

**PERBEDAAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA E-COMMERCE TIKTOK
SHOP PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MERDEKA MALANG DI TINJAU
DARI JENIS KELAMIN**

SKRIPSI

Sebagai Bagian dari Persyaratan untuk Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi



Dikky Bansar Kotama
20090000172

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
MALANG
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Dikky Bansar Kotama
NIM : 20090000172
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Fakultas Psikologi
Program Studi : Psikologi
Judul Skripsi : Perbedaan Perilaku Konsumtif Belanja E-
Commerce Tiktok Shop pada Mahasiswa
Universitas Merdeka Malang Di Tinjau dari Jenis
Kelamin.

DISETUJUI DAN DITERIMA

Malang, 12 Agustus 2025

Ketua Program Studi Psikologi

Dosen Pembimbing



Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si



Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



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

Perbedaan Perilaku Konsumtif Belanja E-Commerce Tiktok Shop pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang Di Tinjau dari Jenis Kelamin.

Dipersiapkan dan disusun oleh

Dikky Bansar Kotama

20090000172

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 15 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si

Sekretaris Penguji



Husnul Khotimah, S.Psi., M.A

Anggota Penguji



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

Skripsi ini telah terima sebagai salah satu persyaratan untuk

memperoleh gelar Sarjana.

Malang, 12 Agustus 2025

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dikky Bansar Kotama
Nomor Pokok : 20090000172
Program Studi : S1 Psikologi
Bidang Kajian :
Skripsi : Psikologi Sosial
Judul Skripsi : Perbedaan Perilaku Konsumtif Belanja E-Commerce Tiktok Shop pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang Di Tinjau dari Jenis Kelamin.
Lokasi Penelitian : Universitas Merdeka Malang
Alamat Rumah :
Asal : Ling Jajar RT 06 RW 06 Kec Kanigoro Kab Blitar
No. Telp/ Email : Dikkybansar74@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 12 Agustus 2025



10000
REPUBLIK INDONESIA
METERAI
TEMPEL
0B3CEA0028013730

DIKKY BANSAR KOTAMA

MOTTO

Melamban bukanlah hal yang tabu

Kadang itu yang kau butuh

Bersandar hibahkan bebanmu.

- Perunggu (33x)

Bawa temanmu yang centang biru

Lawyer sponsor partaimu mana aku tak takut

Kuberikan tantangan untukmu

Coba buatku kalut ayo sini pengecut.

- .Feast (Bintang Massa Aksi)

Maka ia berpesan, "Pada dasarnya, semua orang hipokrit"

"Percaya hanya pada dirimu, bukan idolamu yang liriknya berbelit

Juga dengan mereka yang menjual air mata setiap menit

Atau dengan pelaku skena yang bagimu keren selangit".

- Hindia (Nabi Palsu)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan persembahan untuk orang yang sangat penulis cintai, yaitu yang pertama orang tua penulis yang sudah berkorban begitu banyak untuk penulis. Terima kasih telah menjadi rumah tempatku pulang tempat di mana penulis tumbuh, jatuh, dan bangkit, selalu dalam pelukan penerimaan yang hangat. Terima kasih telah memahami diriku lebih dari siapa pun, bahkan saat penulis belum mampu memahami diriku sendiri. Terima kasih telah membebaskan penulis memilih jalan hidup penulis sendiri, dan tetap berdiri sebagai sandaran, dalam diam yang penuh kasih.

Jika rasa ini harus dilukiskan dalam nada, maka *“Tentang Rumahku”* dari Dialog Dini Hari adalah yang paling mewakili:

“Adakah yang lebih indah dari semua ini?

Rumah mungil dan cerita cinta yang megah

Bermandi cahaya di padang bintang

Aku bahagia, aku bahagia.”

Di antara milyaran manusia di dunia ini, penulis adalah satu dari yang paling beruntung karena penulis tumbuh dalam cinta yang tak bersyarat, dan pulang pada rumah yang tak pernah menolak pulangnya penulis.

Untuk yang kedua skripsi ini penulis sembahkan untuk para sahabat penulis yang sangat penulis cintai, yaitu Adil, Salsa, Rizqi, Yoga, dan Labib. Terima kasih telah membersamai penulis selama delapan tahun ini, terima kasih telah menjadi tempat bercerita yang nyaman, asik, dan seru untuk penulis, terima kasih telah menghabiskan banyak waktu bersama penulis dengan seru, lucu, dan sampai bahkan orang lain pun jarang nyambung ketika kita bersama. Terima kasih telah

melalui suka dan duka bersama mungkin yang membuat penulis terkenang sepanjang hidup yaitu saat penulis hampir merenggut nyawa, di saat itu kalian tetap membersamai penulis dengan cara kalian seperti menertawakan kejadian dan selalu mengajak berpikiran tenang agar segera bangkit dari keadaan itu.

Seperti halnya penggalan lirik lagu tentang gambaran orang tua di atas, maka *“Memori Baik”* dari Sheila on 7 merupakan lagu yang paling mewakili:

“Seperti bintang tertutup awan

Cerita kita selalu di sana

Seperti terang menuju malam

Cerita kita, satu takdir yang indah.”

Di bagian akhir penulis berharap persahabatan ini abadi sampai tua nanti, sekalipun jalan hidup kita berbeda-beda

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir yang berjudul “Perbedaan Perilaku Konsumtif Belanja E-Commerce Tiktok Shop pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang Di Tinjau dari Jenis Kelamin” ini dengan baik. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah skripsi dan sebagai salah satu syarat dalam menempuh Ujian Akhir Program Studi Jurusan S1 Psikologi di Universitas Merdeka Malang. Penulis mengucapkan terima kasih atas terselesainya skripsi ini kepada:

1. Terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan Hikmat dan Karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dari awal, pertengahan, sampai akhir dengan baik.
2. Ibu Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Si., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang yang telah memimpin Fakultas ini ke arah yang lebih baik.
3. Ibu Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah membimbing saya melalui kritik serta saran yang diberikan dengan penuh kesabaran dan mengantarkan saya hingga lulus.
4. Bapak/Ibu Dosen Universitas Merdeka Malang yang telah memberikan ilmu dan pengalaman serta bekerja semaksimal mungkin untuk mengantarkan mahasiswa/i agar mencapai kesuksesan dengan memberikan pelayanan terbaik.
5. Terimakasih untuk staff karyawan/karyawati Niza Printing yang telah memberikan pelayanan terbaik berupa print dan/atau fotokopi yang dapat

menunjang proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir dengan lancar.

6. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangan, Kevien, Lutfi, Reza, Dimas, Denny, Gabriel, Kevin, Yunus, Ataka, yang telah mendukung dan membantu dalam proses pengerjaan skripsi, terima kasih atas saran dan masukan yang diberikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas karunia, keberkahan yang Tuhan Yang Maha Esa berikan kepada saya dan telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Perbedaan Perilaku Konsumtif Belanja E-Commerce Tiktok Shop pada Mahasiswa Universitas Merdeka Malang Di Tinjau dari Jenis Kelamin” Penulis menyadari jika mungkin ada sesuatu yang salah dalam penulisan.

Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya jika ada kalimat atau kata-kata yang kurang berkenan. Tidak ada manusia yang sempurna kecuali Tuhan. Demikian penulis ucapkan terima kasih atas waktu Anda telah membaca hasil skripsi ini.

Malang, 12 Agustus 2025

Dikky Bansar Kotama

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PEGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Perilaku Konsumtif	8
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	8
2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif.....	9
3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif	10
B. Jenis Kelamin.....	11
1. Pengertian Jenis Kelamin.....	11
C. Keterkaitan Antara Jenis Kelamin dengan Perilaku Konsumtif.....	12
D. Hipotesis Penelitian	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	15
A. Desain Penelitian	15
B. Identifikasi dan Operasional Variabel.....	15
C. Partisipan Penelitian	17
1. Populasi.....	17
2. Sampel	17
D. Cara Pengumpulan Data	19
E. Skala Perilaku Konsumtif	19
1. Uji Asumsi Klasik	20

A. Uji Normalitas.....	20
B. Uji Homogenitas.....	21
C. Uji Hipotesis	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	22
A. Deskripsi Subyek Penelitian.....	22
B. Kategorisasi Data.....	23
C. Hasil Uji Hipotesis	26
D. Pembahasan.....	29
BAB V PENUTUP.....	34
A. KESIMPULAN	34
B. SARAN	34
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Subjek Penelitian.....	22
Tabel 2. Deskripsi Data Subjek Penelitian.....	23
Tabel 3. Perbandingan Deskripsi Data Laki-Laki Dan Perempuan.....	24
Tabel 4. Rumus Skor Standar.....	24
Tabel 5. Kategorisasi Perilaku Konsumtif	25
Tabel 6. Rumus Kategori Koefisien Reliabilitas	26
Tabel 7. Reliabilitas Skala Penelitian.....	26
Tabel 8. Rangkuman Hasil Uji Normalitas	27
Tabel 9. Rangkuman Hasil Uji Homogenitas	27
Tabel 10. Tabel Rangkuman Analisis Independent T-Test.....	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Kerangka Berpikir	14
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala Penelitian	40
Lampiran 2. Skala Penelitian	42
Lampiran 3. Tabulasi Data Skala Penelitian	46
Lampiran 4. Uji Reliabilitas.....	51
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas.....	53
Lampiran 6. Uji Homogenitas.....	55
Lampiran 7. Independent T-Test.....	57
Lampiran 8. Lembar Persetujuan Publikasi.....	60
Lampiran 9. Cek Plagiasi	62
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup.....	65

PERBEDAAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA E-COMMERCE TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MERDEKA MALANG DI TINJAU DARI JENIS KELAMIN

Dikky Bansar Kotama

Fakultas Psikologis, Universitas Merdeka Malang

Dikkybansar74@gmail.com

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Merdeka Malang dalam berbelanja di *TikTok Shop* berdasarkan jenis kelamin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *accidental sampling*, melibatkan 100 mahasiswa aktif pengguna *TikTok Shop*, terdiri dari 50 laki-laki dan 50 perempuan. Instrumen yang digunakan adalah skala perilaku konsumtif berbasis teori Lina & Rosyid). Data dianalisis dengan uji-T. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan perilaku konsumtif antara laki-laki dan perempuan, dengan skor rata-rata perempuan ($M = 93,82$; $SD = 15,572$) lebih tinggi dibandingkan laki-laki ($M = 79,32$; $SD = 14,194$), $t(98) = 4,866$, $p < 0,001$. Perempuan cenderung melakukan pembelian secara *impulsif dan emosional*, sedangkan laki-laki lebih rasional dan selektif dalam berbelanja. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin, di mana mahasiswa perempuan menunjukkan kecenderungan konsumtif yang lebih tinggi dalam penggunaan *e-commerce TikTok Shop*.

Kata kunci: Jenis Kelamin, Mahasiswa, Perilaku Konsumtif, *TikTok Shop*

***Gender Differences in Consumptive Behavior on TikTok Shop E-Commerce
Among Students of University Of Merdeka Malang***

Dikky Bansar Kotama

Faculty of Psychology, University of Merdeka Malang

Dikkybansar74@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to identify differences in consumptive behavior among male and female students at Universitas Merdeka Malang when shopping on TikTok Shop. A quantitative approach with accidental sampling was employed, involving 100 active TikTok Shop users (50 males and 50 females). The research instrument was a consumptive behavior scale adapted from Lina & Rosyid (1997), and data were analyzed using an Independent Sample T-Test. The results revealed a significant difference between male and female students in terms of consumptive behavior, with females scoring higher ($M = 93.82$; $SD = 15.572$) than males ($M = 79.32$; $SD = 14.194$), $t(98) = 4.866$, $p < 0.001$. Female students were more prone to impulsive and emotionally driven purchases, while male students tended to be more rational and selective. Thus, it can be concluded that gender influences the level of consumptive behavior, with female students demonstrating a higher tendency to engage in impulsive shopping through TikTok Shop.

Keywords: *Consumptive Behavior, Gender, TikTok Shop, University Students
TikTok Shop*