

**PERBEDAAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *E-COMMERCE*  
SHOPEE PADA MAHASISWA MALANG DITINJAU DARI JENIS  
KELAMIN**

**SKRIPSI**

**Sebagai Bagian dari Persyaratan untuk Memperoleh  
Derajat Sarjana S-1 Psikologi**



**PETER RAHMANI  
14900029**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
MALANG  
2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Peter Rahmani  
NIM : 14900029  
Program Studi : Psikologi  
Fakultas : Psikologi  
Universitas : Merdeka Malang  
Judul Skripsi : PERBEDAAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *E-COMMERCE*  
SHOPEE PADA MAHASISWA MALANG DITINJAU DARI JENIS  
KELAMIN

Malang, 10 Februari 2022

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Psikologi



Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si

Dosen Pembimbing



Husnul Khotimah, S.Psi., MA

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Si., Psikolog

**PERBEDAAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA  
MAHASISWA MALANG DITINJAU DARI JENIS KELAMIN**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Peter Rahmani**

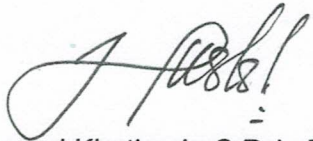
**14900029**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji**

**Pada tanggal 10 Februari 2022**

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



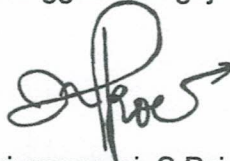
Husnul Khotimah, S.Psi., MA

Sekretaris Penguji



Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si

Anggota Penguji



Al Thuba Septa Priyngasari, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi

Malang, 10 Februari 2022

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Si.,

Psikolog

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Perbedaan Perilaku Konsumtif Belanja *E-Commerce* Shopee pada Mahasiswa Malang Ditinjau dari Jenis Kelamin”** merupakan karya asli yang digunakan untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi Universitas Merdeka Malang. Karya ini tidak pernah diajukan secara utuh maupun bagian-bagian untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi lainnya dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka.

Malang, 10 Februari 2022  
Yang menyatakan,



Peter Rahmani  
NIM. 14900029

## **MOTTO**

SELESAIKAN APA YANG TELAH KAU MULAI  
DAN SEMUA AKAN INDAH PADA WAKTUNYA

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

UNTUK TUHAN, KELUARGA, DAN SELURUH  
SAHABAT  
YANG SELALU MENDUKUNG DAN MENDOAKAN

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan tugas akhir terlampir, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang sudah berperan dalam proses penyelesaian skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menyertai dan memberkati di setiap langkah saya dalam mengerjakan skripsi. Yang telah mempertemukan saya dengan orang-orang yang membantu dan berkontribusi dalam pengerjaan skripsi ini. Dan yang telah memberi mujizat dan kemudahan dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Ibu Husnul Khotimah, S.Psi., M.A selaku Dosen Pembimbing I. Terimakasih untuk segala ilmu, nasehat, kritik, dan saran yang telah membuat saya menjadi pribadi dan mahasiswa yang jauh lebih baik.
3. Ibu Dellawaty Supraba, S.Psi., M. Si selaku dosen pembimbing II. Terimakasih untuk segala ilmu, nasehat, kritik, dan saran yang telah membuat saya menjadi pribadi dan mahasiswa yang jauh lebih baik.
4. Kepada Orang Tua yang selalu mendukung dan mendoakan di setiap langkah saya apapun yang saya lakukan, terkhusus dalam saya menyelesaikan skripsi ini.
5. Terima kasih kepada teman, sahabat, dan orang terdekat yang selalu mendukung saya.
6. Terimakasih kepada keluarga besar AA Studio yang sudah mendukung, membantu, dan memfasilitasi saya dalam mengerjakan skripsi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat serta penyertaanNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perbedaan Perilaku Konsumtif Belanja *E-Commerce* Shopee pada Mahasiswa Malang Ditinjau dari Jenis Kelamin”. Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar sarjana S-1 Psikologi.

Banyak hal yang telah penulis lalui dalam penyusunan skripsi hingga pada akhirnya penulis berhasil menyelesaikannya. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan. Oleh karena itu, tidak lupa penulis memohon maaf atas segala kekurangan karena skripsi ini jauh dari kata sempurna. Masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu saya harapkan guna memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi sumbangan pemikiran untuk pihak yang membutuhkan ataupun yang membacanya.

Malang, 10 Februari 2022

Penulis,



Peter Rahmani

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan Orisinalitas Skripsi .....	iv
MOTTO .....	v
Lembar Persembahan .....	vi
Ucapan Terima Kasih .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
<i>Abstract</i> .....	xv
Intisari .....	xvi
Riwayat Hidup .....	xvii
BAB I Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Manfaat Dan Tujuan Penelitian .....	9
D. Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya .....	9
BAB II Kajian Pustaka .....	11
A. Perilaku Konsumtif .....	11
1. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	11
2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif .....	12
3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif.....	15
B. <i>E-Commerce</i> .....	15

1. Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	15
2. Klasifikasi <i>E-Commerce</i> .....	17
C. Jenis Kelamin .....	18
1. Pengertian Jenis Kelamin .....	18
D. Kerangka Berpikir.....	19
E. Hipotesis Penelitian .....	19
BAB III Metode Penelitian .....	20
A. Identifikasi Variabel Dan Operasionalisasi Variabel.....	20
1. Identifikasi Variabel .....	20
2. Definisi Operasional.....	21
B. Subjek Penelitian .....	22
1. Populasi .....	22
2. Sampel .....	22
3. Teknik Sampling .....	23
C. Metode Pengumpulan Data .....	23
1. Skala Kontrol Diri .....	25
2. Validitas Dan Reliabilitas .....	25
A. Validitas .....	25
B. Kredibilitas Dan Reliabilitas .....	26
D. Desain Penelitian .....	27
E. Teknik Analisis Data .....	27
1. Uji Asumsi.....	27
A. Uji Normalitas .....	27
B. Uji Homogenitas.....	28
2. Uji Hipotesis .....	28
BAB IV Hasil Dan Pembahasan.....	29
A. Deskripsi Subjek Penelitian .....	29
B. Deskripsi Reliabilitas Data .....	29
1. Deskripsi Data .....	29
2. Validitas Skala .....	31
3. Reliabilitas Skala .....	33

C. Hasil Penelitian .....	33
1. Uji Asumsi .....	34
2. Uji Hipotesis .....	35
D. Pembahasan .....	35
BAB V Penutup .....	38
A. Kesimpulan .....	38
B. Saran.....	38
Daftar Pustaka .....	40
Lampiran .....	43

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skoring Skala Perilaku Konsumtif .....	24
TABEL 3.2 BLUEPRINT SKALA PERILAKU KONSUMTIF .....	25
Tabel 4.1 Data Jumlah Mahasiswa Aktif Di Kota Malang .....	29
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif Statistik .....	29
TABEL 4.3 RUMUS SKOR STANDAR .....	30
Tabel 4.4 Kategorisasi Perilaku Konsumtif .....	31
Tabel 4.5 Sebaran Aitem Sahih Dan Gugur Skala Perilaku Konsumtif .....	32
Tabel 4.6 Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif .....	33
Tabel 4.7 Uji Normalitas Skala Perilaku Konsumtif .....	34
Tabel 4.8 Uji Homogenitas .....	34
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis Uji T .....	35
Tabel 4.10 Deskripsi Mean Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Laki-laki dan Perempuan .....	36

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Kerangka Berfikir Perilaku Konsumtif Antara Laki-Laki Dan Perempuan .....	20
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan .....	43
Hasil <i>Similarity Index</i> Skripsi .....	44
Lampiran I Skala Perilaku Konsumtif .....	51
LAMPIRAN II TABULASI SKALA PERILAKU KONSUMTIF .....	56
Lampiran III Validitas Dan Reliabilitas .....	81
1. Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif Skala Tryout .....	82
2. Uji VALIDITAS PERILAKU KONSUMTIF SKALA TRYOUT .....	85
3. Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif Penelitian .....	88
4. Uji Validitas Perilaku Konsumtif Penelitian.....	91
Lampiran IV Hasil Analisis Data .....	93
1. Uji Normalitas .....	94
2. Uji Homogenitas .....	94
3. Uji T .....	94

# **THE DIFFERENCE IN CONSUMPTIVE BEHAVIOR E-COMMERCE SHOPEE IN STUDENTS IN MALANG CITY**

**Peter Rahmani**

Faculty of Psychology, University of Merdeka Malang

## **ABSTRACT**

Consumptive behavior is an act of consuming goods and services that is carried out unplanned, excessively, prioritizes desires over needs, and has a tendency to consume things without limits. Being a student is a time where the search for an identity is ongoing. Therefore, something modern in its era is a new need that is almost no less important for students. Following the flow of modernity for them is an expression of feelings that they tend to want to be recognized and accepted in their social environment. Consumptive behavior is influenced by internal, external and psychological processes. Personality, lifestyle, and demographics affect a person's consumptive attitudes and behavior. The purpose of this study is to determine whether there are differences in online shopping consumptive behavior among students in Malang City which are reviewed based on gender. The data collection method in this study used the scale method. The population referred to in this study were all students in Malang City, which amounted to 247,027 students. The sample used in this study amounted to 400 subjects consisting of 200 subjects male and 200 female subjects. The researcher used accidental sampling technique. Accidental sampling technique is a sampling technique on population elements that can be found and are willing to provide information related to the data in the study. Based on the results of hypothesis testing, it can be seen that there are differences in consumptive behavior between men and women, where women have much higher consumptive behavior than men.

keywords: consumptive behavior, e-commerce, college student, gender.

# **PERBEDAAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA MALANG DITINJAU DARI JENIS KELAMIN**

**Peter Rahmani**

Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang

## **INTISARI**

Perilaku konsumtif ialah tindakan dalam mengkonsumsi barang maupun jasa yang dilakukan secara tidak terencana, berlebihan, lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, dan memiliki kecenderungan mengkonsumsi sesuatu tanpa batas. Menjadi mahasiswa merupakan masa dimana pencarian akan sebuah identitas sedang berlangsung. Oleh karena itu, sesuatu yang bernuansa modern di masanya merupakan sebuah kebutuhan baru. Mengikuti arus modernitas bagi mereka merupakan ekspresi perasaan yang cenderung ingin diakui dan diterima di lingkungan sosialnya. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal, eksternal dan proses psikologis. Kepribadian, gaya hidup, dan demografi berpengaruh terhadap sikap maupun perilaku konsumtif seseorang. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan perilaku konsumtif berbelanja online pada Mahasiswa di Kota Malang yang ditinjau berdasarkan jenis kelamin Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode skala. Populasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Kota Malang, yang berjumlah 247.027 mahasiswa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 400 subjek yang terdiri dari laki-laki berjumlah 200 subjek dan perempuan berjumlah 200 subjek. Peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel pada elemen populasi yang dapat ditemui dan bersedia untuk memberikan informasi terkait dengan data pada penelitian. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan perilaku konsumtif antara laki-laki dan perempuan, yang dimana perempuan memiliki perilaku konsumtif jauh lebih tinggi daripada laki-laki.

kata kunci: perilaku konsumtif, *e-commerce*, mahasiswa, jenis kelamin.