

Pengaruh Kebersyukuran dan Harga Diri terhadap Perilaku Konsumtif dalam *Online Shopping* melalui Platform Shopee pada Dewasa Awal di Sidoarjo

Oleh:

Natasya Dwi Clarita,

Lely Ika Mariyati

Progam Studi Psikologi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Desember, 2025



Pendahuluan

- Perkembangan teknologi digital dan *e-commerce* mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya pada dewasa awal
- Shopee menjadi platform belanja online dengan tingkat penggunaan tinggi di Indonesia mencapai 130 juta kunjungan per bulan tahun 2024, terutama pada kelompok rentang usia 18-25 tahun
- Dewasa awal berada pada fase eksplorasi identitas, gaya hidup, dan kemandirian finansial, sehingga rentan terhadap pembelian impulsif
- Perilaku konsumtif dapat berdampak pada masalah keuangan, kontrol emosi, dan kesejahteraan psikologis
- Faktor internal psikologis seperti kebersyukuran dan harga diri berperan dalam mengendalikan dorongan konsumtif

Metode

- Desain : Kuantitatif kausal - korelasional
- Sampel : 270 dewasa awal yang berusia 18-25 tahun
- Teknik Sampling : Purposive sampling dengan kriteria aktif dalam melakukan pembelian online pada Shope di kabupaten Sidoarjo
- Instrumen :
 1. Skala kebersyukuran 12 aitem ($\alpha = 0,823$)
 2. Rosenberg *self-esteem scale* 10 aitem ($\alpha = 0,764$)
 3. Skala perilaku konsumtif 22 aitem ($\alpha = 0,865$)
- Analisis Data : Statistik deskriptif, uji asumsi klasik, korelasi pearson, regresi linier berganda, dan koefisien determinasi dengan SPSS

Hasil

- Mayoritas responden berada pada kategori sedang dalam tingkat kebersyukuran, harga diri, dan perilaku konsumtif
- Uji Korelasi : kebersyukuran berhubungan negatif sig. dengan perilaku konsumtif ($r = -0,434$; $p < 0,001$). Harga diri berhubungan negatif sig. dengan Perilaku konsumtif ($r = -0,298$; $p < 0,001$)
- Uji Simultan : kebersyukuran dan harga diri secara bersama-sama berpengaruh sig. terhadap perilaku konsumtif ($F = 38,952$; $p < 0,001$)
- Nilai Koefisien Determinasi : 22,6% variasi perilaku konsumtif dijelaskan oleh kebersyukuran dan harga diri
- Secara parsial, kebersyukuran memberikan kontribusi pengaruh yang lebih besar dibandingkan harga diri

Pembahasan

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kebersyukuran dan harga diri, semakin rendah perilaku konsumtif
- Temuan ini mendukung teori hierarki kebutuhan Maslow, di mana individu dengan harga diri dan aktualisasi diri yang baik tidak bergantung pada konsumsi berlebihan
- Kebersyukuran membantu individu merasa cukup dan menekan dorongan impulsif dan Harga diri yang positif mengurangi kebutuhan akan pengakuan sosial melalui pembelian
- Faktor lain di luar penelitian (media sosial, konformitas, gaya hidup) turut berperan dalam perilaku konsumtif

Referensi

- [1] G. U. Fauziah, N. Nurochani, and N. Nopianti, “Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Stei Ar-Risalah Ciamis)”, doi: 10.30829/ajei.v7i2.12665.
- [2] “N. N. Hayati Fadhilah, P. Isyanto, dan N. Sumarni, ‘The Effect Of Shopping Lifestyle And Discounts On Impulsive Buying Of Fashion Products On The Shopee Marketplace In Gen Z In Karawang Regency,’ Management Studies and Entrepreneurship Journal, vol. 6, no. 3, pp. 2893–2905, 2025”, <https://doi.org/10.37385/msej.v6i3.7766>.
- [3] Statista, “E-commerce in Indonesia - Statistics & Facts,” Statista, 2024. [Online]. Available: <https://www.statista.com/topics/5742/e-commerce-in-indonesia/>
- [4] Databoks Katadata, “5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023.” [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/01/15/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- [5] “Badan Pusat Statistik, ‘Statistik E-Commerce 2023’, BPS, 2025.” [Online] Available: <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/01/30/d52af11843aee401403ecfa6/statistik-e-commerce-2023>.
- [6] R. Emirna, A. Ratnaningtas, and A. Adhandayani, “Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pada Dewasa Awal”. [Online]. Available: https://prosiding.esaunggul.ac.id/index.php/SEMNASPSIKOLOGI/article/view/210?utm_source=chatgpt.com
- [7] J. W. Santrock, Life Span Development: Perkembangan Masa Hidup, Edisi 13., vol. Jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [8] O. & F. Papalia, Human Development, 10th ed. New York: McGraw-Hill, 2007.
- [9] “S. N. Anggraeni, ‘Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang,’ Skripsi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2022.” [Online]. Available: <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/20979>.
- [10] “S. A. Aulia, ‘Pengaruh Kebersyukuran dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2014 UIN Malang,’ Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.” [Online] Available: <https://etheses.uin-malang.ac.id/13565>.
- [11] F. T. Rohmah, F. Silviahana, A. Titasyfa, Z. Ibrahim, and W. Hidayat, “Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Remaja,” no. 4, 2024. [Online]. Available: <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/13565>.
- [12] “S. A. D. P. Handayani dan K. R. Indrawati, ‘Peran konsep diri dan konformitas terhadap keputusan pembelian make up pada mahasiswa perempuan,’ Edisi Khusus Kesehatan Mental dan Budaya, vol. 1, pp. 25-34, 2018.” Doi: <https://jurnal.harianregional.com/psikologi/full-57780>.
- [13] Syifa Ananda Gifari and M. E. Fuady, “Hubungan Antara Selebgram dengan Perilaku Konsumtif,” Bdg. Conf. Ser. Public Relat., vol. 2, no. 1, Jan. 2022, doi: 10.29313/bcspr.v2i1.1476.
- [14] S. Utami, “Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Stambuk 2019”, Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area, Medan, 2023. [Online]. Available: <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/21516>.
- [15] S. F. Imani and L. Ariani, “Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Banjarmasin,” J. Psikol. Wijaya Putra Psikowipa, vol. 4, no. 2, pp. 84–91, Nov. 2023, doi: 10.38156/psikowipa.v4i2.111..

Referensi

- [16] F. Sukur Indra and N. Muthia, “Analisis Hubungan Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Impulse Buying Ditinjau Dari Ekonomi Syariah,” J-EBI J. Ekon. Bisnis Islam, vol. 1, no. 02, Sep. 2022, doi: 10.57210/j-ebi.v1i02.114.
- [17] Y. Alamanda, “Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif,” Psikoborneo J. Ilm. Psikol., vol. 6, no. 2, Jun. 2018, doi: 10.30872/psikoborneo.v6i2.4570.
- [18] N. N. Nofitriani, “Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget Pada Siswa Kelas Xii Sman 8 Bogor”. Doi: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/668>.
- [19] “Widanarti, ‘Pengaruh Kebersyukuran dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Ibu Rumah Tangga,’ Skripsi, Fakultas Psikologi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Bandung, 2023.” Doi: <https://digilib.uinsgd.ac.id/handle/12345678/64912>.
- [20] A. H. Maslow, “A theory of human motivation,” Psychological Review, vol. 50, no. 4, pp. 370-396, 1943”. doi: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0054346>
- [21] D. Hermina, “Jenis Data Penelitian Kuantitatif”. UIN Antasari Banjarmasin, 2025., Al-Manba, vol. 10, no. 1, doi: <https://doi.org/10.69782/almanba.v10i1.48>.
- [22] “Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2025, vol. 42, Sidoarjo: BPS Kabupaten Sidoarjo, 2025. [Online]. Available: <https://sidoarjokab.bps.go.id>.”
- [23] Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [24] A. M. F, “Jurnal Tana Mana,” Psikol. Humanistik Abraham Maslow, vol. 2, no. 1, pp. 46–48, 2021, [Online]. Available: <https://ojs.staialfurqan.ac.id/jtm/article/download/736/452/>
- [25] E. L. Deci and R. M. Ryan, “The ‘what’ and ‘why’ of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior,” Psychol. Inq., vol. 11, no. 4, pp. 227–268, 2000, doi: 10.1207/S15327965PLI1104_01.
- [26] A. Pratiwi and D. Rahmasari, “Pengaruh Konformitas Dan Regulasi Diri Terhadap Perilaku Impulsif Membeli Pada Dewasa Awal,” J. Penelit. Psikol., vol. 10, no. 1, pp. 888–896, 2023. doi: <https://doi.org/10.26740/cjpp.v10i1.55291>.
- [27] A. I. Nurhasanah, “Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Wanita Dewasa Awal Di Kelurahan Growong Lor Kecamatan Juwana,” Skripsi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024. [Online]. Available: <https://repository.unissula.ac.id/id/eprint/35377>
- [28] T. F. Fachlya, S., Taibe, P., & Purwasetiawatik, “No Title,” Pengaruh Celebr. Worsh. terhadap perilaku konsumtif pada army di masa dewasa awal. J. Psikol. Karakter, vol. 3, no. 1, pp. 195–201, 2023. doi: <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i1.2006>.
- [29] S. Virginia, “No Title,” Pengaruh kontrol diri dan gaya hidup Infl. terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal pengguna Soc. Media (Doctoral Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung), 2024. [Online]. Available: <https://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/85385>.
- [30] F. Fadhilah and N. W. S. Puspitadewi, “Impulsive Buying on the Member of Online Shopping Community: The Role of Self-regulation,” Indones. Psychol. Res., vol. 6, no. 2, pp. 115–126, 2024, doi: 10.29080/ipr.v6i2.1235.
- [31] L. Cahyani and D. Marcelino, “Positive Emotions as Mediation Between Hedonic Shopping Motivations on Impulsive Buying Behavior of E-Commerce in Indonesia,” Asia Pacific Manag. Bus. Appl., vol. 011, no. 03, pp. 347–362, 2023, doi: 10.21776/ub.apmba.2023.011.03.7.

Referensi

- [32] G. S. Rachmanda and L. I. Maryati, "The Relationship Between Self Esteem and Impulsive Buying in Muhammadiyah University Sidoarjo Students, Hubungan Antara Self Esteem dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo," pp. 1–8, 2024, doi: <https://doi.org/10.21070/ups.5381>.
- [33] Fiska Amelia Kartika, Muhtadin Amri, Azhira Fitria Rahmawati, and Adamu Abubakar Muhammad, "Impulse Buying Behavior of Mahasantri at IAIN Ponorogo in the Context of Shopee Periodic Promotions in the Perspective of Islamic Consumption Ethics," *Niqosiya J. Econ. Bus. Res.*, vol. 5, no. 1, pp. 231–241, 2025, doi: [10.21154/niqosiya.v5i1.4461](https://doi.org/10.21154/niqosiya.v5i1.4461).
- [34] M. Rezky and A. Kafabih, "The Moderating Role of Islamic Values on Impulse Buying in E-Commerce Promotions: Case of Muslim Students in Semarang," *Islam. Econ. J.*, vol. 7, no. 2, pp. 1–20, 2025, [Online]. Available: <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/JEI/article/view/13138%0Ahttps://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/JEI/article/download/13138/12336>
- [35] P. Anditasari, E. Sabillah, and A. Budiman, "When Shopping Becomes Solace: An Analysis of Doom Spending in the Context of Mental Health and Islamic Ethics," *Philanthr. J. Psychol.*, vol. 9, no. 1, pp. 42–59, 2025, doi: [10.26623/philanthropy.v9i1.11510](https://doi.org/10.26623/philanthropy.v9i1.11510).
- [36] T. Ratuliu., R. S. Hayu, "Do Emot. Matter? Posit. Emot. as a Mediat. Between Gamification, Discount. Impuls. Buy. Among Gen Z". *J. Enterp. Dev.*, vol. 7, no. 2, pp. 1123–1129, 2025, doi: <https://doi.org/10.20414/jed.v7i2.13182>.

