

## Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Kepribadian Ekstrovert pada Remaja Pengguna Aplikasi Shopee di Karawang

Alma Alzahira<sup>1</sup>, Lania Muharsih<sup>2</sup>, Yuwono Pratomo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Buana Perjuangan Karawang, [ps20.almaalzahira@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:ps20.almaalzahira@mhs.ubpkarawang.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Buana Perjuangan Karawang, [lania.muharsih@ubpkarawang.ac.id](mailto:lania.muharsih@ubpkarawang.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Buana Perjuangan Karawang, [yuwono.pratomo@ubpkarawang.ac.id](mailto:yuwono.pratomo@ubpkarawang.ac.id)

---

### Article Info

#### Article history:

Received Oktober, 2024

Revised Februari, 2025

Accepted Maret, 2025

---

#### Kata Kunci:

Perilaku Konsumtif,  
Kepribadian Ekstrovert, Remaja

---

#### Keywords:

Consumptive Behavior,  
Extroverted Personality,  
Adolescents

---

### ABSTRAK

Peningkatan penggunaan aplikasi Shopee saat ini menjadi perhatian utama dalam memahami perilaku konsumen terkait dengan kecenderungan konsumtif. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku tersebut yaitu kepribadian ekstrovert. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh dari kepribadian ekstrovert terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna aplikasi Shopee di Karawang yang menjadi titik fokus penting dalam konteks sosial dan ekonomi saat ini. Hipotesis yang diuji adalah adanya pengaruh signifikan dari kepribadian ekstrovert terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna aplikasi Shopee di Karawang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik *nonprobability sampling* melalui metode *accidental sampling*. Instrumen yang digunakan penelitian ini yaitu skala perilaku konsumtif dan skala (EPI) Eysenck Personality Inventory. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berdasarkan hasil tersebut diketahui adanya pengaruh yang signifikan kepribadian ekstrovert terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna aplikasi Shopee di Karawang.

---

### ABSTRACT

The increasing use of the Shopee application is currently a major concern in understanding consumer behavior related to consumptive tendencies. One of the factors that can influence this behavior is extrovert personality. This study aims to examine the influence of extrovert personality on consumptive behavior in adolescent users of the Shopee application in Karawang, which is an important focus in the current social and economic context. The hypothesis tested is that there is a significant influence of extrovert personality on consumptive behavior in adolescent users of the Shopee application in Karawang. The research method used is a quantitative method with a causal associative research design. The sample used was 100 respondents with a nonprobability sampling technique through the accidental sampling method. The instruments used in this study were the consumptive behavior scale and the Eysenck Personality Inventory (EPI) scale. The results of the simple linear regression test showed a value of  $0.000 < 0.05$  so that  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted, based on these results it is known that there is a significant influence of extrovert personality on consumptive behavior in adolescent users of the Shopee application in Karawang.

---

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



---

**Corresponding Author:**

Name: Lania Muharsih, M.Psi., Psikolog

Institution: Universitas Buana Perjuangan Karawang, Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361.

Email: [lania.muharsih@ubpkarawang.ac.id](mailto:lania.muharsih@ubpkarawang.ac.id)

---

## 1. PENDAHULUAN

Penggunaan internet dan teknologi pada era digital saat ini telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan melakukan aktivitas sehari-hari, termasuk dalam berbelanja. Belanja *online* adalah aktivitas yang sering dilakukan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup dengan proses membeli produk atau jasa yang diinginkan. Kebutuhan yang dipenuhi melalui belanja *online* sangat beragam, termasuk makanan, pakaian, *skincare*, *makeup* dan lainnya (Fadli dkk, 2023). Belanja *online* telah menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat modern dalam beberapa tahun terakhir ini. Menurut laporan terbaru dari firma riset *We Are Social*, sebanyak 178,9 juta masyarakat Indonesia berbelanja *online* sepanjang 2022 hingga awal 2023. Adapun *platform* yang digunakan masyarakat untuk berbelanja melalui *online* antara lain seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Tiktok, Zalora dan Akulaku. Namun berdasarkan hasil survei pra-penelitian yang dilakukan peneliti, masyarakat Karawang lebih sering menggunakan aplikasi belanja *online* Shopee, dengan hasil 97,1%. Hal ini didukung oleh data dari *Same Web*, yang menunjukkan bahwa Shopee adalah pasar *e-commerce* terbesar di Indonesia pada tahun 2023 dengan jumlah kunjungan situs web sekitar 2,3 miliar dari Januari hingga Desember 2023. Hal tersebut jauh melampaui semua pesaingnya.

Konsumen yang menggunakan metode belanja *online* hanya perlu melakukan beberapa langkah untuk memesan produk dan kemudian tinggal menunggu produknya dikirim. Hal ini membuat berbelanja menjadi sangat mudah dan membantu (Sari & Irmayanti, 2021). Selain itu, harga produk di *platform* belanja *online* cenderung lebih murah dibandingkan dengan di toko fisik, karena belanja *online* tidak perlu menanggung biaya operasional yang tinggi. Kondisi ini menciptakan kebiasaan baru dalam perilaku konsumen, yang mendorong pembelian barang secara *online* dalam jumlah besar. Belanja *online* dianggap lebih hemat dan memberikan kepuasan tersendiri dibandingkan berbelanja di gerai fisik. Hal ini dapat menyebabkan seseorang mengulang pola belanja tersebut di masa depan dan pada akhirnya menciptakan perilaku konsumtif (Farayani dkk., 2022).

Pemenuhan kebutuhan ini dilakukan oleh semua kalangan, termasuk para remaja. Masa ini merupakan transisi perkembangan masa kanak ke dewasa (Papalia & Feldman, 2017). Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa usia minimal remaja adalah 12 hingga 24 tahun. Namun, jika seseorang menikah pada usia remaja, mereka dianggap sebagai dewasa atau bukan lagi remaja. Remaja pada usia ini mengalami perubahan fisik dan psikis yang cepat, serta sangat dipengaruhi oleh tren dan mode. Menurut Falentina dkk (dalam Lestarina, 2017) remaja selalu ingin memiliki keinginan untuk membeli dan mengonsumsi barang-barang secara berlebihan. Pakaian merek terkenal dianggap memiliki kualitas yang lebih baik dan dapat meningkatkan kepercayaan diri ketika mengenyakannya (Lina & Rosyid dalam Lestarina dkk., 2017).

Pandangan atau tindakan remaja yang terlalu banyak membeli barang-barang secara tidak wajar inilah disebut perilaku konsumtif. Sesuai dengan penelitian sebelumnya, Erich Fromm (dalam Ripki, 2017) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan mengonsumsi secara berlebihan

dan boros, yang lebih mengedepankan keinginan dibandingkan kebutuhan, serta tidak memiliki skala prioritas, yang dikenal sebagai perilaku konsumtif. Perilaku ini juga dapat dikaitkan dengan gaya hidup mewah. Lubis (dalam Fitriyani, 2013) juga mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang didasarkan oleh keinginan dan tidak lagi berdasarkan rasionalitas. Menurut Sumartono (dalam Emirna, 2021) perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang dalam membeli barang tanpa mempertimbangkan alasan yang rasional dan tidak didasarkan pada kebutuhan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Munandar (dalam Luas dkk., 2023) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang tidak mampu menahan keinginan untuk membeli barang yang tidak diperlukan, tanpa memahami fungsi utama dari barang tersebut.

Perilaku konsumtif memunculkan dampak negatif bagi individu, seperti gaya hidup boros yang bertujuan untuk memenuhi kesenangan sementara dan dianggap sebagai seseorang yang mengikuti tren (Putri dkk., 2022). Selain menyebabkan pemborosan, perilaku konsumtif juga menyebabkan perasaan tidak aman. Perasaan ini muncul karena individu melakukan pembelian barang atau produk secara berlebihan, sehingga individu tidak memiliki cukup uang untuk memenuhi kebutuhan lain (Putri dkk., 2022). Menurut Sumartono (dalam Undari, 2016) menyatakan bahwa perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator, antara lain: membeli produk karena tawaran hadiah, membeli produk berdasarkan kemasan yang menarik, membeli produk untuk mempertahankan citra sosial, menentukan pembelian berdasarkan harga daripada manfaat, membeli hanya sekedar menjaga simbol atau status, membeli produk karena pengaruh dari model yang mengiklankan, munculnya anggapan bahwa membeli produk dengan harga tinggi dapat meningkatkan rasa percaya diri, serta keinginan untuk mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Berdasarkan hasil survei pra-penelitian pada 16 November 2023, yang ditujukan kepada beberapa remaja pengguna aplikasi shopee di Karawang yang telah peneliti sebar melalui *google form* terdapat 35 responden. Hal tersebut mendapatkan hasil sebanyak 23 responden dengan persentase 65,7% terpengaruh oleh promo hadiah ketika melakukan pembelian produk. Sebanyak 28 responden dengan persentase 80% membeli produk berdasarkan kemasan yang menarik. Sebanyak 27 responden dengan persentase 77,1% membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status. Sebanyak 20 responden dengan persentase 57,1% memakai produk sesuai dengan model yang diiklankan. Sebanyak 26 responden dengan persentase 74,3% yang merasa percaya diri ketika membeli produk mahal atau bermerk. Sebanyak 25 responden dengan persentase 71,4% yang membeli produk sejenis yang berbeda lebih dari dua.

Menurut Sumartono (dalam Wijayanti & Astiti, 2017) salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian. Kepribadian merupakan faktor bawaan yang dipengaruhi oleh faktor genetik dan lingkungan. Selain itu, kepribadian juga dapat memengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif seseorang (Widyaningrum, 2016). Menurut Eysenck (dalam Kumalasari dkk., 2015) Kepribadian merupakan keseluruhan pola tingkah laku seseorang, baik yang nyata maupun potensial, yang ditentukan oleh lingkungan dan genetiknya. Kepribadian menuntun seseorang untuk beradaptasi dengan lingkungan, baik sosial maupun fisik. Kotler dan Keller (dalam Putri dkk., 2022) mendefinisikan kepribadian sebagai serangkaian sifat psikologis yang membedakan manusia dan mendorong respons individu terhadap hal-hal di luar secara relatif konsisten dan bertahan lama, seperti perilaku pembelian. Eysenck dan Alwisol (dalam Widyaningrum, 2016) mengklasifikasikan kepribadian seseorang menjadi dua kategori yaitu kepribadian ekstrovert dan introvert. Menurut Eysenck (dalam Ningsih & Awalludin, 2021) tipe kepribadian ekstrovert adalah individu yang dapat mengarahkan dirinya pada lingkungannya, bersikap hangat, ramah, menyukai pesta, dan santai. Pada umumnya individu dengan tipe kepribadian ini suka berteman dan menyukai perubahan. Tipe kepribadian ekstrovert biasanya tidak suka berdiam diri, cenderung mementingkan tindakan daripada mempertimbangkan risiko yang terjadi dan individu ini juga senang berbicara karena pada umumnya kepribadian ekstrovert ini menikmati berbagai variasi kegiatan dan suka mempelajari hal baru (Ningsih & Awalludin, 2021). Sedangkan tipe kepribadian

introvert cenderung lebih menyukai aktivitas yang tidak terlalu menarik dan monoton, serta lebih nyaman dengan rutinitas bersama orang-orang yang sudah dikenal. Individu dengan kepribadian ini cenderung menarik diri dan menghindari keramaian karena situasi seperti itu dapat membuat individu merasa kewalahan oleh rangsangan yang berlebihan.

Sejalan dengan pendapatnya Eysenck (dalam Widyaningrum, 2016) bahwa individu yang berkepribadian introvert memiliki sembilan ciri utama, yaitu: tidak dapat bersosialisasi, tidak banyak ngobrol, pasif, ragu-ragu, banyak berpikir, sedih, patuh, pesimis, dan penakut. Sebaliknya dari kepribadian introvert, kepribadian ekstrovert memiliki sembilan ciri utama, yaitu sosiabel, lincah, aktif, asertif, mencari sensasi, riang, dominan, bersemangat, dan berani. Kepribadian introvert cenderung menyendiri, sedangkan kepribadian ekstrovert lebih suka berada dalam kelompok. Menurut Moris (dalam Ripki, 2017) kepribadian ekstrovert merupakan hasil dari orientasi eksternal yang dipilih dan diadopsi sebagai suatu kebiasaan. Kepribadian ini ditandai dengan suka berbicara, menyukai aktivitas sosial, dan berinteraksi dengan orang lain. Faisati dkk., (2018) menyatakan bahwa individu dengan kepribadian ekstrovert cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan dengan individu berkepribadian introvert. Individu yang berkepribadian ekstrovert lebih peka pada lingkungannya, sehingga lebih mudah terpengaruh oleh kebiasaan di sekitarnya.

Menurut Alwisol (dalam Putri dkk., 2022) orang dengan tipe kepribadian ekstrovert akan mengalami perubahan emosi sesuai situasi sekitarnya, senang bergaul, dan suka pamer. Keinginan untuk bergaul dan memenuhi tuntutan sosial dapat menyebabkan perilaku konsumtif, seperti membeli barang untuk meningkatkan penampilan, yang terkadang mendorong individu untuk memamerkan barang atau penampilannya yang telah dibeli (Ratna & Nasrah, 2015). Hal ini sejalan dengan penelitiannya Widyaningrum dan Puspitadewi (2016), yang menunjukkan bahwa individu ekstrovert cenderung memiliki tingkat konsumerisme lebih tinggi dibandingkan individu introvert. Hal tersebut dikarenakan individu ekstrovert yang lebih berani mengambil risiko, termasuk dalam hal membeli produk dibandingkan dengan individu introvert. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepribadian ekstrovert terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna aplikasi Shopee di Karawang.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (dalam Emirna, 2021) perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang dalam membeli barang tanpa mempertimbangkan alasan yang rasional dan tidak didasarkan pada kebutuhan. Menurut Sumartono (dalam Undari, 2016) menyatakan bahwa perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator, antara lain: membeli produk karena tawaran hadiah, membeli produk berdasarkan kemasan yang menarik, membeli produk untuk mempertahankan citra sosial, menentukan pembelian berdasarkan harga daripada manfaat, membeli hanya sekadar menjaga simbol atau status, membeli produk karena pengaruh dari model yang mengiklankan, munculnya anggapan bahwa membeli produk dengan harga tinggi dapat meningkatkan rasa percaya diri, serta keinginan untuk mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

### 2.2 Kepribadian Ekstrovert

Menurut Eysenck (dalam Kumalasari dkk., 2015) Kepribadian merupakan keseluruhan pola tingkah laku seseorang, baik yang nyata maupun potensial, yang ditentukan oleh lingkungan dan genetiknya. Eysenck dan Alwisol (dalam Widyaningrum, 2016) mengklasifikasikan kepribadian seseorang menjadi dua kategori yaitu kepribadian ekstrovert dan introvert. Menurut Eysenck (dalam Ningsih & Awalludin, 2021) tipe kepribadian ekstrovert adalah individu yang dapat mengarahkan dirinya pada lingkungannya, bersikap hangat, ramah, menyukai pesta, dan santai.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Penelitian ini menggunakan dua variabel yang terdiri dari variabel bebas (*independent*) yaitu kepribadian ekstrovert dan variabel terikat (*dependent*) adalah perilaku konsumtif. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja yang menggunakan aplikasi Shopee dengan rentang usia 12-24 tahun, berjenis kelamin perempuan atau laki-laki dan berdomisili di Karawang. Sampel yang digunakan sebanyak 100 remaja pengguna aplikasi Shopee di Karawang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan jenis *accidental sampling*.

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu: skala perilaku konsumtif dan skala kepribadian ekstrovert. Skala perilaku konsumtif ini disusun oleh peneliti berdasarkan indikator-indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono (dalam Undari, 2016) yaitu membeli produk karena tawaran hadiah, membeli produk berdasarkan kemasan yang menarik, membeli produk untuk mempertahankan citra sosial, menentukan pembelian berdasarkan harga daripada manfaat, membeli hanya sekadar menjaga simbol atau status, membeli produk karena pengaruh dari model yang mengiklankan, munculnya anggapan bahwa membeli produk dengan harga tinggi dapat meningkatkan rasa percaya diri, serta keinginan untuk mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda. Skala ini terdiri dari 29 item, dengan 16 item *favorable* dan 13 item *unfavorable*. Dengan pernyataan-pernyataan yang diajukan berdasarkan model skala likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu (1) STS sebagai jawaban Sangat Tidak Sesuai, (2) TS sebagai Tidak Sesuai, (3) CS sebagai Cukup Sesuai, (4) S sebagai Sesuai, (5) SS sebagai Sangat Sesuai.

Sedangkan skala yang digunakan untuk mengukur kepribadian ekstrovert yaitu Eysenck Personality Inventory (EPI), sebuah alat tes kepribadian yang dikembangkan oleh Eysenck. EPI adalah instrumen yang sudah terstandarisasi dan digunakan untuk mengklasifikasikan individu ke dalam beberapa tipe kepribadian melalui pilihan jawaban "ya" atau "tidak" (Wayne & Jhon, 1978). Berdasarkan teori Eysenck, EPI digunakan untuk menentukan apakah seseorang memiliki kepribadian ekstrovert atau introvert. Hal tersebut dilakukan dengan cara skoring alat ukur, dengan mencocokkan jawaban responden dengan kunci jawaban tes EPI yang sudah tersedia. Setiap jawaban benar yang sudah sesuai dengan kunci jawaban diberi nilai 1, dan jawaban yang salah diberi nilai 0. Kemudian, nilai dari semua jawaban tersebut dijumlahkan.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum digunakan untuk penelitian, kedua skala ini terlebih dulu diuji analisis item dengan menggunakan metode *corrected item-total correlation* dan reliabilitasnya dilihat dari *Alpha Cronbach's*. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item dinyatakan valid dengan nilai lebih dari 0,03, sehingga skala ini dapat digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0, dengan melihat *Alpha Cronbach* yang menunjukkan hasil koefisien reliabilitas sebesar r lebih dari 0,80. Berdasarkan klasifikasi koefisien reliabilitas menurut Guilford, skala ini dianggap reliabel. Hasil uji reliabilitas skala disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,965	29

Tabel 2. Reliabilitas Skala Kepribadian Ekstrovert

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas pada skala kepribadian ekstrovert dan perilaku konsumtif menunjukkan nilai di atas 0,80. Jika *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,80 maka seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, kedua variable tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov	Keterangan
Kepribadian Ekstrovert Perilaku Konsumtif	,200	Normal

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai sig 0,200 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel penelitian kepribadian ekstrovert dan perilaku konsumtif memiliki sebaran normal. Dengan demikian analisa data secara parametrik dapat dilaksanakan dan memenuhi syarat uji asumsi normalitas sebaran data penelitian.

Tabel 4. Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif *	Between Groups	(Combined) Linearity	52,339	12	4,362	6,497	,000
Kepribadian Ekstrovert		Deviation from Linearity	43,940	1	43,940	65,450	,000
			8,399	11	,764	1,137	,343
	Within Groups		58,408	87	,671		
	Total		110,746	99			

Berdasarkan hasil dari tabel 3 di atas, diketahui nilai sig. *deviation from linearity* sebesar 0,343 > 0,05, yang berarti terdapat hubungan yang linear antara kepribadian ekstrovert dan perilaku konsumtif.

Tabel 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	95,042	,448	,630	212,194	,000
	Kepribadian Ekstrovert	,198	,025		8,028	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana pada tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kepribadian ekstrovert bernilai 0,000 < 0,05, maka Ha diterima dan H0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kepribadian ekstrovert terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna aplikasi shopee di Karawang.

Diketahui pada tabel di atas *coefficient* maka persamaan regresi linear sederhana nilai konstanta (B) adalah perilaku konsumtif sebesar 95,042 dan nilai kepribadian ekstrovert sebesar 0,198. Selanjutnya dapat diketahui persamaan regresi yakni  $Y = 95,042 + 0,198 X$ , hal ini memiliki

makna bahwa ketika kepribadian ekstrovert meningkat maka perilaku konsumtif juga meningkat sebesar 95,24. Sehingga koefisien bernilai positif yang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif kepribadian ekstrovert terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna aplikasi shopee di Karawang.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Variabel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Kepribadian Ekstrovert dan Perilaku Konsumtif	0,630	0,397	15,988	0,000

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini diketahui bahwa nilai R Square bernilai 0,397 atau 39,7%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh variabel kepribadian ekstrovert terhadap perilaku konsumtif pada remaja di Karawang sebesar 39,7%, sedangkan 60,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 7. Uji Kategorisasi Perilaku Konsumtif

KATEGORISASI					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	4	4,0	4,0	4,0
	Sedang	28	28,0	28,0	32,0
	Tinggi	68	68,0	68,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa subjek dengan kategorisasi perilaku konsumtif rendah sebanyak 4 orang dengan persentase 4%, kategorisasi rendah sebanyak 28 orang dengan persentase 28%, kategorisasi tinggi sebanyak 68 orang dengan persentase 68%. Berdasarkan dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja pengguna aplikasi shopee di Karawang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh perilaku konsumtif terhadap kepribadian ekstrovert pada remaja pengguna aplikasi Shopee di Karawang. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji regresi sederhana pada penelitian ini mendapatkan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kepribadian ekstrovert terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna aplikasi shopee di Karawang. Pernyataan di atas didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ripki (2017) menunjukkan bahwa kepribadian ekstrovert memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sejalan juga dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Farayani dkk., (2022) yang menemukan adanya hubungan positif antara kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif. Hal ini dapat dijelaskan karena individu dengan kepribadian ekstrovert cenderung lebih terbuka, aktif secara sosial, dan memiliki dorongan yang lebih besar untuk mendapatkan kepuasan dari lingkungan sekitarnya. Individu berkepribadian ekstrovert juga dianggap lebih rentan terhadap pengaruh eksternal seperti promosi atau diskon yang sering kali menjadi faktor pemicu dari perilaku konsumtif (Ripki, 2017). Menurut Alwisol (dalam Putri dkk., 2022), individu dengan tipe ekstrovert memiliki kecenderungan untuk mengalami perubahan emosi sesuai dengan situasi sekitar, senang bergaul, dan suka pamer.

Kecenderungan untuk bergaul dan memenuhi tuntutan sosial ini dapat memunculkan perilaku konsumtif, terutama dalam hal membeli barang-barang untuk menunjang penampilan. Hal ini sering kali didorong oleh keinginan untuk memamerkan penampilan atau barang yang telah dibeli (Ratna & Nasrah, 2015). Oleh karena itu, kepribadian ekstrovert dapat berkontribusi secara

signifikan terhadap perilaku konsumtif, terutama dalam konteks sosial yang mendorong interaksi sosial dan penampilan yang lebih menonjol di kalangan remaja. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil survei pra-penelitian yang menunjukkan bahwa 97,1% masyarakat Karawang lebih sering menggunakan aplikasi belanja *online* di Shopee. Tingginya angka penggunaan aplikasi ini dapat dikaitkan dengan karakteristik individu berkepribadian ekstrovert yang cenderung mencari stimulasi eksternal dan aktivitas yang mendatangkan kepuasan, seperti berbelanja. Kepribadian ekstrovert mendorong individu untuk mencari kesenangan melalui aktivitas sosial dan pengalaman baru yang seringkali ditemukan dalam aktivitas belanja *online*. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widyaningrum dkk., (2016) mendukung temuan ini dengan menunjukkan hubungan signifikan antara perilaku konsumtif dan tipe kepribadian ekstrovert. Selain itu, individu dengan kepribadian ekstrovert juga merasa lebih nyaman untuk mengekspresikan diri dan status sosialnya melalui kepemilikan barang-barang baru yang semakin memperkuat perilaku konsumtif dalam konteks penggunaan *platform e-commerce*.

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kepribadian ekstrovert memengaruhi perilaku konsumtif sebesar 39,7%, sedangkan selebihnya 60,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Sejalan dengan penelitian dari Swasta dan Handoko (dalam Lestarina, dkk., 2017) yang menyatakan bahwasannya selain dipengaruhi oleh kepribadian ekstrovert, perilaku konsumtif yang dimiliki oleh individu dipengaruhi oleh berbagai faktor lain baik secara eksternal maupun internal. Hasil kategorisasi penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 68% remaja di Karawang memiliki perilaku konsumtif tingkat tinggi, 28% berperilaku konsumtif tingkat sedang, dan hanya 4% yang menunjukkan perilaku konsumtif tingkat rendah. Temuan ini sejalan dengan survei pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti, di mana mayoritas remaja di Karawang menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi, dengan 80% di antaranya terlibat dalam membeli produk karena kemasan dan promo yang menarik. Artinya, semakin tinggi tingkat ekstrovert seseorang, maka semakin cenderung untuk terlibat dalam perilaku konsumtif.

Kepribadian ekstrovert dianggap sebagai faktor yang mendorong perilaku ini, di mana individu ekstrovert lebih mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar, termasuk kebiasaan konsumtif di kalangan rekan sebaya. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Faisati dkk., (2018) yang menyatakan bahwa individu dengan kepribadian ekstrovert cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan introvert, karena keterbukaan terhadap lingkungan membuat individu lebih rentan terhadap pengaruh eksternal, termasuk promosi dan tren konsumsi. Kepribadian ekstrovert memainkan peran penting dalam meningkatkan perilaku konsumtif individu. Jung berpendapat bahwa orang dengan tipe kepribadian ekstrovert cenderung kurang memiliki pertimbangan yang matang yang menyebabkan individu mudah terpengaruh oleh berbagai tawaran diskon dan promosi yang menarik (Undari, 2016). Ketika dihadapkan pada kesempatan untuk berbelanja, individu berkepribadian ekstrovert seringkali tergerak oleh dorongan sesaat tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari barang yang dibeli.

Selain itu, ekstrovert lebih terfokus pada dunia luar, yang meliputi benda-benda, interaksi dengan orang lain, dan berbagai aktivitas eksternal. Keterkaitan dengan aspek-aspek sosial ini mendorong individu untuk selalu mengikuti tren terbaru, membeli produk yang sedang populer, dan meniru gaya hidup serta kebiasaan orang lain di sekitarnya. Pola perilaku ini mencerminkan kebutuhan ekstrovert untuk memperoleh pengakuan sosial dan memenuhi harapan lingkungan individu yang sering kali diwujudkan melalui konsumsi barang-barang material. Dengan demikian, kepribadian ekstrovert tidak hanya mendorong perilaku konsumtif, tetapi juga memperkuat keterlibatan individu dalam gaya hidup konsumtif yang lebih luas (Undari, 2016).

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan adanya pengaruh kepribadian ekstrovert terhadap perilaku konsumtif pada remaja pengguna aplikasi Shopee di Karawang. Individu dengan kepribadian ekstrovert cenderung lebih aktif dalam melakukan pembelian, merasa lebih nyaman untuk mengekspresikan diri dan status sosial individu melalui kepemilikan barang-barang baru yang semakin memperkuat perilaku konsumtif ini. Maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa Individu yang berkepribadian ekstrovert cenderung lebih terbuka, aktif secara sosial, dan memiliki dorongan yang lebih besar untuk mendapatkan kepuasan dari lingkungan sekitarnya sehingga lebih rentan terhadap perilaku konsumtif.

Implikasi dalam penelitian ini adalah individu yang berkepribadian ekstrovert perlu diberikan arahan mengenai manajemen keuangan. Manajemen keuangan adalah proses yang melibatkan pengelolaan, perolehan, serta penggunaan dana secara efektif untuk mencapai tujuan dan target tertentu. Apabila dibiarkan begitu saja, individu dengan kepribadian ekstrovert ini bisa menyebabkan pengeluaran yang tidak terencana dan potensi risiko keuangan, seperti hutang yang menumpuk. Dengan demikian, penting bagi individu dengan kepribadian ekstrovert untuk meningkatkan kesadaran terhadap kecenderungan konsumtif dan mengambil langkah-langkah proaktif untuk menjaga stabilitas keuangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, P.V., Muharsih, L., & Simatupang, M. (2022). Konsep diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang melakukan belanja online. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(3), 42-49
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan skala psikologi (edisi II)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *Metodelogi penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung, 2024. Jumlah penduduk menurut kabupaten/kota di Provinsi Jawa Barat. Kabupaten Bandung: Badan Pusat Statistik.
- Emirna, R., Ratnaningtas, A., & Adhandayani, A. (2021). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee pada dewasa awal. In *Psychommunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul*, 1(1), 102-112
- Fadli, D., Ibrahim, R., & Hatu, D. R. R. (2023). Gaya Hidup Mahasiswi Konsumtif Dalam Penggunaan Produk Kecantikan Pada Mahasiswi Universitas Negeri Gorontalo. *SOSIOLOGI: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 41-49.
- Falentini, F. Y., Taufik, T., & Mudjiran, M. (2013). Usaha yang dilakukan siswa dalam menentukan arah pilihan karir dan hambatan-hambatan yang ditemui. *Konselor*, 2(1), 310-316  
<https://doi.org/10.24036/02013211266-0-00>
- Faisati, M. M., Noviekayati, I., & Rini, A. P. (2018). Permissive parenting and extrovert personality with consumptive behavior in indonesian workers (TKI / TKW) children in Bandung Tulungagung District. *PSIKODIMENSIA*, 17(2), 93-102 <http://doi.org/10.24167/psidim.v17i2.152>.
- Farayani, N., Noviekayati, I., & Ananta, A. (2022). Kepribadian ekstrovert pada dewasa awal: Menguji perilaku konsumtif berbelanja online di e-commerce. *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(3), 240-246.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2009). *Teori kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1-14.  
<https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Kumalasari, D. K., Yusuf, M., & Priyatama, A. N. (2015). Hubungan antara tipe kepribadian ekstrovert dan motivasi kerja dengan pengembangan karir pada pegawai pt andalan multi kencana jakarta. *Wacana*, 7(2).
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1-6.
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 13(1), 1-7.  
<https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>

- Ningsih, R. M., & Awalludin, S. A. (2021). Analisis kemampuan komunikasi matematis ditinjau dari tipe kepribadian extrovert dan introvert. *Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(3), 2756-2767.
- Nur'aini. (2020). Effects of Introverted and Extroverted Personalities on Consumptive Behavior in Students of The Private High School of Muhammadiyah in Medan.
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh konsep diri dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 92-100.
- Octaviani, C., & Kartasmita, S. (2017). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pembelian produk kosmetik pada wanita dewasa awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(2), 126-133. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.948>
- Papalia, D. E., & Feldman, R. D. (2017). *Menyelami perkembangan manusia edisi 12 buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Putri, S. M., Mahardayani, I. H., & Ahyani, L. N. (2022). Perilaku konsumtif produk fashion ditinjau dari gaya hidup hedonis dan kepribadian ekstrovert pada wanita dewasa awal. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 7(1), 120-132.
- Ratna, I., & Nasrah, H. (2015). Pengaruh tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif wanita karir di lingkungan pemerintah Provinsi Riau. *Marwah*, XIV(2), 199-224 <http://doi.org/10.24014/marwah.v14i2.2627>
- Ripki, A. J. H. (2017). Pengaruh kepribadian terhadap perilaku konsumtif siswa siswi Kelas XI SMK Budhi Warman 1 Jakarta. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara*, 9(1), 81-90.
- Salsabila, R., & Nio, S. R. (2019). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas hukum UBH pengguna shopee. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(4), 1-12 <http://dx.doi.org/10.24036/jrp.v2019i4.7969>
- Sari, N. N., & Irmayanti, N. (2021). Hubungan self control terhadap perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Wijaya Putra (Psikowipa)*, 2(2), 32-41.
- Satalina, D. (2014). Kecenderungan perilaku cyberbullying ditinjau dari tipe kepribadian ekstrovert dan introvert. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 2(2), 294-310.
- Solang, D. J., & Kaunang, S. E. (2022). Hubungan antara tipe kepribadian ekstrovert dan introvert dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di sma negeri 1kawangkoan. *Psikopedia*, 3(4), 315-324.
- Sugiyono, S. (2021). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D (Catatan Ke).
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02).
- Umarta, S. A., & Mangundjaya, W. L. (2023). Pengaruh konsep diri terhadap tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(8), 269-278. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8377018>
- Undari, S. R. (2016). Perbedaan perilaku konsumtif siswa SMK Karya Rini ditinjau dari tipe kepribadian introvert dan ekstrovert. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 5(7), 28-37.
- Wayne, F. V., & John, S. (1978). The relation between item format and the structure of the eysenck personality inventory. Article in *Applied Psychological Measurement*.
- WHO. World Health Organization. (2024). Kesehatan Remaja
- Widiantari, K. S., & Herdiyanto, Y. K. (2013). Perbedaan intensitas komunikasi melalui jejaring sosial antara tipe kepribadian ekstrovert dan introvert pada remaja. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(1), 106-115.
- Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N. W. S. (2016). Perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari tipe kepribadian pada siswa sekolah menengah atas. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 6(2), 102-106.
- Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 41-49.
- Wulandari, D., & Aulia, P. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada generasi Z di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 178-186.
- 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.