yang Berkarakter, Berbudaya Dan Berwawasan Lingkungan.

2. Misi Sekolah

Adapun Misi dari SMA Negeri 13 Palembang adalah sebagai berikut:

Misi

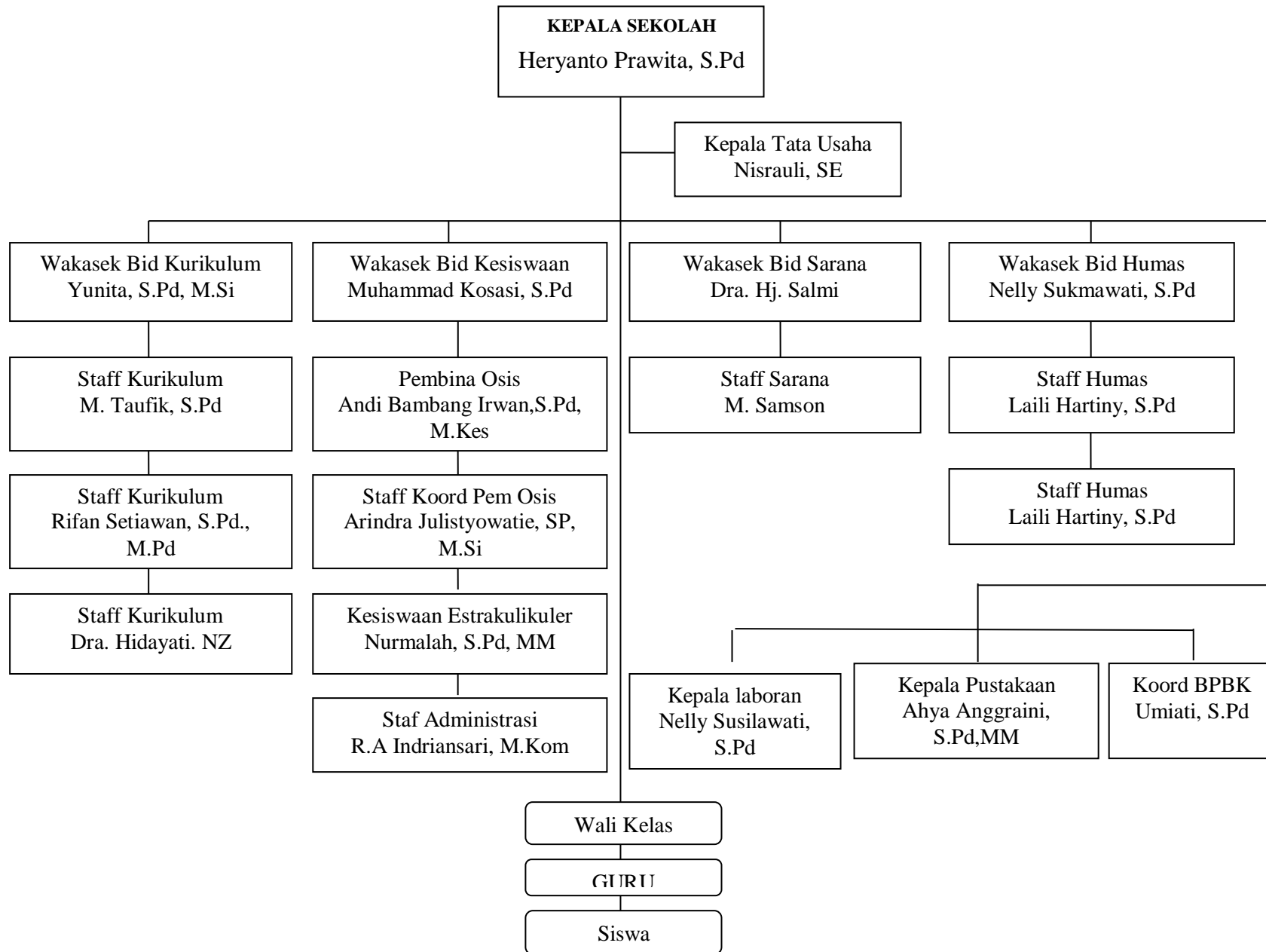
- 1) Meningkatkan Pembelajaran Secara Efektif.
- 2) Meningkatkan jumlah lulusan yang diterima di perguruan tinggi negeri baik, melalui jalur undangan maupun ujian tertulis.
- 3) Membentuk tim Volly, Basket, dan Sepak Bola berprestasi tim Olympiade mata pelajaran berprestasi, Bahasa Jerman, Prancis dan Arab Club, Sangar Seni dan lain – lain yang tercantum dalam Ekstrakurikuler.
- 4) Menumbuhkan lingkungan Adiwiyata.
- 5) Meberikan bekal keterampilan IPTEK bagi lulusan.
- 6) Menciptakan pengelolaan administrasi yang baik dan efisien.
- 7) Menumbuhkan penghayatan ajaran agama yang dianut.
- 8) Menumbuhkan rasa pemeliharaan lingkungan yang bersih, rapi dan indah.
- 9) Meningkatkan usaha penghijauan di dalam dan diluar lingkungan sekolah.

3. Tujuan Sekolah

Adapun tujuan dari SMA Negeri 13 Palembang adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk merincikan dan melaksanakan kebijaksanaan departemen pendidikan nasional tentang peningkatan pemerataan dan perluasan kesempatan belajar, peningkatan mutu pendidikan, peningkatan relevansi belajar, peningkatan efisiensi dan efektifitas pendidikan dan pembinaan generasi muda.
- 2) Untuk menjadi pedoman bagi setiap karyawan dalam melaksanakan tugas yang dapat di tetapkan kegiatan – kegiatan masing – masing.
- 3) Agar setiap karyawan mengetahui dengan jelas rangkaian kegiatan – kegiatan pokok sekolah.

C. Struktur Organisasi SMA Negeri 13 Palembang



D. Rekapitulasi Data SMA Negeri 13 Palembang

1. Data Siswa SMA Negeri 13 Palembang

Tabel 2.1

Data Siswa				
No.	Uraian	Detail	Jumlah	Total
1.	Kelas 10	L	123	203
		P	180	
2.	Kelas 11	L	148	342
		P	194	
3.	Kelas 12	L	173	419
		P	246	

Sumber data diberikan langsung oleh admin sekolah SMA Negeri 13 Palembang dan Data penghasilan orang tua ini tercatat pada tahun ajaran 2019 – 2020. Pada tanggal 26 september 2020 Pukul 10.34 WIB

Prestasi yang didapatkan sekolah yaitu adalah penghargaan adiwiyata, sekolah terpilih sebagai sekolah terbersih dari sekolah-sekolah lainnya. Dan siswanya juga tak mau kalah dari sekolah yang mendapatkan banyak sekali penghargaan dari kota Palembang, siswanya juga banyak mendapatkan prestasi dalam bidang IT, Karate, Bola Volly, EC (English Club), KIR (Karya Ilmiah Remaja), dllnya. Banyak juga siswa di SMA Negeri 13 Palembang mengikuti olimpiade seperti matematika, fisika, bahasa inggris, biologi. Dalam kesempatan ini peneliti ingin menjelaskan bahwa SMA Negeri 13 Palembang mengikuti Olimpiade tetapi hanya lolos ke tahap kualifikasi.

Daftar prestasi siswa/siswi SMA N 13 Palembang :

1. Juara 2 Lomba Essay Di SMA Negeri 22 Palembang (KIR)
2. Juara 3 Lomba LKTI Di SMA Al-Furqon (KIR)
3. Juara 1 Dai – Daian Di SMA Bina Warga 1 (KIR)
4. Juara Harapan 1 Mading Di SMA Al-Furqon (KIR)
5. Juara Harapan 3 Lomba LKTI Dies Natalis Pertanian Unsri
6. Juara 1 Dai – Daian Di SMA Bina Warga 1 (Rohis)
7. Juara 1 Fighter Kelas C Putra (Karate)
8. Juara 2 Fighter Kelas B Putra (Karate)
9. Juara 3 Kejuaraan Karate Bupati Ogan Ilir
10. Juara 3 Karate Di Banyuasin

Masih banyak prestasi yang diperoleh oleh siswa/siswi SMA Negeri 13 Palembang, Tahun 2019 – 2020 SMA Negeri 13 Palembang mendapatkan uang pembinaan sebesar Rp. 500. 000 karena mendapatkan juara 1 Bola Volly Di SMA 1 dalam turnamen ASS Sport. Dalam turnamen lainnya juga SMA Negeri 13 Palembang mendapatkan uang pembinaan sebesar RP. 600.000 karena mendapatkan Juara 2 Di SMANTAPA Cup. Cukup banyak prestasi yang telah didapatkan oleh siswa/siswi SMA Negeri 13 Palembang.

Penghasilan orang tua siswa di SMA Negeri 13 Palembang memiliki banyak sekali kategori. Setelah melakukan penelitian dan mendapatkan data dari sekolah peneliti sudah mendapatkan data – data yang diperlukan untuk melengkapi data penelitian. Penghasilan orang tua siswa kategori 1 : kurang dari 500.000, kategori 2 : 1.000.000 s/d 2.000.000, kateogri 3 : 2.000.000 s/d 5.000.000. Paling besar penghasilan orang tua siswa di sma negeri 13 palembang yaitu 5.000.000 s/d 20.000.000. peneliti sudah menghitung berapa % di setiap kategori penghasilan orang tua siswa/ siswi SMA Negeri 13 Palembang. Peneliti menghitung semua penghasilan orang tua siswa/siswi SMA Negeri 13 Palembang, terdiri dari 962 Siswa yang masih aktif belajar di SMA Negeri 13 Palembang.

Tabel 2.2

Penghasilan Orang tua Siswa/Siswi

Kategori Penghasilan Orang Tua	Hasil Rekap Penghitungan
Kurang dari 500.000	5 %
500.000 – 1.000.000	10 %
1.000.000 – 2.000.000	40 %
2.000.000 – 5.000.000	40 %
5.000.000 – 20.000.000	5 %

Sumber data diberikan langsung oleh admin sekolah SMA Negeri 13 palembang dan Data penghasilan orang tua ini tercatat pada tahun ajaran 2019 – 2020. Pada tanggal 26 september 2020 Pukul 10.34 WIB

Penghasilan orang tua ini sangat bersangkutan dengan pembahasan penelitian, karena remaja sangat sensitif dengan namanya uang dan uang yang mereka dapatkan adalah hasil dari penghasilan orang tua perbulannya. Orang tua memberikan uang kepada mereka untuk kebutuhan disekolah. Tetapi banyak remaja yang tidak memanfaatkan uang tersebut dengan baik seperti menabung, peneliti mengambil data penghasilan orang tua ingin mengetahui seberapa besar kemungkinan suatu remaja akan terpengaruh dalam membeli suatu produk *online shop* dengan mengikuti gaya hidup remaja lainnya. Bila ada remaja yang terpengaruh dalam membeli produk *online shop* maka pengeluaran orang tua akan lebih banyak dari sebelumnya, karena suatu gaya hidup remaja dengan remaja lainnya tentu berbeda – beda. Disini lah konsep diri remaja akan berubah karena sudah terpengaruh dengan gaya hidup temannya yang memiliki suatu produk yang juga di inginkannya.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri Remaja

Mengetahui pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja yang dirasakan oleh siswa/i sekolah menengah atas negeri 13 Palembang, merupakan tujuan dari penelitian. Untuk tujuan tersebut, maka diperlukan data-data yang menunjang seperti data primer.

Penelitian memperoleh data primer melalui kuesioner yang berisikan pernyataan-pernyataan yang dijawab oleh responden. Untuk menguji validitas dari pertanyaan penelitian yang diajukan, digunakan rumus *Total Item Correlations*, sedangkan realibilitasnya di uji dengan menggunakan koefisien reliabilitas Alpha Cronbach.

Data yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh 68 responden ini dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan teknik inferensial. Teknik analisis deskriptif dipakai guna memaparkan data responden dan data penelitian, sedangkan teknik analisis inferensial dipakai untuk menguji guna mengetahui hubungan yang terjadi antara variabel X dan variabel Y, sehingga pertanyaan penelitian pun akhirnya dapat terjawab.

Analisis inferensial ini diuji melalui statistik *Rank Spearman* karena seluruh data mengenai variabel penelitian kali ini berskala ordinal. Sedangkan untuk menguji signifikannya dilakukan dengan uji (*t*) sehingga tes ini dapat diketahui apakah hubungan yang diperoleh akan signifikan atau tidak.

1. Pengujian Kriteria Validitas dan Reliabilitas Instrument Penelitian

Berdasarkan data skor yang diperoleh dari 68 responden, dengan menggunakan aplikasi *MS Excel dan SPSS* didapatkan hasil yang menunjukkan koefisien validitas dan realibilitas dari instrument penelitian.

Pada tabel hasil pengujian berikut diketahui bahwa semua variabel mempunyai Alpha di atas 0,6 yang berarti bahwa semua variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan.

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas

R Tabel : 0.2387

Variabel	Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig.	Keterangan
Variabel (X)	Item 1	0,648	0,2387	0.05	Valid
	Item 2	0,518	0,2387	0.05	Valid
	Item 3	0,386	0,2387	0.05	Valid
	Item 4	0,382	0,2387	0.05	Valid
	Item 5	0,621	0,2387	0.05	Valid
	Item 6	0,586	0,2387	0.05	Valid
	Item 7	0,623	0,2387	0.05	Valid
	Item 8	0,465	0,2387	0.05	Valid
	Item 9	0,488	0,2387	0.05	Valid
	Item 10	0,648	0,2387	0.05	Valid
	Item 11	0,552	0,2387	0.05	Valid
	Item 12	0,446	0,2387	0.05	Valid
	Item 13	0,536	0,2387	0.05	Valid

Variabel (Y)	Item 14	0,371	0,2387	0.05	Valid
	Item 15	0,585	0,2387	0.05	Valid
	Item 16	0,717	0,2387	0.05	Valid
	Item 17	0,735	0,2387	0.05	Valid
	Item 18	0,615	0,2387	0.05	Valid
	Item 19	0,724	0,2387	0.05	Valid
	Item 20	0,486	0,2387	0.05	Valid
	Item 21	0,537	0,2387	0,05	Valid

Sumber : Pengolahan Data menggunakan SPSS 25, 2021

Hasil uji validitas di tabel 3.1 menunjukkan bahwa semua variabel yaitu variabel X dan Y mendapatkan hasil valid, kesimpulan ini diambil dari $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig 0,05) maka nilai hasil dapat dinyatakan valid. Nilai daripada r tabel diatas 0.2387 dikarenakan jumlah responden yang mencapai 66 dengan rumus $df=(68-2)$.

Tabel 3.2
Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	Item	Hasil Alpha Cronbach	Standar Cronbach Alpha	keterangan
1	Variabel (X)	Item 1	0,836	0,600	reliabel
2		Item 2	0,838	0,600	reliabel
3		Item 3	0,843	0,600	reliabel
4		Item 4	0,840	0,600	reliabel
5		Item 5	0,837	0,600	reliabel
6		Item 6	0,844	0,600	Reliabel

7		Item 7	0,836	0,600	reliabel	
8		Item 8	0,837	0,600	reliabel	
9		Item 9	0,838	0,600	reliabel	
10		Item 10	0,836	0,600	reliabel	
11		Item 11	0,836	0,600	reliabel	
12		Item 12	0,840	0,600	reliabel	
13		Variabel (Y)	Item 13	0,834	0,600	reliabel
14			Item 14	0,838	0,600	reliabel
15			Item 15	0,838	0,600	reliabel
16			Item 16	0,836	0,600	reliabel
17			Item 17	0,828	0,600	reliabel
18			Item 18	0,841	0,600	reliabel
19	Item 19		0,830	0,600	reliabel	
20	Item 20		0,840	0,600	reliabel	
21	Item 21		0,837	0,600	reliabel	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil realibilitas di tabel 3.2 menunjukkan bahwa semua variabel yaitu, Kualitas, Tampilan, Harga, Promosi dan Konsep diri mendapatkan hasil reliable, kesimpulan ini terlihat dari nilai *Crobanch alpha* yang lebih besar dari 0,600

Kesimpulan adalah kuesioner telah dinyatakan valid dan reliable, maka kuesioner tersebut sudah dapat layak diberikan serta sebarkan kepada responden untuk mengadakan penelitian.

2. Analisis Deskriptif Data Penelitian

Analisis Deskriptif penelitian ini dilakukan dengan cara memasukkan data jawaban responden kedalam tabel tunggal. Data penelitian ini berisi dari dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y. Variabel X merupakan *Online Shop* yang diturunkan ke empat sub variabel yaitu, Kualitas, Tampilan, Harga, Promosi. Sedangkan variabel Y adalah Konsep diri yang diturunkan ke tiga sub variabel yaitu, Pola pikir, perilaku konsumtif dan kelompok.

Setelah memasukan data jawaban responden kedalam tabel tunggal, kemudian diberikan penilaian kepada jawaban masing-masing responden pada kuesioner tersebut. Penilaian tersebut dilakukan dengan menggunakan skala ukur *likert* yang mempunyai skor 1 hingga 5. Nilai skor jawaban 68 responden siswa sekolah menengah atas negeri 13 Palembang, untuk masing-masing variabel/sub variabel penelitian ditafsirkan dalam kategori-kategori tertentu dengan menggunakan teknik interval nilai total responden (total skor maksimum dan minimum).

Adapun rincian batas-batas kategori dengan menggunakan teknik ini sebagai berikut:

- 1) Untuk mendapatkan batas skor, jumlah item untuk masing-masing variabel/ sub variabel akan dikaitkan dengan skor item minimum (1). Batas atas skor diperoleh dari perkalian jumlah item untuk masing-masing sub variabel dengan skor item maksimum (5).
- Batas bawah skor = jumlah item x1
 - Batas atas skor = jumlah item x5

2) Mencari rentang dengan mengurangkan batas atas skor terhadap batas skor bawah skor.

Rentang = batas atas skor - batas bawah skor

3) Mencari panjang criteria kategori (ρ), dengan membagi rentang dengan banyaknya kelas yang ditentukan yakni sebanyak 3 kelas kategori.

$$\rho = \frac{\text{Rentang}}{3}$$

Penerimaan pada interval kelas kategori yang manakah tanggapan responden terhadap variabel/sub variabel penelitian dilihat dari total skor responden. Kategori tanggapan keseluruhan responden untuk masing-masing variabel/sub variabel penelitian dengan memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- Terhadap variabel/sub variabel pengaruh *online shop*
 - **Tinggi**, jika: total skor responden \geq (batas atas skor - ρ)
 - **Sedang**, jika: (Batas atas skor + ρ) \leq total skor responden < (Batas atas skor - ρ)
 - **Rendah**, jika: Total skor responden < (Batas bawah skor + ρ)
- Terhadap variabel/sub variabel Konsep Diri Remaja
 - **Positif**, jika: total skor responden \geq (batas atas skor - ρ)
 - **Netral**, jika: (Batas atas skor + ρ) \leq total skor responden < (Batas atas skor - ρ)
 - **Negatif**, jika: Total skor responden < (Batas bawah skor + ρ)

3. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Variabel Pengaruh *Online Shop*

Online shop merupakan toko online yang dapat mempengaruhi para remaja untuk membeli produk secara mudah dan instan, Siswa siswi kelas X di SMA N 13 Palembang.

1) Kualitas

Dalam penelitian ini, sub variabel keterbukaandapat dijabarkan menjadi indikator-indikator sebagai berikut :

1. *Online Shop* menyampaikan informasi dengan berdasarkan kualitas produk.
2. Informasi kualitas produk yang mudah dipahami.

Berikut ini merupakan deskripsi dari hasil penelitian yang didapat mengenai sub variabel kualitas dari pengaruh *online shop*: **Tanggapan responden dari pernyataan “Menurut anda, setiap informasi kualitas barang *online shop* mudah dipahami”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada table distribusi frekuensi dibawah ini:**

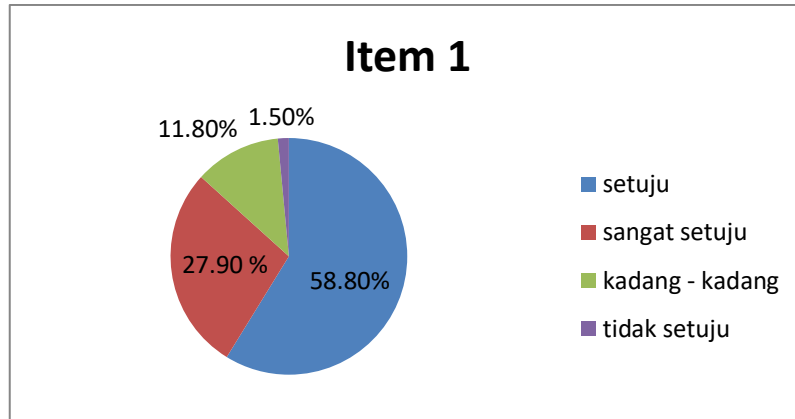
Tabel 3.3
Pernyataan 1 indikator “Kualitas”

ITEM 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.5	1.5	1.5
kadang – kadang	8	11.8	11.8	13.2
Setuju	40	58.8	58.8	72.1
Sangat setuju	19	27.9	27.9	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.1
Pernyataan 1 indikator “Kualitas”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari hasil diatas, diketahui untuk item 1 mayoritas responden yaitu sebesar 58.8 % menyatakan setuju, 27.9% menyatakan sangat setuju, 11.8 % menyatakan kadang - kadang, 1,7% menyatakan sangat tidak setuju.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan informasi yang sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa pengaruh *online shop* dapat memberikan pengetahuan informasi *online shop*.

Tanggapan responden dari pernyataan 2 “Setiap *online shop* memiliki kualitas barang berbeda – beda”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada table distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.4

Pernyataan 2 indikator “Kualitas”

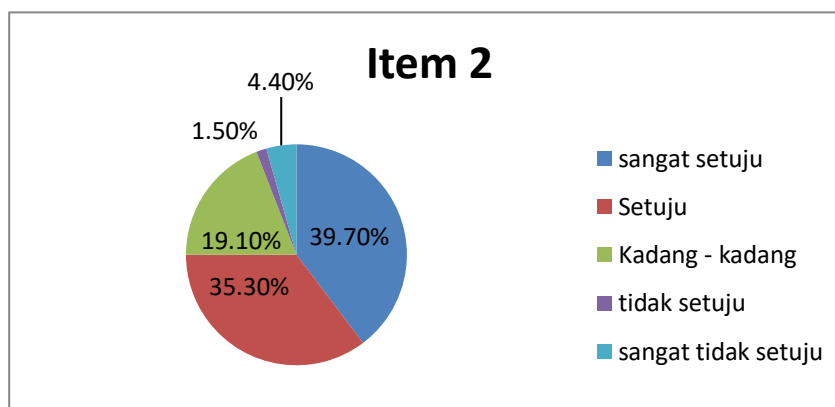
ITEM 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	4.4	4.4	4.4
tidak setuju	1	1.5	1.5	5.9
kadang - kadang	13	19.1	19.1	25.0
Setuju	24	35.3	35.3	60.3
sangat setuju	27	39.7	39.7	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.2

Pernyataan 2 Indikator “Kualitas”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diketahui dari tabel 3.4 untuk item 2 yang paling banyak independen responden yakni 39.7% dari total responden menyatakan sangat setuju dan 35.3% menyatakan setuju terhadap pernyataan informasi kualitas yang didapatkan. Ada pula responden yang menyatakan kadang – kadang sebanyak 19.1 %, tidak setuju sebanyak 1.5% dan sangat tidak setuju 4.4% dari total responden penelitian.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan informasi yang sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa pengaruh *online shop* dapat memberikan pengetahuan informasi kualitas barang yang ada di *online shop*.

Tanggapan responden dari pernyataan 3 “Kualitas barang *online shop* dan *offline* sangat jauh berbeda”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.5

Pernyataan 3 dari indikator “Kualitas”

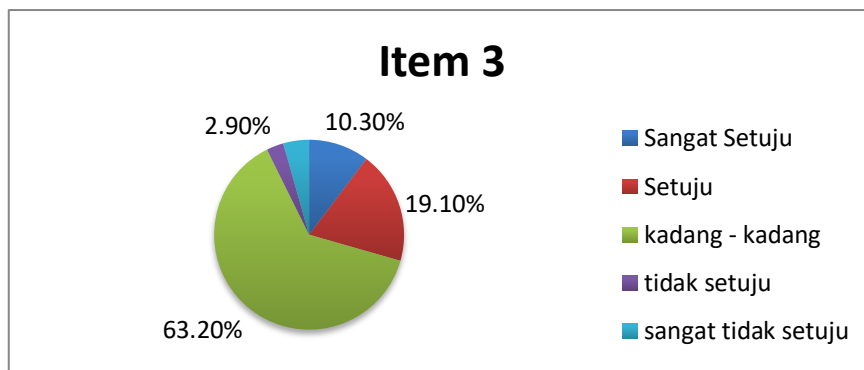
ITEM 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	4.4	4.4	4.4
	tidak setuju	2	2.9	2.9	7.4
	kadang - kadang	43	63.2	63.2	70.6
	Setuju	13	19.1	19.1	89.7
	sangat setuju	7	10.3	10.3	100.0
	Total		68	100.0	100.0

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.3

Pernyataan 3 dari indikator “Kualitas”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Pada item 3 Tabel 3.5 bahwa mayoritas responden penelitian yaitu sebesar 63.2% dari total responden menyatakan kadang - kadang dan 19.1% menyatakan setuju terhadap pernyataan pengaruh *online shop* memberikan informasi yang kurang jelas dan kurang mudah dipahami.

Hal tersebut memperlihatkan bahwa siswa siswi kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang kurang dapat memahami kualitas barang yang ada *online shop* dan *offline* itu sendiri.

Dengan demikian para sisw/i di SMA Negeri 13 Palembang kurang memahami informasi yang di dapat setelah menggunakan aplikasi *online shop* sehingga dapat dikatakan bahwa *online shop* tersebut memang kadang – kadang kurang bisa dipahami oleh remaja.

2) Tampilan

Dalam penelitian ini, sub variabel tampilan dapat dijabarkan menjadi indikator-indikator sebagai berikut :

1. Tampilan-tampilan yang ada pada *Online Shop* dapat menarik peminat.
2. Motif yang ditampilkan juga mampu memberikan arti yang jelas pada konsumen.

Berikut ini merupakan deskripsi dari hasil penelitian yang didapat mengenai sub variabel tampilan dari pengaruh *online shop*:

Tanggapan responden dari pernyataan 4 “Tampilan *online shop* yang menarik akan banyak menarik minat pembeli”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada table distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.6

Pernyataan 4 dari indikator “Tampilan”

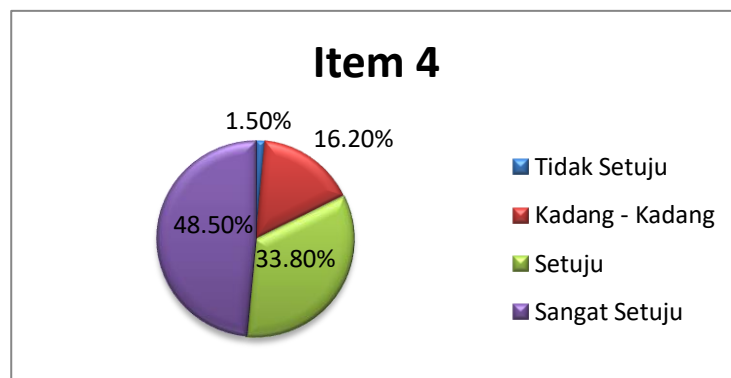
ITEM 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.5	1.5	1.5
kadang - kadang	11	16.2	16.2	17.6
Setuju	23	33.8	33.8	51.5
sangat setuju	33	48.5	48.5	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.4

Pernyataan 4 dari indikator “Tampilan”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diketahui Tabel 3.6 untuk item 4 dapat dilihat seluruh responden penelitian yaitu sebanyak 48,5% orang yang menyatakan sangat setuju dan 33,8% orang menyatakan setuju terhadap pernyataan tampilan *online shop* yang diterima untuk menarik minat pembeli.

Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan sangat setuju bahwa pengaruh *online shop* dapat memberikan bahwa sebuah tampilan bisa pengaruhi minat konsumen.

Tanggapan responden dari pernyataan 5 “Tampilan *online shop* banyak menggunakan efek mempercantik produk”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada table distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.7

Pernyataan 5 dari indikator “Tampilan”

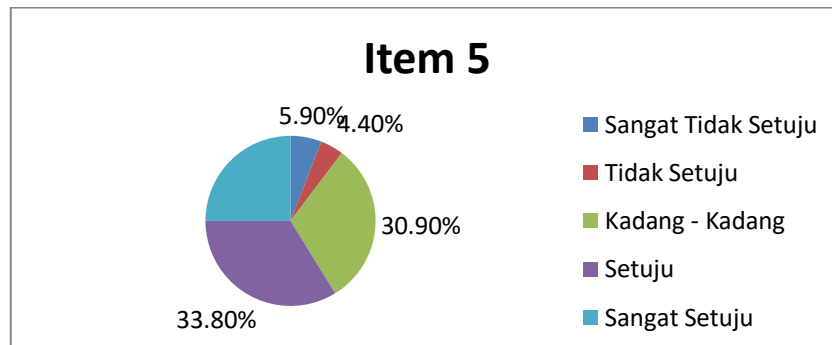
ITEM 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	4	5.9	5.9	5.9
tidak setuju	3	4.4	4.4	10.3
kadang - kadang	21	30.9	30.9	41.2
Setuju	23	33.8	33.8	75.0
sangat setuju	17	25.0	25.0	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.5

Pernyataan 5 dari indikator “Tampilan”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Pada item 5 Tabel 3.7 yang paling banyak mayoritas responden yakni 33,8% dari total responden menyatakan setuju dan 30,9% menyatakan kadang – kadang terhadap pernyataan *online shop* banyak menggunakan efek mempercantik produk. Ada pula responden yang menyatakan setuju sebesar 25%, tidak setuju sebesar 4,4 dan sangat tidak setuju sebesar 5,9% dari total responden penelitian.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa pengaruh *online shop* dapat menampilkan efek mempercantik produk untuk ditampilkan di suatu toko *online shop* .

Tanggapan responden dari pernyataan 6 “Banyak sekali tampilan *online shop* merupakan hasil dari editing bukan real picture”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada table distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.8

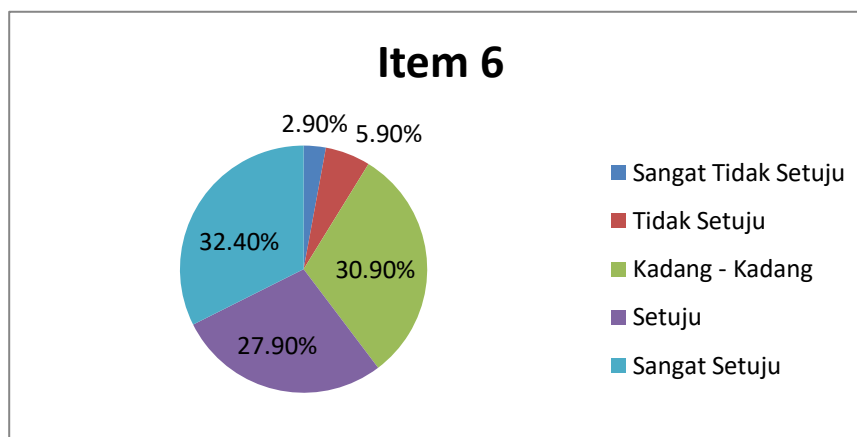
Pernyataan 6 dari indikator “Tampilan”

ITEM 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.9	2.9	2.9
	tidak setuju	4	5.9	5.9	8.8
	kadang - kadang	21	30.9	30.9	39.7
	Setuju	19	27.9	27.9	67.6
	sangat setuju	22	32.4	32.4	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.6
Pernyataan 6 dari indikator “Tampilan”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.8, diketahui untuk item 6 mayoritas responden yaitu sebesar 32,4% menyatakan sangat setuju, 30,9% menyatakan kadang - kadang, 27,9% menyatakan setuju, 5,9% menyatakan tidak setuju dan 2,9% menyatakan sangat tidak setuju.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan tampilan yang sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan sangat setuju bahwa pengaruh *online shop*, banyak sekali tampilan *online shop* merupakan hasil dari editing bukan *real picture*.

3) Harga

Harga disini berarti pengaruh *online shop* terus memasarkan produk dengan harga yang terjangkau dan murah dan mempunyai promo diskon sehingga mampu mempengaruhi remaja untuk terus membeli produk melalui *online shop*.

Dalam penelitian ini, sub variabel menarik dapat dijabarkan menjadi indikator-indikator sebagai berikut :

1. *Online Shop* merupakan toko *online* yang menjual produk dengan harga terjangkau dan murah.
2. Diskon yang ditawarkan juga sangat banyak

Berikut ini merupakan deskripsi dari hasil penelitian yang didapat mengenai sub variabel harga dari pengaruh *online shop*:

Tanggapan responden dari pernyataan 7 “Harga produk *online shop* dan *offline* sangat jauh berbeda”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.9

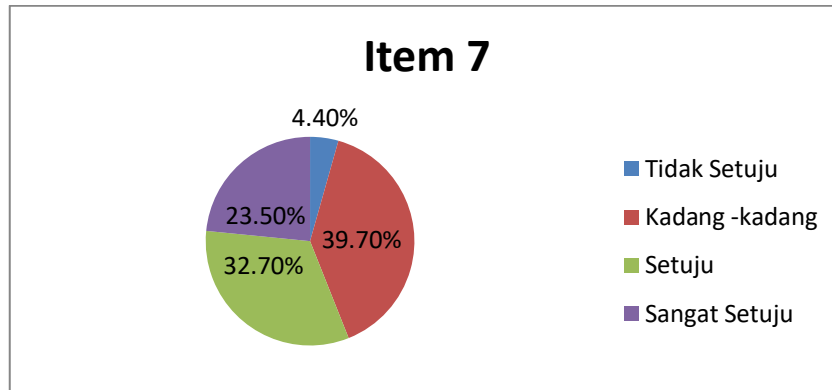
Pernyataan 7 dari indikator “Harga”

		ITEM 7			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	4.4	4.4	4.4
	kadang - kadang	27	39.7	39.7	44.1
	Setuju	22	32.4	32.4	76.5
	sangat setuju	16	23.5	23.5	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.7

Pernyataan 7 dari indikator “Harga”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.9, item 7 mayoritas responden yang sangat setuju terhadap pernyataan “harga produk *online shop* dan *offline* sangat jauh berbeda” adalah sebanyak 39,7% menyatakan kadang - kadang. Dimana 32,4% responden menyatakan setuju, 23,5% responden menyatakan sangat setuju, dan 4,4% responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan tersebut.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan harga yang sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan kadang - kadang bahwa harga *online shop* kadang murah dan juga kadang mahal sesuai dengan produk ingin dibeli.

Tanggapan responden dari pernyataan 8 “Sebuah produk akan sesuai dengan harga terjangkau yang ditawarkan *online shop*”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.10

Pernyataan 8 dari indikator “Harga”

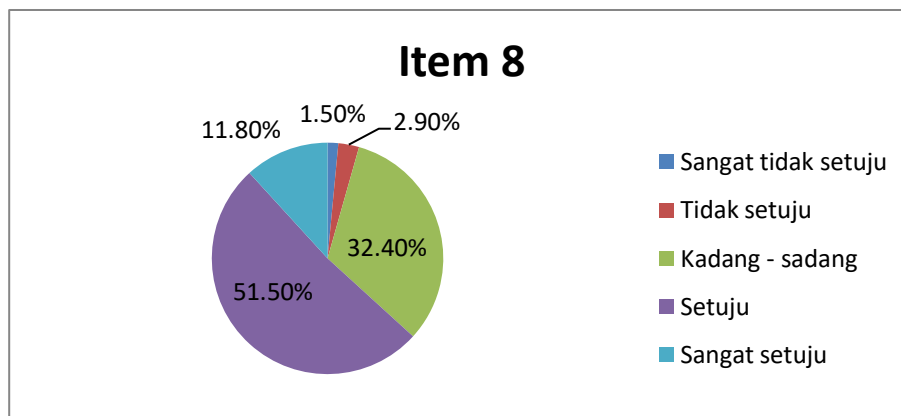
ITEM 8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.5	1.5	1.5
tidak setuju	2	2.9	2.9	4.4
kadang - kadang	22	32.4	32.4	36.8
Setuju	35	51.5	51.5	88.2
sangat setuju	8	11.8	11.8	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.8

Pernyataan 8 dari indikator “Harga”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.10 item 8 mayoritas responden yang sangat tidak setuju terhadap pernyataan “produk akan sesuai dengan harga terjangkau yang ditawarkan *online shop*” sebanyak 51,5% responden yang setuju, sebanyak 32,4% responden yang menyatakan kadang – kadang, sebanyak 11,8% menyatakan sangat setuju, 2,9% menyatakan tidak setuju dan memilih sangat tidak setuju sebanyak 1.5%.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa produk *online shop* sangat terjangkau harganya dan sesuai dengan produk yang dipromosikan.

Berikut ini merupakan deskripsi dari hasil penelitian yang didapat mengenai sub variabel harga dari pengaruh *online shop*: **Tanggapan responden dari pernyataan 9 “Diskon harga yang ditawarkan adalah salah satu opsi *online shop*”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:**

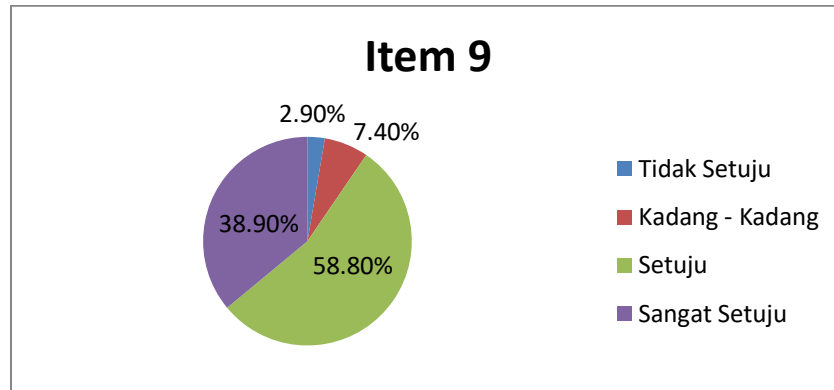
Tabel 3.11
Pernyataan 9 dari indikator “Harga”

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	2	2.9	2.9	2.9
	kadang - kadang	5	7.4	7.4	10.3
	setuju	40	58.8	58.8	69.1
	sangat setuju	21	30.9	30.9	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0,2021

Diagram 3.9

Pernyataan 9 dari indikator “Harga”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.11 item 9 mayoritas responden yang sangat setuju dan setuju terhadap pernyataan “diskon harga yang ditawarkan adalah salah satu opsi menarik minat pembeli” sebanyak 58,8%, yang menyatakan setuju, sebanyak 30,9 % responden sangat setuju, 7,4 menyatakan kadang - kadang dan menyatakan tidak setuju sebanyak 2,9% terhadap pernyataan tersebut.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan harga yang sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa harga *online shop* adalah salah satu opsi yang digunakan *online shop* untuk menarik minat pembeli .

4) Promosi

Promosi berarti informasi yang disampaikan kepada orang lain dapat menjadi pengetahuan bagi mereka. Sehingga dapat membuat mereka paham apa yang disampaikan. Promosi juga sebagai opsi *online shop* untuk memberikan informasi kepada konsumen apa saja yang dibutuhkan ada dan sangat cepat untuk konsumen mencari motif, warna dan fashion lainnya.

Dalam penelitian ini, sub variabel promosi dapat dijabarkan menjadi indikator-indikator sebagai berikut :

1. Promosi *Online Shop* merupakan kemajuan teknologi yang banyak menarik minat.
2. Promosi yang ditampilkan sangat mempengaruhi orang yang melihat.
3. Mempromosikan barang-barang yang selalu terbaru dan tidak membosankan.

Berikut ini merupakan deskripsi dari hasil penelitian yang didapat mengenai sub variabel promosi dari pengaruh *online shop* **Tanggapan responden dari pernyataan 10 “Banyak sekali promosi diskon *online shop* suatu opsi menarik minat pembeli”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:**

Tabel 3.12

Pernyataan 10 dari indikator “Promosi”

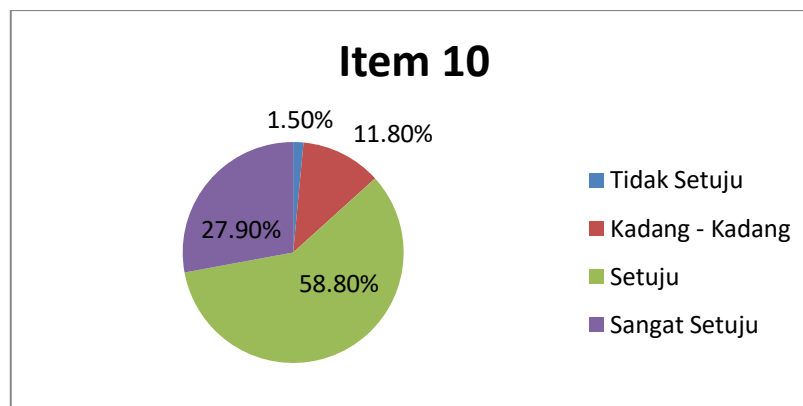
ITEM 10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.5	1.5	1.5
kadang - kadang	8	11.8	11.8	13.2
setuju	40	58.8	58.8	72.1
sangat setuju	19	27.9	27.9	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.10

Pernyataan 10 dari indikator “Promosi”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.12 item 10 mayoritas responden yang sangat tidak setuju terhadap pernyataan “promosi *online shop* sebagai suatu opsi menarik minat pembeli” sebanyak 58,8%, yang menyatakan setuju ,sebanyak 27,9% responden menyatakan sangat setuju, yang menyatakan kadang - kadang sebanyak 11,8% responden, dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1,5% responden.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan informasi yang sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa promosi *online shop* diskon yang ditawarkan membuat minat pembeli semakin banyak dan juga banyak yang menggunakan aplikasi.

Tanggapan responden dari pernyataan 11 “Desain produk iklan yang menarik adalah daya tarik *online shop* terhadap konsumen”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.13
Pernyataan 11 dari indikator “Promosi”

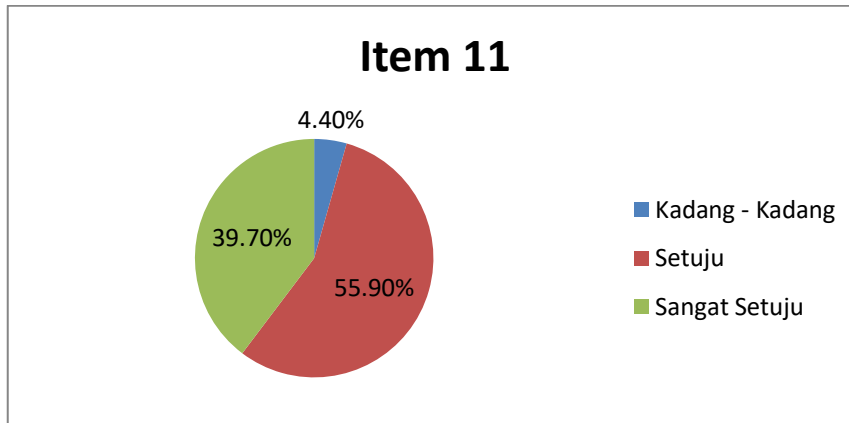
ITEM 11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kadang - kadang	3	4.4	4.4	4.4
	Setuju	38	55.9	55.9	60.3
	sangat setuju	27	39.7	39.7	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.11

Pernyataan 11 dari indikator “Promosi”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.13 item 11 mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “desain produk iklan yang menarik adalah gaya tarik *online shop* terhadap konsumen” sebanyak 55,9%, responden yang menyatakan setuju, sebanyak 39,7%, yang menyatakan sangat setuju, dan responden yang menyatakan kadang - kadang terhadap pernyataan tersebut sebanyak 4,4% responden.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan informasi yang sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa promosi desain iklan *online shop* yang sangat menarik adalah sebagai gaya tarik dari *online shop* itu sendiri.

Tanggapan responden dari pernyataan 12 “Promosi *online shop* selalu dengan produk terbaru dan brand saat ini”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.14

Pernyataan 12 dari indikator “Promosi”

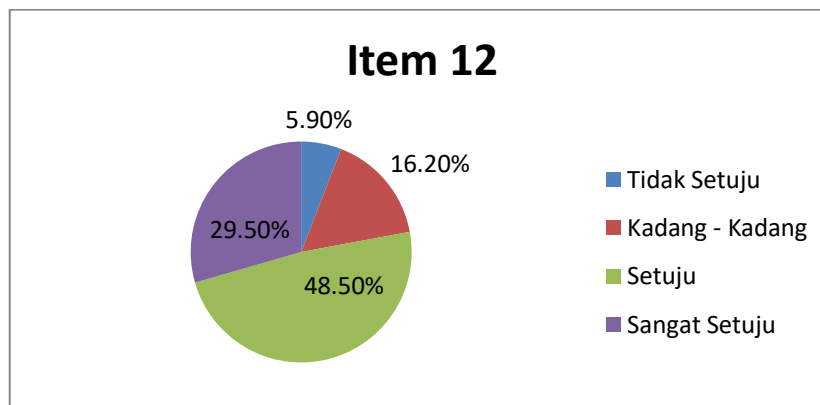
ITEM 12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	5.9	5.9	5.9
kadang - kadang	11	16.2	16.2	22.1
setuju	33	48.5	48.5	70.6
sangat setuju	20	29.4	29.4	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.12

Pernyataan 12 dari indikator “Promosi”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.14 item 12 mayoritas responden menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan “promosi *online shop* selalu produk dan brand saat ini” responden yang menyatakan setuju sebanyak 48,5%, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29,5% responden, yang menyatakan kadang – kadang sebanyak 16,2% dan tidak setuju sebanyak 5,9% responden.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa promosi *online shop* selalu mengeluarkan produk yang baru dan brand saat ini.

B. Variabel Konsep Diri Remaja

Konsep Diri Remaja merupakan pengetahuan seseorang remaja tentang siapa dirinya, baik tentang kepribadian, kemampuan, dan perilaku. Konsep diri mulai tumbuh pada awal masa kanak-kanak dan terus berkembang sepanjang hidup manusia. Namun, konsep diri berkembang paling intens di masa remaja dan akan memberi landasan hidup remaja ke depannya.

Alasannya, di masa remaja lah seseorang mencoba berbagai macam karakter dan peran. Karena itulah, masa remaja merupakan periode kunci bagi konsep diri.

Berikut ini merupakan deskripsi dari hasil penelitian yang didapat mengenai variabel Konsep diri indikator pola pikir :**Tanggapan responden dari pernyataan 13 “Brand produk yang ditawarkan *online shop* adalah untuk mengubah pola pikir remaja dalam membeli *online*”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:**

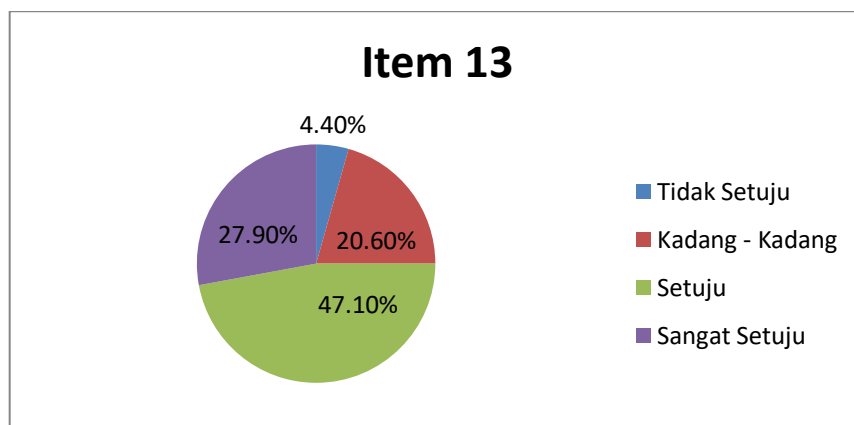
Tabel 3.15
Jawaban Responden “Pola Pikir”

ITEM 13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	4.4	4.4	4.4
kadang - kadang	14	20.6	20.6	25.0
Setuju	32	47.1	47.1	72.1
sangat setuju	19	27.9	27.9	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.13
Pernyataan 13 dari “Pola Pikir”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari tabel 3.15 item 13 mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “brand produk ditawarkan *online shop* adalah untuk mengubah pola pikir remaja dalam membeli online” sebanyak 47,1%, yang menyatakan setuju, sebanyak 27,9% responden yang menyatakan sangat setuju, sebanyak 20,6% responden menyatakan kadang – kadang dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan tersebut sebanyak 4,4% responden.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan informasi yang sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa *online shop* memiliki strategi untuk mengubah pola pikir remaja dengan mempromosikan brand produk.

Tanggapan responden dari pernyataan 14 “Remaja membeli *online shop* karena belum tentu ada di lokasi *offline*”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

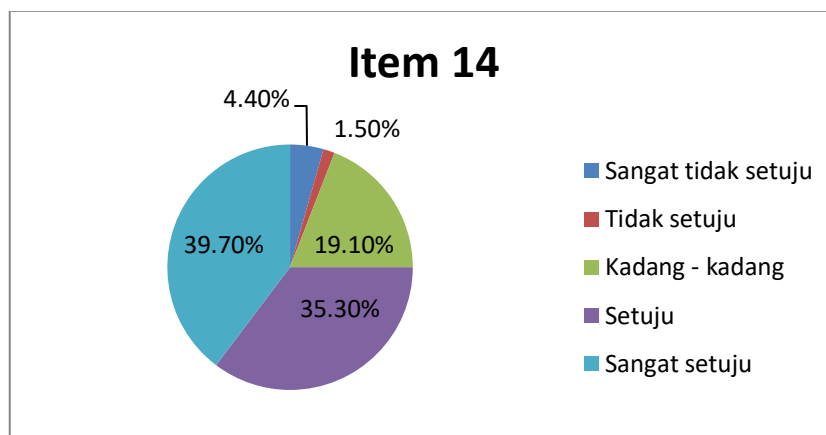
Tabel 3.16
Jawaban responden “Pola Pikir”

ITEM 14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	4.4	4.4	4.4
tidak setuju	1	1.5	1.5	5.9
kadang - kadang	13	19.1	19.1	25.0
Setuju	24	35.3	35.3	60.3
sangat setuju	27	39.7	39.7	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.14
Pernyataan 14 dari “Pola Pikir”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.16 item 14 mayoritas responden menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Remaja membeli produk secara *online shop* karena belum tentu ada di lokasi *offline*” sebanyak 39,7%, responden yang menyatakan setuju, sebanyak 35,3% yang menyatakan setuju, sebanyak 19,1% menyatakan kadang – kadang responden, sebanyak 4,4 menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 1,5% responden.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan informasi yang sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa *online shop* memiliki satu hal yang menarik yaitu bila di *offline shop* tidak memiliki produk yang diinginkan maka *online shop* selalu menyediakan produk yang ingin dibeli.

Berikut ini merupakan deskripsi dari hasil penelitian yang didapat mengenai variabel Konsep diri indikator pola pikir: **Tanggapan responden dari pernyataan 15 “Waktu pembelian produk secara *online shop* akan lebih efisien”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:**

Tabel 3.17

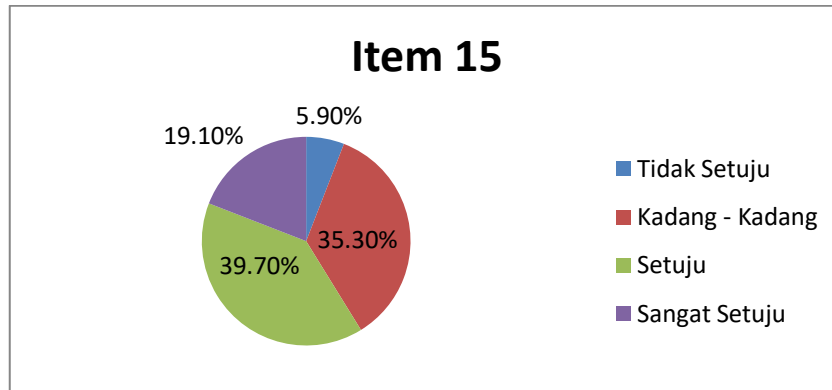
Pernyataan 15 dari indikator “Pola Pikir”

		ITEM 15			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	tidak setuju	4	5.9	5.9	5.9
	kadang - kadang	24	35.3	35.3	41.2
	Setuju	27	39.7	39.7	80.9
	sangat setuju	13	19.1	19.1	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.15

Pernyataan 15 dari “Pola Pikir”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.17 item 15 mayoritas responden yakni 54,2,0% responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Waktu pembelian produk secara *online shop* akan lebih efisien”. kemudian siswa/i menyatakan setuju pada pernyataan tersebut sebanyak 39,7% dari total responden penelitian, sebanyak 35,3% menyatakan kadang – kadang, sebanyak 19,1% menyatakan sangat setuju dan 5,9% siswa/i menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa *online shop* memiliki opsi yang sangat menguntungkan yaitu untuk mempersingkat waktu untuk membeli suatu produk dan lebih efisien.

Berikut ini merupakan deskripsi dari hasil penelitian yang didapat mengenai variabel Konsep diri indikator perilaku konsumtif :**Tanggapan responden dari pernyataan 16 “Belanja *online* sebagai pemenuhan kebutuhan remaja”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:**

Tabel 3.18

Pernyataan 16 dari indikator “Perilaku Konsumtif”

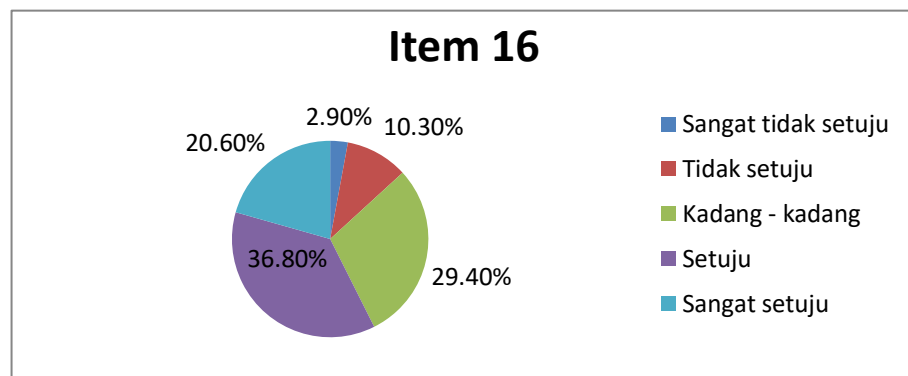
ITEM 16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2.9	2.9	2.9
tidak setuju	7	10.3	10.3	13.2
kadang - kadang	20	29.4	29.4	42.6
Setuju	25	36.8	36.8	79.4
sangat setuju	14	20.6	20.6	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.16

Pernyataan 16 dari “Perilaku Konsumtif”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.18 item 16 mayoritas responden yakni 54,2% menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Belanja *online shop* sebagai pemenuhan kebutuhan remaja”, kemudian responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut yakni 36,8%, menyatakan kadang – kadang sebesar 29,4%, sebesar 20,6% menyatakan sangat setuju, 10,3% menyatakan tidak setuju dan 2,9% sangat tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa *online shop* adalah sata satu opsi untuk pemenuhan kebutuhan remaja pada saat ini.

Tanggapan responden dari pernyataan 17 “Belanja *online shop* adalah sebagai pemuas edukasi remaja”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.19

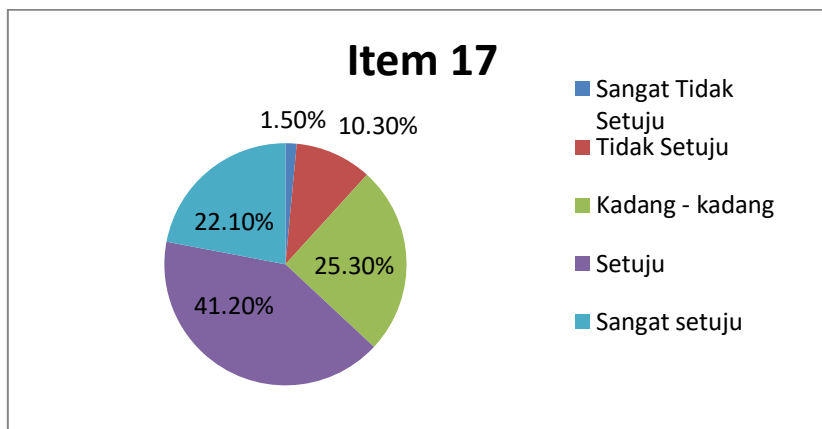
Pernyataan 17 dari indikator “Perilaku Konsumtif”

		ITEM 17			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.5	1.5	1.5
	tidak setuju	7	10.3	10.3	11.8
	kadang - kadang	17	25.0	25.0	36.8
	Setuju	28	41.2	41.2	77.9
	sangat setuju	15	22.1	22.1	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.17

Pernyataan 17 dari “Perilaku Konsumtif”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.19 dan item 17 mayoritas responden menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan “Belanja *online shop* adalah sebagai edukasi remaja” yakni 41,2%, responden yang menyatakan setuju, terhadap pernyataan tersebut yakni 25,3% menyatakan kadang - kadang, sebesar 22,1% menyatakan sangat setuju, sebesar 10,3% siswa/i menyatakan tidak setuju dan 1,5% menyatakan sangat tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa *online shop* adalah sebagai edukasi remaja pada saat ini karena *online shop* bisa menjadi pembelajaran pengetahuan, keterampilan dan kebiasaan kelompok remaja.

Tanggapan responden dari pernyataan 18 “*Online shop* adalah tempat remaja untuk membeli produk yang sama untuk

kebutuhan”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.20

Pernyataan 18 dari indikator “Perilaku Konsumtif”

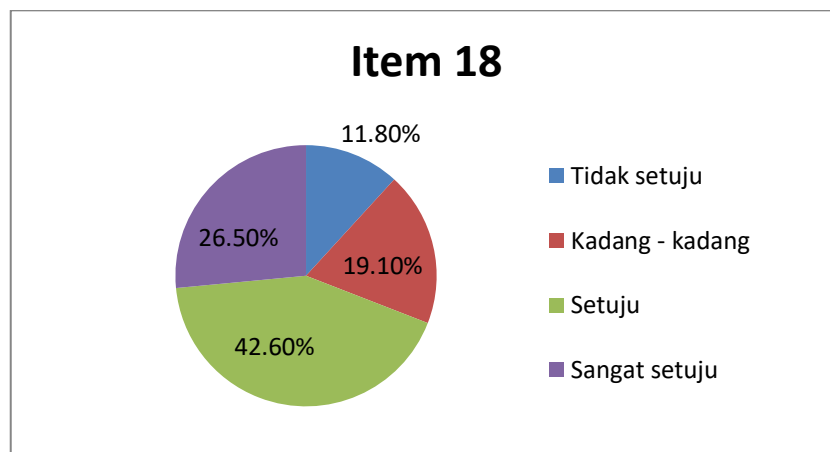
ITEM 18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	8	11.8	11.8	11.8
kadang - kadang	13	19.1	19.1	30.9
Setuju	29	42.6	42.6	73.5
sangat setuju	18	26.5	26.5	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.18

Pernyataan 18 dari “Perilaku Konsumtif”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.20 item 18 mayoritas responden menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan “online shop adalah tempat

remaja untuk membeli produk yang sama untuk kebutuhan” yakni 42,6% responden yang menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut, yakni 26,5% menyatakan sangat setuju, sebesar 23,5% menyatakan kadang - kadang, dan responden yang menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan tersebut yakni 11,8% responden.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan informasi yang sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa *online shop* adalah salah satu tempat remaja untuk membeli produk yang sama di *offline shop* untuk kebutuhan.

Tanggapan responden dari pernyataan 19 “Sebuah kelompok remaja belanja *online shop* akan berbagi sumber informasi mengenai produk”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.21

Pernyataan 19 dari indikator “Kelompok”

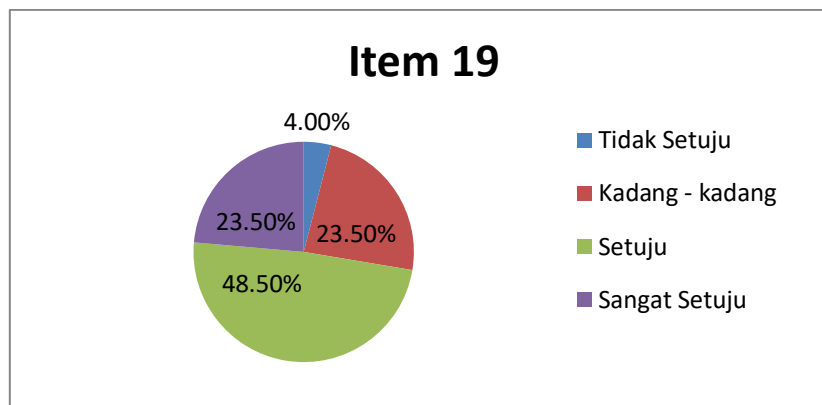
ITEM 19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	4.4	4.4	4.4
kadang - kadang	16	23.5	23.5	27.9
Setuju	33	48.5	48.5	76.5
sangat setuju	16	23.5	23.5	100.0
Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.19

Pernyataan 19 dari “Kelompok”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0

Tabel 3.21 item 19 mayoritas responden yakni 62,7,0% responden menyatakan setuju terhadap pernyataan “sebuah kelompok remaja belanja *online shop* akan berbagi sumber informasi mengenai produk”. kemudian siswa menyatakan setuju pada pernyataan tersebut sebanyak 48,5 % dari total responden penelitian, sebesar 23,5% responden menyatakan sangat setuju dan kadang – kadang, dan 4% menyatakan tidak setuju.

Perbedaan jawaban yang dipilih oleh responden ini terjadi karena standarnya pengaruh *online shop* ini merupakan informasi yang

sangat memberikan pengetahuan baik untuk siswa – siswi/remaja. Namun tak banyak orang juga sering mengabaikannya. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa *online shop* adalah suatu aplikasi yang selalu memberikan promo atau diskon yang tawarkan, maka remaja akan berdiskusi terhadap promo atau diskon yang ada di *online shop*.

Tanggapan responden dari pernyataan 20 “Perilaku kelompok remaja mencari kebutuhan produk baru atau brnad produk terbaru”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.22

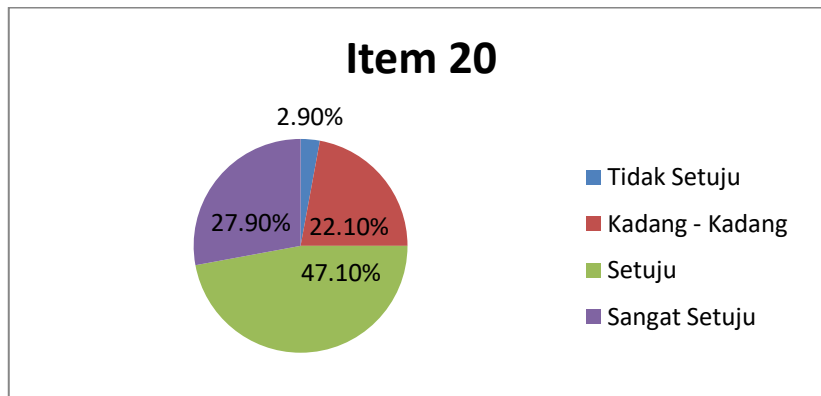
Pernyataan 20 dari indikator “Kelompok”

		ITEM 20			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	tidak setuju	2	2.9	2.9	2.9
	kadang - kadang	15	22.1	22.1	25.0
	setuju	32	47.1	47.1	72.1
	sangat setuju	19	27.9	27.9	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.20

Pernyataan 20 dari “Kelompok”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Tabel 3.22 item 20 mayoritas responden yakni 54,2% menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Perilaku kelompok remaja mencari kebutuhan produk baru atau brand produk terbaru”, kemudian responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut yakni 47,1%, 29,7% menyatakan sangat setuju, 22,1% menyatakan kadang - kadang dan 2,9% menyatakan sangat tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa *online shop* adalah salah satu tempat remaja untuk mencari produk yang mereka butuhkan dan mencari brand – brand yang selalu membuat remaja untuk memiliki produk tersebut.

Tanggapan responden dari pernyataan 21 “Kelompok remaja akan berbagi informasi tentang diskon besar pada *online*

shop”, maka tanggapan responden dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

Tabel 3.23

Pernyataan 21 dari indikator “Kelompok”

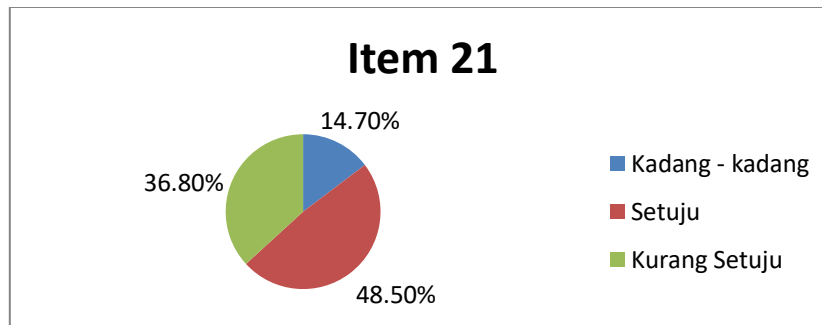
ITEM 21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kadang - kadang	10	14.7	14.7	14.7
	Setuju	33	48.5	48.5	63.2
	sangat setuju	25	36.8	36.8	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Diagram 3.21

Pernyataan 21 dari “Kelompok”



Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Dari Tabel 3.23 item 21 mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan “Kelompok remaja akan berbagi informasi tentang diskon besar pada *online shop*” yakni 48,5%,

responden yang menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut, yakni 36,8% menyatakan kurang setuju, serta 14,7% menyatakan kadang - kadang.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa siswa di SMA Negeri 13 Palembang banyak mengatakan setuju bahwa *online shop* adalah salah satu tempat dimana akan membicarakan tentang diskon yang besar terhadap produk yang mereka inginkan, diskon tersebut membuat para remaja akan membagi informasi untuk membeli atau mencari produk yang mereka inginkan.

4. Analisis Statistik Inferensial

Setelah dilakukan analisis deskriptif, maka untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel penelitian, perlu dilakukan analisis statistic

inferensial untuk menguji hipotesis, yang telah diajukan penelitian: “PENGARUH *ONLINE SHOP* TERHADAP *KONSEP DIRI REMAJA* (Studi Pada Siswa Kelas 10 SMA N 13 Palembang).

Data serta informasi telah didapatkan selama proses penelitian melalui pengumpulan data dan pengolahan awal adalah dasar pengujian hipotesis dan penarikan kesimpulan. Dalam pengujian yang dimaksud, penulis menggunakan korelasi *Rank Spearman* dengan alasan jenis korelasi inilah yang tepat digunakan pada data yang berskala ukur ordinal. Tingkat signifikan yang dipilih dalam pengujian hipotesis penelitian kali ini adalah $\alpha = 0,05$.

Untuk penelitian ini tingkat signifikansi (α) ditetapkan sebesar 0,05 pada tes dua sisi:

Kriteria pengujian:

- a. Jika $|t_{hitung}| \geq t_{\alpha/2, n-2}$, atau nilai signifikansi (Sig.) $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak, H_1 diterima yang berarti terdapat hubungan antar variabel yang diteliti.
- b. Jika $t_{\alpha/2, n-2}$, atau nilai signifikansi (Sig.) $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada hubungan antara variabel yang diteliti.

Perhitungan uji statistik ini dilakukan dengan menggunakan *software SPSS for Macintosh* versi 25.0, Syarat untuk menentukan keeratan tingkat hubungan antara kedua variabel adalah jika nilai korelasi *Rank Spearman* menunjukkan hubungan yang signifikan melalui uji signifikansi (t). Atas dasar pemikiran ini dapat dilakukan interpolasi (pendekatan) nilai r_s

menjadi sebanding dengan nilai r . selanjutnya dari nilai interpolasi r yang diperoleh dapat dilakukan dengan penentuan keeratan tingkat hubungan yang ditunjukkan oleh korelasi r_s dengan berdasarkan *Guilford's Empirical Rule*, yang merupakan ukuran penentuan keeratan hubungan untuk korelasi (r).

Tabel 3.24
Guilford's Empirical Rule

Besarnya Nilai r	Kategori Hubungan
< 0,20	Rendah Sekali
0,20 – 0,40	Rendah tapi pasti
> 0,40 – 0,70	Cukup tinggi
> 0,70 – 0,90	Tinggi, kuat
> 0,90	Sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan

Sumber : Rakhmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*.

Dari analisis dengan menggunakan SPSS versi 25.0 menunjukkan hasil sebagai berikut.

a. Analisis Hipotesis Mayor (X-Y)

Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri

Analisis hipotesis mayor yaitu menganalisis hubungan variabel X dengan variabel Y, yaitu hubungan Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri Remaja.

Tabel 3.25

Korelasi Mayor

Correlations

		Pengaruh <i>online shop</i>	Konsep diri Remaja
Pengaruh <i>online shop</i>	Pearson Correlation	1	.628**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	68	68
Konsep diri remaja	Pearson Correlation	.628**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	68	68

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Antara Online Shop Terhadap Konsep Diri Remaja.

H_a : Terdapat Pengaruh Antara Online Shop Terhadap Konsep Diri Remaja.

Dasar pengambilan keputusan¹⁹

Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka berkorelasi

Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka tidak berkorelasi

Pedoman derajat Hubungan²⁰

¹⁹ Sumber : Rakhmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*.

²⁰ Sumber : Rakhmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*.

Nilai *Pearson Correlation* 0.00 s/d 0.20 = **tidak ada korelasi**

Nilai *Pearson Correlation* 0.21 s/d 0.40 = **korelasi lemah**

Nilai *Pearson Correlation* 0.41 s/d 0.60 = **korelasi sedang**

Nilai *Pearson Correlation* 0.61 s/d 0.80 = **korelasi kuat**

Nilai *Pearson Correlation* 0.81 s/d 1.00 = **korelasi sempurna**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis korelasi sederhana antara X dengan Y menghasilkan koefisien korelasi (r) sebesar 0.628 (lihat tabel 3.26) dari tabel tersebut diatas bahwa nilai *sig. (2-tailed)* sebesar 0.000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ artinya berkorelasi. Dan koefisien korelasi (r) sebesar 0.628 korelasi kuat.

Dalam penelitian kali ini, *Online shop* merupakan alternative yang cukup diminati oleh sebagian masyarakat khususnya remaja, serta orang dewasa, sehingga mereka dapat berbelanja untuk dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan siswa SMA Negeri 13 Palembang merupakan subjek yang melakukan kegiatan membeli atau memberikan informasi terhadap kelompok – kelompok tertentu tentang *online shop*. Siswa memegang peranan sebagai kontributor terhadap pengaruh yang mereka rasakan sendiri dengan hadirnya aplikasi *online shop*. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan akan informasi lebih baik. Pembelajaran yang dilaksanakan di sekolah dan media yang disediakan sekolah, dalam hal ini *online shop* tentu akan menjadi hal yang akan membuat remaja untuk selalu mencari informasi.

Tabel 3.26

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean ⁱ	.0000000
	Std. Deviation	3.64982046
Most Extreme Differences	Absolute ^e	.099
	Positive ^e	.055
	Negative ^e	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.092 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas di tabel 3.28 menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0.092 > 0.05$. maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual **berdistribusi normal.**

2. Pengujian Kriteria Linearitas Instrumen Penelitian

Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

Dasar pengambilan keputusan

Jika nilai sig. *Deviation from linearity* > 0.05 , maka **terdapat hubungan yang linear** antara variabel bebas dan variabel terikat

Jika nilai sig. *Deviation from linearity* < 0.05 , maka **tidak terdapat hubungan yang linear** antara variabel bebas dan variabel terikat

Adapun hasilnya sebagai berikut :

Tabel 3.27
Hasil Uji Linearitas

		Sum of	Df	Mean	F	Sig.
		Squares		Square		
Between Groups	(Combined)	871.186	20	43.559	3.398	.000
	Linearity	581.245	1	581.245	45.336	.000
	Deviation from Linearity	289.941	19	15.260	1.190	.305
Within Groups		602.579	47	12.821		
Total		1473.765	67			

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Berdasarkan hasil uji linearitas di tabel 3.29 menunjukkan bahwa nilai sig. *Deviation from Linearity* sebesar **0.305 > 0.05**. maka dapat disimpulkan bahwa **terdapat hubungan yang linear** antara Pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana (*Simple Linear Regression*)

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh satu variabel bebas atau variabel independent terhadap variabel terikat atau dependent. Pada analisis regresi sederhana ada beberapa asumsi dan persyaratan yang perlu diperiksa dan diuji, beberapa diantaranya adalah :

1. Valid dan Reliabel
2. Normal dan Linear

Dasar pengambilan keputusan

1. Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0.05

- Jika nilai signifikansi < **0.05**, artinya **variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.**
- Jika nilai signifikansi > **0.05**, artinya **variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.**

2. Membandingkan dengan nilai t hitung dengan t tabel

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya **Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.**
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya **Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.**

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= (\alpha/2 ; n - k - 1) \\
 &= (0.05/2 ; 68 - 1 - 1) \\
 &= (0.025 ; 66) \\
 &= \mathbf{1,668}
 \end{aligned}$$

Adapun hasilnya sebagai berikut :

Tabel 3.28
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Ringkasan Model

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 ^a	.394	.385	3.677

a. Predictors: (Constant), Pengaruh *Online shop*

b. Dependent Variable: Konsep Diri Remaja

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana ringkasan model di tabel 3.30 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar **0.385** yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas

(Pengaruh *Online Shop*) terhadap variabel terikat (Konsep Diri Remaja) adalah sebesar **38,5%**

Tabel 3.29
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Analysis of variance (ANOVA)

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	871.186	20	43.559	3.398	.000
	Linearity	581.245	1	581.245	45.336	.000
	Deviation from Linearity	289.941	19	15.260	1.190	.305
Within Groups		602.579	47	12.821		
Total		1473.765	67			

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana ANOVA di tabel 3.31 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar **45.336** dengan tingkat signifikansi sebesar **0.000 < 0.05** yang mengandung pengertian bahwa ada pengaruh variabel bebas (Pengaruh *Online Shop*) terhadap variabel terikat (Konsep Diri Remaja).

Tabel 3.30
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.117	4.134		1.964	.054
	Pengaruh <i>Online Shop</i>	.569	.087	.628	6.556	.000

a. Dependent Variable: y_total

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana *coefficients* di tabel 3.32 menunjukkan bahwa nilai *constant* (a) sebesar **8,117**, sedangkan nilai Pengaruh *Online Shop* (b / koefisien regresi) sebesar **0,569**. sehingga persamaan regresi nya :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8,117 + 0,569X$$

Konsisten variabel Konsep diri remaja adalah sebesar **8,117**

Koefisien regresi X sebesar **0.569** menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai pengaruh *online shop*, maka nilai pemahaman siswa bertambah **0.569**. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah **positif**.

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana *coefficients* di tabel 3.32 menunjukkan bahwa :

- Berdasarkan nilai signifikansi : nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengaruh *online shop* (X) Berpengaruh terhadap variabel Konsep diri remaja (Y).
- Berdasarkan nilai t : nilai t_{hitung} sebesar $8,417 > t_{tabel} 1,668$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengaruh *online shop*(X) **Berpengaruh** terhadap variabel Konsep diri remaja (Y).

1. Hasil Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan uji t dan uji f untuk nmelihat ada tidaknya pengaruh dari kedua variabel yang berpasangan yaitu antar variabel (X) dan variabel (Y), dengan mengambil keputusan sebagai berikut:

Tabel 3.31
Analysis of variance (ANOVA)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	581.245	1	581.245	42.982	.000 ^b
	Residual	892.520	66	13.523		
	Total	1473.765	67			

a. Dependent Variable: y_total

b. Predictors: (Constant), x_total

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25.0, 2021

1. Menentukan tabel pada taraf signifikan 5%
 - a. Jika angka signifikansi penelitian $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Jika angka signifikansi penelitian $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan jika nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan linier (searah) antara variabel X dan variabel Y.

2. Pengujian hipotesis uji t dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Hipotesis diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_a = terdapat pengaruh antara pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja.

b. Hipotesis ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 = tidak terdapat pengaruh antara pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja.

Pengujian hipotesis juga dapat dilakukan dengan rumus:

$$\begin{aligned} t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= \frac{0,628\sqrt{68-2}}{\sqrt{1-(0,68)^2}} \\ &= 8,417 \text{ } t_{hitung} \end{aligned}$$

Selanjutnya mencari t_{tabel} dengan taraf 0,05. DK (Derajat kebebasan)

$$= n - 2 = 68 - 2 = 66$$

Pada tabel distribusi nilai t_{tabel} dengan derajat kebebasan pada taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,668. Untuk pengujian hipotesis tahap selanjutnya adalah membandingkan t_{tabel} dengan t_{hitung} .

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 8,417 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,668, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $8,417 > 1,668$, penjabaran tersebut menyatakan

bahwa **H₀ ditolak dan H_a diterima**. Artinya terdapat hubungan atau terdapat **pengaruh** antara pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja.

3. Pengujian hipotesis f dengan ketentuan sebagai berikut:

Untuk derajat kesalahan 0,05 dan derajat keabsahan atau DK pembilang = 1 dan DK penyebut = $n - 2$ ($68 - 2 = 66$), maka diperoleh f_{tabel} sebesar 3,99 (nilai sig. f_{tabel}). Berdasarkan uji ANOVA atau yang tertera pada tabel diatas didapat f_{hitung} 45,336. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa f_{hitung} ($45,336$) > f_{tabel} ($3,99$), maka dinyatakan bahwa **H_a diterima dan H₀ ditolak** atau dapat dinyatakan bahwa terdapat **pengaruh** antara pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja.

Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa **H₀ ditolak dan H_a diterima**. Artinya variabel pengaruh *online shop*(X) berpengaruh terhadap variabel Tingkat konsep diri remaja (Y).

Berdasarkan nilai f diperoleh f_{tabel} sebesar 3,99 dan f_{hitung} 45,336. Maka dinyatakan bahwa **H_a diterima dan H₀ ditolak** artinya terdapat pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja.

4. Analisis Riset Tentang *Online Shop*

No.	Judul	Teori Penelitian	Kesimpulan
1.	Perilaku belanja <i>online</i> di media sosial terhadap perilaku konsumtif	Teori <i>Reinforcement Imitasi</i>	Pengaruh dari belanja <i>online</i> maka perilaku konsumtif mencapai 14.605. hal ini

	(Siswa – Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Desti Rohini, Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2018		koefisien regresi pada variabel belanja <i>online</i> adalah 0,162 bernilai positif. Nilai sig atau probabilitas sebesar 0,692 > 0,05 (5%) menunjukkan bahwa statistik pengaruh belanja <i>online</i> berpengaruh <i>signifikan</i> terhadap perilaku konsumtif siswa/siswi sehingga H_0 diterima. Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh belanja <i>online</i> dengan perilaku konsumtif ini dinyatakan di terima. Data menunjukkan R Square sebanyak 0,087, yang berarti pengaruh antara belanja <i>online</i> dengan perilaku konsumtif sebesar 9,6% dengan sisanya 90,4% dijelaskan oleh penyebab lainnya.
2.	Pengaruh <i>Online Shop</i> Terhadap Konsep Diri Remaja	Teori <i>Uses dan Gratification</i>	Terdapat pengaruh antara variabel <i>online shop</i> terhadap variabel konsep diri remaja melalui ringkasan model dalam analisis linier sederhana, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,385 yang mengandung pengertian bahwa variabel bebas (pengaruh <i>Online Shop</i>) terhadap variabel terikat (Konsep Diri Remaja) adalah sebesar 38,5%. Hasil analisis linier sederhana, diperoleh $Y = 8,117 + 0,569X$. berdasarkan hasil uji linier sederhana <i>coefficients</i> menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi pengaruh <i>online shop</i> sebesar 0,569 yang bersifat positif. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh <i>online shop</i> terhadap konsep diri remaja berpengaruh positif. Kemudian pada pengujian hipotesis tahap selanjutnya adalah membandingkan t_{tabel} dengan t_{hitung} berdasarkan perhitungan diatas diperoleh

			<p>t_{hitung} sebesar 8,417 sedangkan t_{tabel} 2,640. Dengan demikian bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $8,417 >$ 2,640. Maka jumlah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan h_a diterima yang artinya terdapat pengaruh <i>online shop</i> terhadap konsep diri remaja.</p>
--	--	--	---

Sumber : Dibuat oleh peneliti, 2021

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja SMA Negeri 13 Palembang?

Maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara pengaruh *online shop* dengan konsep diri remaja. Nilai sig atau deviation sebesar $0,305 > 0,05$ (5%) menunjukkan bahwa secara statistik pengaruh *online shop* berpengaruh signifikan terhadap konsep diri remaja sehingga H_a diterima. Hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja ini menyatakan diterima. Dalam pengertian diatas bahwa *online shop* memberikan efek yang sangat luar biasa terhadap remaja SMA Negeri 13 Palembang

2. Seberapa besar faktor pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja?

Dari penelitian pengaruh *online shop* terhadap konsep diri remaja sebesar 38,5% sedangkan 61,5% disebabkan oleh faktor lainnya. Adapun penyebab lainnya yang mempengaruhi konsep diri remaja adalah **faktor sosial, faktor psikologi dan faktor iklan**. 3 faktor tersebut adalah faktor yang sangat signifikan mempengaruhi konsep diri. remaja juga berfikir bahwa belanja *online shop* lebih efisien dalam waktu, strategi pemasaran yang disajikan melalui iklan serta banyaknya tawaran yang diberikan menjadi salah satu yang efektif menjadi daya tarik diri sendiri bagi konsumen.

B. Saran

1. Kebijakan sekolah kepada orang tua untuk menerapkan bahwa setiap remaja diarahkan untuk lebih membatasi dalam membeli barang di *online shop* yang dapat dialihkan kegiatan belajar dirumah ataupun kegiatan belajar di tempat bimbel. sehingga kegiatan belajar mengajar membuat siswa lebih banyak memperoleh pengetahuan baik dari dalam maupun luar sekolah.
2. Menyambut era pendidikan 4.0 yang menciptakan peluang bagi setiap siswa/i untuk memperoleh pengetahuan dan kecakapan, dengan memanfaatkan teknologi. Maka dari itu pihak SMA Negeri 13 Palembang diharapkan mengkaji ulang kebijakan – kebijakan yang berkaitan dengan *smartphone* agar dapat dioptimalkan, dimanfaatkan untuk mengembangkan pengetahuan siswa/i di era pendidikan 4.0
3. Diharapkan kepada para siswa/i yang aktif bermain *smartphone* baik di lingkungan tempat tinggal. Diharapkan untuk sedikit dikurangi jangan lupakan pengaruh – pengaruh negatif *smartphone* agar dapat menjaga diri dari pengaruh negatifnya dan mulailah untuk mengisi kegiatan belajar kelompok ataupun bimbel yang kini dapat terus dikembangkan remaja agar mendapatkan pengetahuan yang luas bukan hanya pengetahuan tentang *online shop*.
4. Dengan penelitian ini, diharapkan kepada masyarakat agar dapat

mengarahkan remaja untuk dapat membatasi penggunaan *smartphone* apalagi bertentangan *online shop*. dan mengajak remaja untuk mengisi kegiatan mereka dengan belajar kelompok atau bimbel yang lebih bermanfaat untuk masa depan.

5. Kepada pengelola aplikasi *online shop* juga harusnya juga lebih banyak lagi memasarkan buku – buku pelajaran, alat tulis, dll. sehingga remaja pun dapat memperoleh berbagai informasi yang baik dan dapat direalisasikan kepada teman-temannya baik dilingkungan sekolah maupun di lingkungan rumah.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Abdullah, Thamrin dkk. 2012. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada

C. Trihendradi,(2013), *Langkah Mudah Menguasai SPSS 21*, Yogyakarta: C.V Andi Offset

Rakhmat Jalaludin, 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya

Hestanto, 2016, Teori Online Shop Menurut Ahli. Retrieved August 2017 From <http://www.hestanto.web.id/onlines-shop/>

Muri Yusuf, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana

Ridwan MBA, (2015), *Buku Dasar – Dasar Statistik*, Bandung: CV Alfabeta

Sumanto,(2014), *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*, Yogyakarta

Syofian Siregar, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri

Ouput Data (Internet)

E-Journal Bimbingan Konseling Edisi 9 Tahun Ke-5 Tahun 2016

E-Journal Komunikasi Pembangunan Vol.8 No.2 Tahun 2010

Jurnal Ilmu Keperawatan Vol.2 No.1

Jurnal Psikologi Vol.4 No.1 Tahun 2017

<http://www.hestanto.web.id/onlines-shop/>

<https://dapo/diksdasmen.kemdikbud.go.id> diakses pada tanggal 23 Oktober 2019
pukul 13:00 WIB

SMA Negeri 13 Palembang, Data penghasilan orang tua tercatat pada tahun 2019
– 2020 diakses pada tanggal 26 September 2020 Pukul 10:34 WIB

LAMPIRAN

Kuesioner

Pengaruh *Online Shop* Terhadap Konsep Diri Remaja

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS	Jumlah
1.	Setiap informasi kualitas barang <i>online shop</i> mudah dipahami?						
2.	Setiap <i>online shop</i> memiliki kualitas barang berbeda – beda?						
3.	Kualitas barang <i>online shop</i> dan <i>offline</i> sangat jauh berbeda?						
4.	Tampilan <i>online shop</i> yang menarik akan banyak menarik minat pembeli?						
5.	Tampilan <i>online shop</i> banyak menggunakan efek mempercantik produk?						
6.	Banyak sekali tampilan <i>online shop</i> merupakan hasil editing bukan <i>real picture</i> ?						
7.	Harga produk <i>online shop</i> dan <i>offline</i> sangat jauh berbeda?						
8.	Sebuah produk akan sesuai dengan harga terjangkau yang ditawarkan <i>online shop</i> ?						
9.	Diskon harga yang ditawarkan adalah salah satu opsi <i>online shop</i> ?						
10.	Banyak sekali promosi <i>online shop</i> sebagai suatu opsi menarik minat pembeli?						
11.	<i>Desain</i> produk yang menarik adalah daya tarik <i>online shop</i> terhadap konsumen?						
12.	Promosi <i>online shop</i> selalu produk terbaru dan brand saat ini?						
13.	Brand produk ditawarkan <i>online shop</i> adalah untuk mengubah pola pikir remaja dalam membeli <i>online</i> ?						
14.	Remaja membeli <i>online shop</i> karena belum tentu ada di lokasi <i>offline</i> ?						
15.	Waktu pembelian produk secara <i>online shop</i> akan lebih efisien?						
16.	Belanja <i>online shop</i> sebagai pemenuhan kebutuhan remaja?						
17.	Belanja <i>online shop</i> adalah sebagai pemuas edukasi remaja?						
18.	<i>Online shop</i> adalah tempat remaja untuk membeli produk yang sama untuk kebutuhan?						
19.	Sebuah kelompok remaja belanja <i>online shop</i> akan berbagi sumber informasi mengenai produk?						
20.	Perilaku kelompok remaja mencari kebutuhan produk baru/brand terbaru?						
21.	Kelompok remaja akan berbagi informasi tentang diskon besar pada <i>online shop</i> ?						

Note :

SS : Sangat Setuju S : Setuju R : Kurang Setuju TS : Tidak Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

34	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	5	3	45
35	4	4	3	4	5	5	3	4	5	4	5	4	50
36	3	1	1	4	1	1	2	3	4	3	4	4	31
37	4	3	3	5	3	3	5	2	3	4	4	5	44
38	4	1	3	5	1	1	3	4	4	4	4	4	38
39	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	50
40	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	50
41	3	5	4	3	1	5	3	4	4	3	5	5	45
42	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	51
43	5	4	3	5	3	3	4	5	5	5	5	5	52
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
45	4	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	46
46	5	4	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	54
47	5	1	3	5	5	4	4	4	2	5	3	4	45
48	5	4	3	4	3	5	4	3	5	5	5	2	48
49	3	4	3	5	5	5	3	4	4	3	4	5	48
50	4	3	3	5	4	2	4	4	4	4	4	4	45
51	4	5	3	5	3	3	4	4	4	4	4	3	46
52	4	5	3	5	5	4	3	4	5	4	5	5	52
53	3	4	3	5	3	3	3	3	5	3	5	4	44
54	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	55
55	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	45
56	5	5	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	55
57	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	43
58	4	3	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4	47
59	4	5	4	3	5	3	4	3	4	4	5	5	49
60	3	5	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	42
61	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	42
62	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	45
63	5	5	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	55
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
65	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	53
66	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	46
67	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	44
68	5	5	2	3	5	5	3	3	4	5	4	4	48

34	3	5	3	3	4	3	4	3	5	33
35	4	4	4	2	4	3	4	4	3	32
36	3	1	4	4	3	4	3	5	4	31
37	2	3	2	2	4	2	4	4	5	28
38	5	1	5	4	4	4	5	4	4	36
39	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
40	4	4	3	4	3	4	4	4	3	33
41	4	5	4	3	2	3	3	3	4	31
42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
43	5	4	4	5	5	5	5	4	5	42
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
45	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
46	5	4	5	3	5	5	4	5	5	41
47	2	1	3	5	5	4	2	3	5	30
48	3	4	5	2	4	2	5	5	5	35
49	4	4	3	5	4	4	3	2	5	34
50	4	3	4	3	3	4	4	4	4	33
51	4	5	3	4	4	4	3	3	5	35
52	5	5	2	5	5	5	5	5	5	42
53	4	4	3	3	4	3	5	5	4	35
54	3	5	3	2	3	2	3	4	3	28
55	4	4	4	3	4	3	4	3	4	33
56	5	5	5	4	5	2	4	4	5	39
57	4	4	3	3	4	3	3	3	4	31
58	4	3	4	4	4	4	3	3	4	33
59	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
60	4	5	3	2	3	2	4	4	4	31
61	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
62	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
64	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
65	5	5	4	3	5	2	4	5	5	38
66	3	4	4	2	2	3	3	4	4	29
67	4	4	3	3	2	2	3	4	3	28
68	5	5	2	1	1	3	3	2	3	25



Kuesioner

Questions Responses **52**

52 responses



Accepting responses

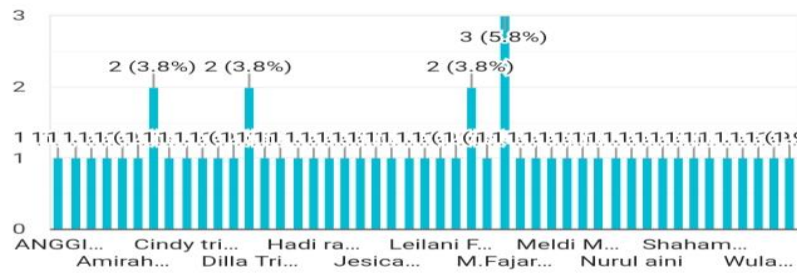
Summary

Question

Individual

Nama

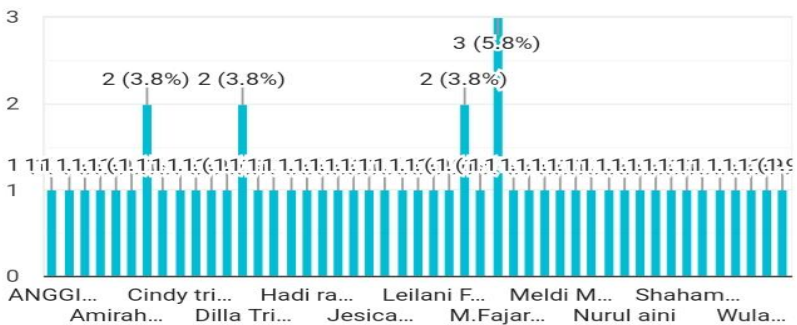
52 responses



Statistik kuesioner Kelas 10 IPS 2 yang berjumlah 52 Responden karena ada yang menjawab 2 dan 3 kali dalam google form, tetapi peneliti hanya mengambil 35 Responden dari 52 Responden. Selanjutnya peneliti mengambil 33 Responden lagi di kelas 10 IPA 1. Yang akan di jelaskan di tabel berikutnya.

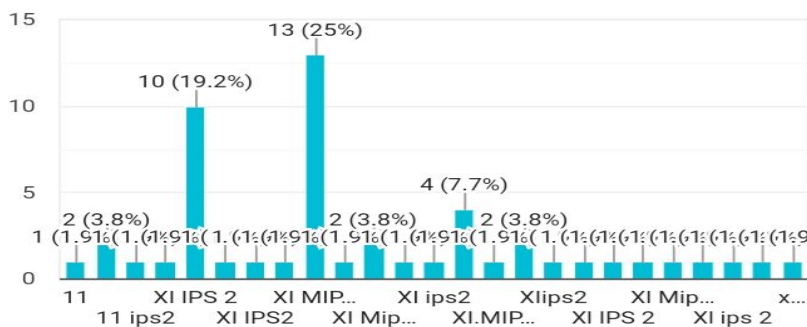
Kuesioner

Questions Responses **52**



Kelas

52 responses





Kuesioner Penelitian

Questions Responses **36**

36 responses



Accepting responses

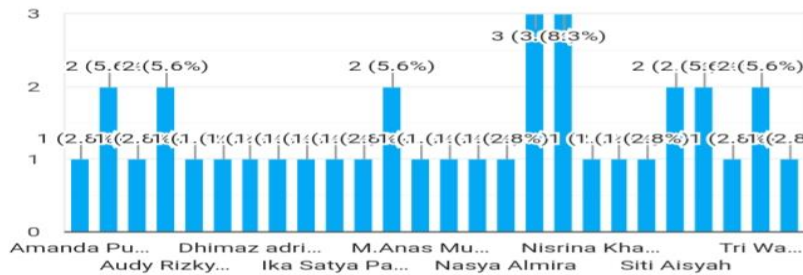
Summary

Question

Individual

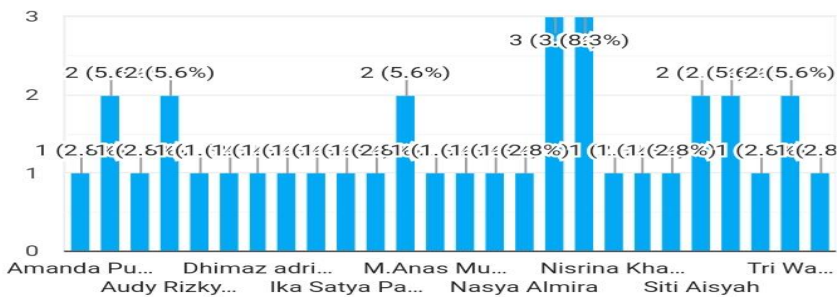
NAMA

36 responses



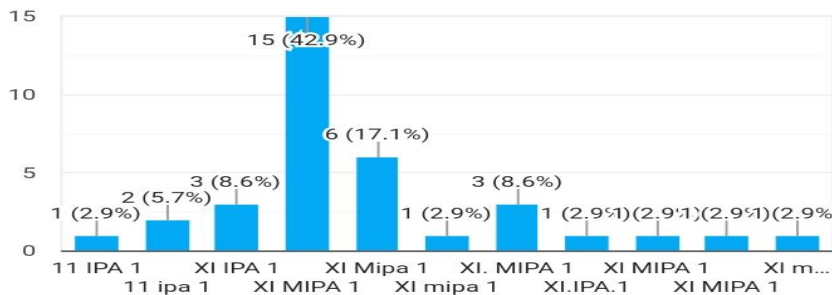
Kuesioner Penelitian

Questions Responses **36**



KELAS

35 responses



Statistik kuesioner Kelas 10 IPA 1 yang berjumlah 36 Responden karena ada yang menjawab 2 dan 3 kali dalam google form, tetapi peneliti hanya mengambil 33 Responden dari 36 Responden. Karena peneliti hanya memerlukan 68 hasil Responden untuk di hitung dengan SPSS.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP)

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : B. 98 / UIn.09/VI/PP.01/09/2020

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MENIMBANG :

RADEN FATAH PALEMBANG

- 1 Bahwa untuk dapat menyusun skripsi yang baik, mahasiswa perlu dibimbing oleh tenaga ahli sebagai dosen pembimbing pertama dan pembimbing kedua yang bertanggung jawab untuk membimbing mahasiswa dalam rangka penyelesaian penyusunan Skripsi
- 2 Bahwa untuk kelancaran tugas-tugas pokok tersebut perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan
- 3 Lembar persetujuan judul dan penunjukan pembimbing Skripsi oleh Ketua Prodi Ilmu Komunikasi an: M. Taufik Hidayat, Tanggal 13 Februari 2020

MENGINGAT :

- 1 Keputusan Menteri Agama RI Nomor 53 tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
- 2 Keputusan Menteri Agama RI Nomor : 407 tahun 2000
- 3 Instruksi Direktur Bimbaga Islam Departemen RI Nomor KEP/E/PP.00.9/147/1985 Juni 1985 tentang pelaksanaan SKS dan Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah;
- 4 Instruksi Menteri Agama RI No.B/152/1994 tentang Pelaksanaan SKS Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah
- 5 Pedoman Akademik Universitas Islam Negeri Raden Fatah No. 585 tahun 2016;
- 6 Kep.Menag RI No. 62 tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN:
Pertama

: Menunjuk Saudara:

NAMA	NIP/NIDN	Sebagai
Dr. Yenzizal, M.Si	197401232005011004	Pembimbing I
Badarudin Azarkasyi, MM	2026068402	Pembimbing II

Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing pertama dan Pembimbing kedua Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Saudara :

Nama	: M. Taufik Hidayat
NIM	: 1657010161
Prodi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh Aplikasi Shopee Terhadap Konsep Diri Remaja

Masa bimbingan : Satu Tahun TMT 10 September 2020 s/d 10 September 2021

Kedua

: Kepada pembimbing pertama dan pembimbing kedua tersebut diberi hak sepenuhnya untuk merevisi Judul/kerangka Skripsi tersebut tanpa mengubah substansi penelitian.

Ketiga

: Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah/dibetulkan sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapannya.

Tembusan :

- 1.Rektor
- 2.Dosen Penasehat Akademik Yang bersangkutan
- 3.Pembimbing Skripsi
- 4.Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
- 5.Mahasiswa yang bersangkutan
- 6.Arsip

Palembang, 10 September 2020



Prof. Dr. Izomiddin, MA
NIP.196206201988031001



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP)**

Nomor : B.1007/Un.09/VIII/TL.01/09/2020
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Mohon Izin Penelitian

15 September 2020

Kepada Yth
Kepala SMA Negeri 13 Palembang
Di
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Dalam rangka menyelesaikan penulisan Karya Ilmiah berupa Skripsi/makalah mahasiswa kami :

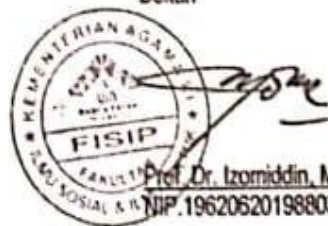
Nama : M. Taufik Hidayat
NIM : 1657010161
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UIN Raden Fatah Palembang
Judul Penelitian : Pengaruh Online Shop Terhadap Konsep Diri Remaja
(Studi Pada Siswa Kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang)

Sehubungan dengan itu kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melaksanakan Penelitian sehingga memperoleh bahan-bahan yang dibutuhkan beserta penjelasan Lainnya dari Instansi/Lembaga yang Bapak/Ibu pimpin untuk kemudian digunakan dalam Penyusunan tugas dimaksud.

Demikianlah, harapan kami dan atas segala bantuan serta perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Dekan



Prof. Dr. Izomiddin, MA
NIP.196206201988031001

Terselenggara
1. Ke Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip





PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA SELATAN
DINAS PENDIDIKAN
SMA NEGERI 13 PALEMBANG

Jl. Adi Sucipto No. 2803 SMB II Telepon (0711) 410079 Palembang Email : sma13plg@gmail.com
NSS : 301116007046, NPSN : 10603847

SURAT KETERANGAN
No. 822.4.070-122/SMAN 13/Disdik/SS/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 13 Kota Palembang menugaskan :

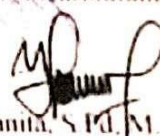
Nama	M. Taufik Hidayat
NIM	1657010161
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian	Pengaruh Online Shop Terhadap Konsep Diri Remaja (Studi Pada Siswa Kelas X SMA Negeri 13 Palembang)

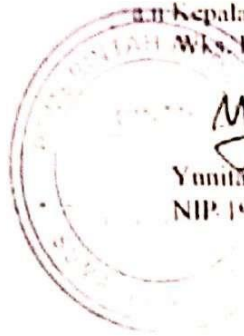
Benar yang bersangkutan di atas telah mengadakan penelitian di SMA Negeri 13 Palembang dari tanggal 16 September s.d 02 Oktober 2020

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Palembang, 05 Februari 2021

Kepala
Dinas Wks. Kurikulum,


Yunita, S.Pd., M. Si
NIP. 197606232000122002



Pengaruh Online Shop Terhadap Konsep Diri (Studi Siswa Kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang)

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.scribd.com Internet Source	2%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	1%
4	repositori.umsu.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.untirta.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	<1%
7	www.hestanto.web.id Internet Source	<1%
8	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1%



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

JL. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, kami Ketua Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang dengan ini menerangkan :

N a m a : M. Taufik Hidayat
N I M : 1657010161
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Online Shop Terhadap Konsep diri Remaja (Studi pada siswa kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang).

Telah dimunaqasahkan pada hari Rabu tanggal tujuh belas bulan Februari tahun 2021 dinyatakan **LULUS** / ~~TIDAK LULUS~~ Dengan Nilai Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : **3.50**

Palembang, 17 Februari 2021

Ketua,

Reza Aprianti, MA
NIP. 198502232011012004

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Yang bersangkutan
3. A r s i p.



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

BERITA ACARA

Pada hari Rabu tanggal tujuh belas bulan Februari tahun 2021, Skripsi Mahasiswa :

Nama : M. Taufik Hidayat
Nomor Induk Mahasiswa : 1657010161
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Online Shop Terhadap Konsep diri Remaja (Studi pada siswa kelas 10 SMA Negeri 13 Palembang).

MEMUTUSKAN

1. Setelah mengumpulkan Nilai Teori dan hasil Munaqasyah pada hari ini Rabu, 17 Februari 2021 maka saudara dinyatakan: **LULUS/ TIDAK-LULUS**, Indeks Prestasi Kumulatif : **3.50**, oleh karena itu saudara berhak memakai gelar Sarjana Strata Satu (S-1) **Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**.
2. Perbaiki dengan Tim Penguji selambat-lambatnya 2 (dua) Minggu/ sebelum penutupan pendaftaran Wisuda terhitung sejak ditetapkan.
3. Apabila melanggar point 2 diatas, maka dinyatakan belum bisa diikutsertakan mengikuti Wisuda yang diselenggarakan pada periode berjalan.
4. Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

Team Penguji :

NO.	TEAM PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Ainur Ropik, M.Si	Ketua Penguji	
2	Reza Aprianti, M.A	Sekretaris Penguji	
3	Dr. Kun Budianto, M.Si	Penguji Utama	
4	Eraskaita Ginting, M.I.Kom	Penguji Kedua	
5	Dr. Yenrizal, M.Si	Pembimbing I	
6	Badarudin Azarkasyi, MM	Pembimbing II	

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
PADA TANGGAL : 11 Februari 2021

K E T U A,

Ainur Ropik, M.Si
NIP. 197906192007101005

SEKRETARIS,

Reza Aprianti, M.A
NIP. 198502232011012004



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. 1 KM. 3,5 Palembang, 30126
Telp. (0711)35276 website: www.radenfatah.ac.id



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : M.TAUFIK HIDAYAT
NIM : 1657010161
Judul : Pengaruh Online Shop Terhadap Konsep Diri Remaja (Studi Pada SiswaKelas 10 SMA Negeri 13 Palembang)
Dosen Pembimbing : Dr. YENRIZAL S.Sos.

No	Tanggal	Topik	Catatan Pembimbing
1	2020-08-19 16:59:52	Konsultasi Proposal Skripsi	Lihat catatan di naskah Gunakan buku pedoman yang terbaru, jangan yang lama, khususnya cara pengutipan dan jumlah bab
2	2020-08-26 15:07:44	Konsultasi revisi proposal skripsi	Masih banyak yang belum berubah dari catatan sebelumnya. Pengutipan, kekuatan latar belakang, rumusan masalah. Lihat pada naskah
3	2020-08-27 10:45:04	Konsultasi Revisi Proposal Skripsi	Kamu baca tidak koreksian dari saya? Cara pengutipan harus pakai pedoman terbaru, cari dan baca buku pedoman. Kerangka berpikir agar dirubah sesuai masukan
4	2020-08-31 00:00:52	Konsultasi Bab 2	Lihat catatan di naskah
5	2020-09-02 15:13:18	Konsultasi Revisi BAB 2	Lihat catatan pada naskah
6	2020-09-28 11:19:57	Konsultasi Revisi BAB 2	Pada dasarnya sudah cukup, tapi tambahkan nomor tabel, judul tabel, sumber dan tahun data pada tabel
7	2020-11-05 10:19:29	Konsultasi Revisi BAB 2	Lanjutkan ke proses berikutnya
8	2020-11-18 12:06:45	Assalamualaikum pak maaf mengganggu waktunya pak Taufik mau konsultasi bab 3 setelah mendapatkan data dan mengelolanya pak SPSS. Mohon saran dan masuknya pak	Hasil penelusuran saya terhadap naskah Bab Pembahasan ini, 46% terindikasi plagiat, similaritynya mencapai 46%, batas maksimal di FISIP hanya 20%. Ini kesalahan fatal, Saya akan cek juga Bab 1 dan 2 yang anda buat. Jika terbukti plagiat, skripsi anda dibatalkan
9	2020-11-23 10:54:56	Konsultasi Revisi BAB 3	Pada pembahasan harus ada pembandingan dengan riset orang lain, untuk mengkonfirmasi temuan yang ada, serta analisis berdasarkan teori yang digunakan.
10	2020-11-26 11:45:45	Konsultasi Revisi BAB 3	Lihat catatan terakhir

11	2020-11-27 08:52:03	Konsultasi Revisi BAB 3	Lanjut ke bab 4
12	2020-11-30 00:10:36	Konsultasi Bab 4	Lihat catatan
13	2020-12-01 09:51:10	Konsultasi Revisi BAB 4	ACC sampai bab 4, silahkan lengkapi dengan kelengkapan lainnya
14	2020-12-08 15:08:23	Assamuaalaikum Maaf mengganggu waktunya pak Saya M. Taufik Hidayat Izin mengirim file halaman depan Skripsi Taufik Pak Mohon saran dan masukannya Pak Terima Kasih pak Wassalammualaikum	Silahkan di cek

2021/03/16



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. 1 KM. 3,5 Palembang, 30126
Telp. (0711)35276 website: www.radenfatah.ac.id



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : M.TAUFIK HIDAYAT
NIM : 1657010161
Judul : Pengaruh Online Shop Terhadap Konsep Diri Remaja (Studi Pada SiswaKelas 10 SMA Negeri 13 Palembang)
Dosen Pembimbing : BADARUDIN AZARKASYI SE.MM

No	Tanggal	Topik	Catatan Pembimbing
1	2020-08-20 09:59:17	Konsultasi Proposal Skripsi	di kerangka berpikr bua variabel x yg mna variable y yg mana,, ulis dependen yg mana dan independen yg mana,, arik garis panah saling berhubungan x dan y
2	2020-08-28 19:12:22	Konsultasi Revisi Proposal Skripsi	ok nak silakan lanjut bab 2,, bpk acc bab 1
3	2020-09-16 10:12:47	Konsultasi Bab 2	gambaran umum kamu,,tidak ada data menunjukkan pemakai aplikasi nline shp berapa banyak,, dari sampel yang kamu teliti,, dan itu hnya menunjukkan gambaran umum seklah saja,, fkus pada penelitian kmu
4	2020-12-01 15:23:34	Konsultasi BAB 4	bapak acc bab 4,, silakan mengukuti ujian komprehensif