

The Influence of Self-Esteem on Consumptive Behavior in Purchasing Cosmetics Online in Female Students of the Faculty of Economics and Business, Padang State University, Class of 2023

Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Kosmetik Secara Online Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Padang Angkatan 2023

Rezmi Zelila Utami¹, Nurmina²

^{1,2} Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Negeri Padang

E-mail: rezmizelilautami@gmail.com

Abstract

This researcher's study examines the influence of self-esteem on consumptive behavior among female students at the Faculty of Economics and Business, Padang State University Class of 2023. The human tendency to buy unexpected things is consumptive behavior. The rise of online shopping is one of the reasons why someone can have consumptive behavior. This research uses quantitative research methods with a correlational design. There are 2 variables in this research, namely consumer behavior and self-esteem. Consumptive behavior has 3 aspects, namely impulsive buying, irrational buying and waste. Meanwhile, the self-esteem variable has 4 aspects, namely strength, significance, virtue and ability. Data was collected using a questionnaire with a purposive sampling technique. The population in this study was 307 students with the criteria of being an economics faculty student, shopping online more than 3 times a month and having used PayLater. The coefficient of determination (R Square) received a value of 0.041. This explains the magnitude of the influence between the independent variable and the dependent variable in this study, namely 4.1%, while the rest is explained by other causes outside the model. The conclusion of this research is that self-esteem influences consumer behavior in students from the Faculty of Economics and Business class 23.

Keyword: *consumer behavior, self-esteem, students*

Abstrak

Kajian pada peneliti ini yaitu menguji pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang Angkatan 2023. Kecenderungan manusia untuk membeli hal-hal yang tidak terduga merupakan perilaku konsumtif. Maraknya belanja online menjadi salahsatu penyebab seseorang dapat memiliki perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain korelasional. Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif dan harga diri. Perilaku konsumtif memiliki 3 aspek yaitu pembelian implusif, pembelian tidak rasional dan pemborosan. Sedangkan variabel harga diri memiliki 4 aspek yaitu kekuatan, keberartian, kebajikan dan kemampuan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 307 mahasiswa dengan kriteria mahasiswa fakultas ekonomi, berbelanja online lebih dari 3 kali dalam sebulan dan pernah menggunakan *paylater*. koefisien determinasi (R Square) mendapat nilai sebesar 0.041. Hal ini menjelaskan tentang besarnya pengaruh antara variabel bebas kepada variabel terikat dalam penelitian ini yaitunya sebesar 4.1% sedangkan selebihnya dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model. Kesimpulan penelitian ini didapat harga diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 23.

Kata Kunci: *perilaku konsumtif, harga diri, mahasiswa*

PENDAHULUAN

Kegiatan belanja online bisa didefinisikan yakni konsumen membeli barang ataupun jasa dari konsumen secara real time dengan jaringan internet, dimana pengunjung dapat melihat barang-barang yang ditawarkan melalui foto-foto, video, dll (Loekamto, 2012). Berbelanja secara online diawali dari aplikasi *e-commerce* (*electronic commerce*) seperti tokopedia, shopee, lazada, bukalapak, serta lainnya (Nugraha, 2019). Survei Populix yang diunggah di Databoks menemukan persentase pembelian kosmetik di *e-commerce* sebesar 66%, supermarket dan minimarket sebesar 12%, hypermarket sebesar 2% dan pembelian di tempat lain sebesar 5% (Databoks, 2022). Belanja online didominasi oleh wanita baik dari anak sampai dengan dewasa (Fitria, 2015). Salah satu sasaran utama sebagai objek pembelian *online shop* adalah mahasiswi.

Banyaknya aplikasi untuk berbelanja online mempermudah mahasiswi berbelanja secara efisien terutama dari segi waktu. Juga didukung oleh berbagai bentuk cara pembayaran yang tersedia, seperti transfer rekening, dengan kartu debit/kredit dan *cash-on-delivery* (COD). Beberapa aplikasi *e-commerce* sudah menawarkan cara pembayaran barang secara cicilan melalui fasilitas pinjaman dari pihak ketiga atau dikenal dengan istilah pinjaman online seperti Kredivo dan *PayLater*. Barang yang sering dibeli oleh mahasiswi berupa pakaian, tas, dompet peralatan masak dan juga kosmetik. Kosmetik merupakan suatu barang atau produk yang menunjang penampilan. Mahasiswi rela mengeluarkan uang lebih banyak demi mendapatkan pengakuan atas hal-hal yang dapat mendongkrak kedudukan dan eksistensinya. Kebanyakan dari mereka ingin meniru orang lain yang lebih baik darinya karena menutupi segala kekurangannya akan meningkatkan harga dirinya (Jasmadi & Azzama, 2016).

Kecenderungan manusia untuk membeli hal-hal yang tidak terduga merupakan perilaku konsumtif (Sudarisman, 2019). Dari banyaknya kemudahan yang ditawarkan *online shop* secara tidak sadar membuat mahasiswi berperilaku konsumtif dan tertarik dengan produk yang ditawarkan di *online shop* dengan memenuhi keinginan secara berlebihan. Mahasiswi berperilaku konsumtif mengikuti mode seperti membelanjakan produk kosmetik dalam hal ini untuk mendukung penampilannya. Menjadi cantik serta menarik merupakan harapan wanita dan yang terpenting. Bentuk kecantikan dapat dikatakan kebutuhan untuk wanita, sehingga dalam perkembangannya wanita selalu ingin memperbaiki kekurangannya. Oleh karena itu, keputusan menggunakan kosmetik karena ingin tampil lebih cantik tidak bisa dipungkiri (Khoiriyah & Hakim, 2023).

Perilaku konsumtif yang berkepanjangan bisa mengakibatkan perubahan gaya hidup mahasiswi. Perilaku-perilaku tersebut juga mempunyai dampak negatif, seperti permasalahan keuangan yang berlebihan dan berkepanjangan, pemborosan dan permasalahan keuangan bagi keluarganya, sebab masih banyaknya mahasiswa yang masih bergantung pada orang tua dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Astuti, 2013). Penelitian yang dilakukan Afdhoni (2021) menemukan harga diri mahasiswa pada perilaku belanja online UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada 75% dari 75 dari 100 mahasiswa berada pada kategori sedang. Menunjukkan harga diri merupakan faktor pendukung serta pendukung yang memengaruhi perilaku konsumtif. Dari paparan penelitian terdahulu dapat dikatakan seseorang cenderung menunjukkan harga diri untuk memperoleh pengakuan dari orang lain. Kebutuhan tersebut terkait dengan penghargaan atau apresiasi dari lingkungan untuk memperoleh status sosial. Status sosial menjadi alasan seseorang berperilaku konsumtif. Dari fenomena di atas perilaku konsumtif sudah menjadi kebiasaan pada mahasiswi. Ditambah dengan harga diri yang dimiliki untuk mengikuti *trend* supaya tidak ketinggalan. Dengan ini peneliti membatasi masalah yang akan diteliti yakni pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian kosmetik secara online pada mahasiswi Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain korelasional (Sugiono, 2013). Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif dan harga diri. Perilaku konsumtif memiliki 3 aspek yaitu pembelian impulsif, pembelian tidak rasional dan pemborosan. Sedangkan variabel harga diri memiliki 4 aspek yaitu kekuatan, keberartian, kebajikan dan kemampuan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan

sampel purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 307 mahasiswa dengan kriteria mahasiswa fakultas ekonomi, berbelanja online lebih dari 3 kali dalam sebulan dan pernah menggunakan *paylater*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini sebanyak 165 mahasiswi. subjek berasal dari departemen akuntansi sebanyak 25 mahasiswi (15,15%), manajemen 45 mahasiswi (27,27%), ekonomi pembangunan 30 mahasiswi (18,18%), pendidikan ekonomi 35 mahasiswi (21,21%), bisnis digital 30 mahasiswi (18,18%). Peneliti melakukan uji hipotesis untuk menguji apakah ada pengaruh antara harga diri dan perilaku konsumtif. Peneliti menggunakan uji analisis regresi sederhana dengan SPSS.23 digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini. Dengan nilai F yaitu 7.039 dan nilai p 0.009 (<0.050), hasil uji hipotesis dikatakan signifikan. Jadi dikatakan variable harga diri (X) mempengaruhi variable perilaku konsumtif (Y). berdasarkan hal tersebut, hipotesis (H_a) penelitian tersebut diterima. Yang mana “harga diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 23”. Dapat juga diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) sebanyak 0.041. hal ini menjelaskan tentang besarnya pengaruh antara variabel bebas kepada variabel terikat dalam penelitian ini yaitunya sebesar 4.1% sedangkan selebihnya dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afdhoni (2021) bahwa harga diri dalam perilaku konsumtif onlineshop mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang termasuk tingkat sedang sejumlah 75% dengan 75 mahasiswa dari 100 sampel yang tergolong pada kategori sedang sehingga dapat disimpulkan bahwa harga diri menjadi salah satu penunjang dan faktor pendukung yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Imani & Ariani (2023) juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dengan arah hubungan positif yaitu jika harga diri pada mahasiswa memiliki peningkatan maka perilaku konsumtif pada mahasiswa juga akan meningkat.

Dilihat dari aspek masing-masing variabel, variabel perilaku konsumtif pada aspek pertama, kedua dan ketiga berada pada kategori sedang. Hal ini menjelaskan bahwa mahasiswa tidak terlalu memiliki perilaku konsumtif berdasarkan pengukuran oleh alat ukur. Sedangkan aspek masing-masing variabel pada variabel harga diri menunjukkan bahwa aspek pertama yaitu kekuatan berada dikategori tinggi. Aspek kedua keberartian dikategori tinggi. Aspek ketiga kebajikan berada di kategori sedang. Aspek keempat kemampuan berada dikategori sedang. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti didapatkan bahwa kategori variabel harga diri pada mahasiswa berada pada kategori sedang dan kategori variabel konsumtif pada mahasiswa berada pada kategori tinggi. Dengan hasil penelitian yang memiliki pengaruh yang signifikan antara kedua variabel, maka hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa & Arief (2019) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif memiliki hubungan yang positif dimana kategori harga diri yang sedang juga dapat menambah atau mengurangi perilaku konsumtif pada seseorang.

Banyak penelitian yang mengungkapkan bahwa harga diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, salah satunya diungkapak oleh Sumartono (2002) yang menjelaskan terdapat 6 faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif selain harga diri, yaitu motivasi, observasi, proses belajar, kepribadian, dan konsep diri. Kemudian faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif berupa kebudayaan, teman sebaya, tingkatan dan kelompok sosial, pengaruh teman, serta keluarga. Valerie & Risnawati (2023) juga menjelaskan bahwa adanya hubungan positif antara harga diri dengan perilaku konsumtif dimana semakin tinggi harga diri individu maka akan semakin tinggi juga kecenderungan individu untuk melakukan perilaku konsumtif.

Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa harga diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang positif dimana kategori harga diri yang sedang juga dapat menambah atau mengurangi perilaku konsumtif pada seseorang dan seseorang akan merasa puas dan merasa dihargai apabila memiliki barang yang dirasa dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka (Nisa & Arief, 2019). Berdasarkan hal tersebut maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa harga diri dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam

pembelian kosmetik secara online pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis universitas negeri padang angkatan 2023.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mempunyai kesimpulan yang bias diambil dari penelitian yang telah dilakukan (1) Ditemukan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis mempunyai perilaku konsumtif yang sedang yang berarti mereka memiliki perilaku konsumtif sedang ke tinggi. (2) Didapatkan hasil bahwa Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada harga diri berada pada kategori yang tinggi, artinya mahasiswi dapat menghargai dirinya secara baik dalam kehidupan. (3) Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, peneliti mendapatkan hasil bahwa harga diri mempengaruhi perilaku konsumtif. Dengan artian, ketika mahasiswi memiliki harga diri mereka tidak perilaku konsumtif, dan hal sebaliknya juga terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhoni, D. W. A. (2021). *Pengaruh antara harga diri konformitas terhadap perilaku konsumtif online shop pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). (Skripsi). Retrieved from : <http://etheses.uin-malang.ac.id/30524/>
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2). Retrieved from : <https://ocs.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/3285>
- Azwar, S. (2013). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self Esteem*. University of California: Davis. San Fransisco: W.H Freeman and Company.
- Databoks. (2022). *Survei: Mayoritas Publik Belanja Kosmetik di E-Commerce*. Retrieved 28, februari, 2023. Retrieved from : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/02/survei-mayoritas-publik-belanja-kosmetik-di-e-commerce>
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Shopaholic Di Samarinda. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 117–128. Retrieved from : [file:///C:/Users/ACER/Downloads/Documents/ejournal_evamelitafitria%20\(02-03-15-02-13-46\).pdf](file:///C:/Users/ACER/Downloads/Documents/ejournal_evamelitafitria%20(02-03-15-02-13-46).pdf)
- Jasmadi, dan Azzama. (2016). Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja di Banda Aceh. *Jurnal Psikoislamedia*, vol.1, 2. Retrieved from : DOI: <http://dx.doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i2.919>
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of consumer psychology*, 12(2), 163-176. Retrieved from : https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1202_08
- Khoiriyah, S. F., & Hakim, Z. A. (2023). Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik ditinjau dari Konsep Diri pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi Terapan (JPT)*, 4(1), 21-37. Retrieved from : <http://dx.doi.org/10.29103/jpt.v4i1.9371>
- Latifah, F., & Iswari, R. (2013). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5-14. Retrieved from : <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1>
- Loekanto, A. (2012). Implementasi Technology acceptance model (tam) dalam online shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(3). Retrieved from : <http://jurnal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/341/314>
- Luckyta, H. V. (2020). *Hubungan harga diri dengan perilaku konsumtif produk fashion di toko online pada mahasiswi perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). Retrieved from : (Skripsi). <http://etheses.uin-malang.ac.id/20070/>

- Mitra, N., Syahniar, & Alizamar. (2019). Consumptive Behavior of Students in Shopping Online and Implications in Guidance and Counseling Services in Universities. *International Journal of Research in Counseling and Education*, 121-124. Retrieved from : <https://doi.org/10.24036/00132za0002>
- Ningsih, D. R. (2019). *Hubungan Antara Harga Diri Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Produk Fashion pada Mahasiswa* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). Retrieved from : <http://repository.radenintan.ac.id/8443/>
- Nisa, C. L. (2017). *Pengaruh Kontrol Diri, Harga Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2015* (Doctoral dissertation, Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang). (Skripsi). <http://lib.unnes.ac.id/id/eprint/30701>
- Nugraha, D. D. S. (2019). *Self-Discrepancy Dan Perilaku Konsumtif Membeli Make Up Serta Skincare Secara Online Pada Mahasiswi*. Universitas Negeri Semarang. (Skripsi). Retrieved from : <http://lib.unnes.ac.id/35043/>
- Nugroho, A. I., & Fauziah, N. (2018). Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif produk fashion bermerek pada siswa SMAN 3 Semarang (Doctoral dissertation, Undip). Jurnal empati.
- Pratiwi, H. D. (2013). *Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa Unnes*. (Skripsi). Universitas Negeri Semarang. Retrieved from : <http://lib.unnes.ac.id/18067/>
- Santrock, J., W. (2003). *Adolescence. Perkembangan Remaja. Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, M. (2018). Hubungan antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Smartphone pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 10(2). Retrieved from : <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/psiko/article/view/1787>
- Siyoto, S. & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudarisman, H. S. V. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswi. *Acta Psychologia*, 1(1), 53-61. Retrieved from : <http://dx.doi.org/10.21831/ap.v1i1.43308>
- Sungaji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, W. T., & Uyun, Z. (2014). *Hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif kosmetik make up wajah pada mahasiswi*. (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). (Skripsi). Retrieved from : <https://eprints.ums.ac.id/28472/>
- Vohs, K. D., & Heatherton, T. F. (2000). Self-regulatory failure: A resource depletion approach. *Psychological science*, 11(3), 249-254. Retrieved from : <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00250>
- Winarsunu, T. (2009). *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89-99. Retrieved from : <https://doi.org/10.24843/JPU.2015.v02.i01.p09>