

## Kepribadian ekstrovert pada dewasa awal: Menguji perilaku konsumtif berbelanja online di e-commerce

Nur Farayani<sup>1</sup>, IGAA Noviekayati<sup>2\*</sup>, Aliffia Ananta<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia

E-mail: [noviekayati@untag-sby.ac.id](mailto:noviekayati@untag-sby.ac.id)

<b>Published:</b> 28 Des. 2022	<b>Abstract</b> <i>Consumptive behavior is a pattern of behavior in buying an item without limits, buying excessive goods in order to seek satisfaction. This study aims to determine the relationship between extroverted personality tendencies and consumptive behavior in early adult e-commerce users. The subjects in this study involved 62 people aged between 18 to 40 years who often shopping at least 3 times a week using a purposive sampling technique. This research instrument uses a extrovert personality and a consumptive behavior scale. The results of the analysis using Spearman Rho technique and indicate that there is a positive relationship between extroverted personality and consumptive behavior. So that the higher a person has an extrovert personality, the higher the consumptive behavior. Adult consumers are expected to be able to re-evaluate their shopping.</i>
	<b>Keywords:</b> <i>Consumptive, Extrovert, E-commerce, Online Shopping.</i>
	<b>Abstrak</b> <i>Perilaku konsumtif adalah pola perilaku dalam membeli suatu barang tanpa batas, membeli barang secara berlebihan dalam rangka mencari kepuasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kecenderungan kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif pada pengguna e-commerce dewasa awal. Subyek dalam penelitian ini melibatkan 62 orang berusia antara 18 sampai 40 tahun yang sering berbelanja minimal 3 kali dalam seminggu dengan menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian ini menggunakan skala kepribadian ekstrovert dan skala perilaku konsumtif. Hasil analisis menggunakan teknik Spearman Rho dan menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif. Sehingga semakin tinggi kepribadian ekstrovert seseorang maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Konsumen dewasa diharapkan dapat mengevaluasi kembali belanja mereka.</i>
	<b>Kata kunci:</b> <i>Belanja Online, Ekstrovert, E-commerce, Konsumtif</i>
<b>Copyright © 2022. Nur Farayani<sup>1*</sup>, IGAA Noviekayati<sup>2</sup>, Aliffia Ananta<sup>3</sup></b>	

## Pendahuluan

Pada dasarnya manusia yang hidup didunia ini mempunyai kebutuhan untuk mempertahankan kehidupannya. Berbagai macam jenis kebutuhan setiap seseorang sangatlah berbeda-beda tergantung pada kebutuhannya namun pada akhirnya kebutuhan seseorang tersebut dapat terpenuhi ketika adanya proses membeli suatu barang atau jasa yang dibutuhkan. Menurut Suryana dalam jurnal (Biantoro, 2017) kebutuhan dari setiap manusia yang sampai saat ini masih menjadi dasar adalah kebutuhan sandang, pangan seperti sembako, pakaian dan papan seperti rumah atau tempat tinggal untuk berlangsungnya hidup.

Pada perkembangan era industri seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi yang ada pada saat ini dan sudah tidak bisa dipisahkan lagi khususnya oleh masyarakat Indonesia yang telah hidup berdampingan dengan hal ini, maka perilaku belanja manusia banyak sekali perubahan dari tahun ke tahun yang awalnya berbelanja langsung melalui toko atau dikenal dengan istilah berbelanja *offline* kini beralih berbelanja *online* atau dikenal dengan toko non fisik tanpa mengunjungi toko tersebut. Pada jurnal (Nurhaliza, 2019) ada beberapa faktor yang mengubah sebuah konsep berbelanja individu dari belanja *offline* ke *online* diantaranya seperti faktor : pertama yaitu persepsi kemudahan dalam pencarian barang yang dibutuhkan, kedua yaitu persepsi harga dengan membandingkan harga dengan satu toko ke toko lain, ketiga yaitu kepercayaan individu dalam berbelanja yang kini dijamin keamanannya dengan adanya fitur pengembalian barang apabila tidak sesuai atau barang rusak, dan keempat yaitu manfaat dari berbelanja online yaitu lebih praktis dan hemat waktu.

Di Indonesia merupakan tingkat berbelanja *online* melalui *e-commerce* tertinggi di dunia pada tahun 2019. Sebesar 90% pengguna *internet* berusia antara 16 hingga 64 tahun yang terdapat di Indonesia sudah membeli produk serta layanan dengan cara *online* (Septiansari & Handayani, 2021). Tingginya presentase diatas menjadikan pengguna internet yang gemar *shopping online* memanfaatkan kondisi itu serta pada akhirnya akan pengaruhi pola perilaku konsumerisme individu dimasa mendatang. Melihat berdasarkan fenomena berbisnis lewat *online* lebih efektif buat para pedagang untuk menjangkau konsumennya. Tidak hanya itu, harga produk di gerai *online* lebih ekonomis bila dibanding dengan harga produk di gerai *offline* disebabkan tidak terdapat biaya operasional yang besar buat gerai *online*. Melihat kondisi tersebut timbulnya kebiasaan baru dalam pola perilaku seseorang yang dapat mempengaruhi seseorang dalam pembelian barang melalui *online* dalam jumlah yang relatif besar, karena dirasa berbelanja *online* lebih ekonomis dan seseorang mendapatkan kepuasan tersendiri jika dibandingkan berbelanja melalui *offline* sehingga seseorang dapat mengulangi pola perilaku belanja tersebut dikemudian hari dan pada akhirnya dapat menciptakan seseorang untuk dapat berperilaku konsumtif. Sehingga dengan ini dapat menjadi permasalahan yang besar dan menjadi perhatian seseorang dimasa yang akan datang.

Menurut Setiaji dalam jurnal (Halim & Rachmawati, 2017) perilaku konsumtif adalah pola perilaku seseorang dalam pembelian suatu barang yang berlebihan dan secara tiba-tiba atau tidak terencanakan sebelumnya. Dari opini itu maka dapat diartikan bahwa perilaku konsumtif sebagai kegiatan mengkonsumsi barang atau layanan hanya karena menuruti kemauan semata. Kemudahan transaksi *online* yang ditawarkan menimbulkan penggunaanya menjadi ketagihan dan mengulangi kegiatan tersebut untuk memenuhi ambisinya dalam mencari sebuah kebahagiaan ataupun kepuasan.

---

Tidak hanya itu, tipe kepribadian memiliki kaitannya dengan niat individu dalam partisipasi pembelian *online*. Menurut Larsen dalam jurnal (Halifah, 2019) karakteristik ekstrovert yaitu memiliki kecenderungan suka bicara, suka bertemu dengan banyak orang, ramah terhadap orang, menyukai tantangan, orang yang aktif, lebih mengikuti tutur batin, senang berkelana, mudah jenuh kepada sesuatu perihal, serta tidak senang keadaan yang monoton. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Widyaningrum & Puspitadewi, 2016) bahwa kepribadian ekstrovert memiliki tingkatan konsumerisme lebih tinggi daripada kepribadian introvert karena pada dasarnya, karakteristik kepribadian ekstrovert tergolong individu yang berani mengambil suatu resiko, termasuk dalam kegiatan belanja sebuah produk jika dibandingkan dengan individu berkepribadian introvert.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat mengajukan hipotesis terdapat Hubungan positif antara Kecenderungan Kepribadian Ekstrovert dengan Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal Pengguna *E-commerce*. Dengan asumsi bahwa apabila semakin tinggi kecenderungan kepribadian ekstrovert pada dewasa awal, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif dewasa awal pengguna *e-commerce*. Begitupun sebaliknya.

## Metode

### ***Desain Penelitian***

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang akan digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif korelasional dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana variasi pada suatu variabel memiliki kaitannya dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain berdasarkan pada koefisien korelasi (Azwar, 2015). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu terdiri dari: variabel bebas adalah kepribadian ekstrovert dan variabel terikat adalah perilaku konsumtif.

### ***Partisipan Penelitian***

Partisipan atau sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013). Teknik sampling yang dipakai untuk mengambil sampel dan diharapkan dapat mewakili populasi yang dapat dijadikan kesimpulan populasi. Instrumen pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini memakai teknik *non probability sampling* yakni teknik yang tidak memberikan peluang bagi anggota populasi dan diambil untuk dijadikan sampel. Sedangkan *purposive sampling* yakni metode penetapan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. (Sangadji & Sophia, 2010). Sejalan dengan riset yang dilakukan, metode *purposive sampling* digunakan untuk menetapkan kriteria sesuai dengan judul penelitian adalah sebagai berikut: dewasa awal (berusia 18 – 40 tahun), pernah atau sedang berbelanja online di *e-commerce*, dan rutin melakukan belanja *online* di *e-commerce* minimal 3 kali dalam seminggu. Pada akhirnya mendapatkan sample yang memenuhi kriteria sebanyak 62 orang.

### ***Instrumen***

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala perilaku konsumtif dan skala kepribadian ekstrovert. Menurut Azwar, skala likert berisi pernyataan-pernyataan sikap (*attitude statement*) yang mengenai obyek sikap. Pernyataan *favourable* merupakan pernyataan yang positif atau mendukung, dan pernyataan *unfavourable* merupakan pernyataan yang negatif atau tidak (Azwar, 2013). Bentuk skala menggunakan 5 alternatif

jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), netral (N), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS).

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel perilaku konsumtif ini diukur dengan menggunakan skala dari teori Fromm dalam jurnal (Arum & Khoirunnisa, 2021) adapun aspeknya yaitu: 1) Pembelian impulsif dengan contoh pertanyaan: Saya membeli barang dengan segera ketika saya menginginkannya, Saya berusaha menahan diri saat melihat barang yang saya inginkan. 2) Pembelian berlebihan dengan contoh pertanyaan: Saya mengusahakan membeli barang di e-commerce tanpa memperhitungkan uang yang saya miliki, Saya berusaha menghemat uang saya saat membeli suatu barang. 3) Pembelian tidak rasional dengan contoh pertanyaan: Saya membeli barang branded agar terlihat keren, Bagi saya tidak perlu memaksakan diri untuk membeli barang agar terlalu keren. Sedangkan untuk variabel kepribadian ekstrovert diukur dengan menggunakan skala dari teori Eysenck dalam jurnal (Satalina, 2014) adapun aspeknya yaitu: 1) *Activity* dengan contoh pertanyaan: Saya beraktifitas dan melakukan kegiatan yang melibatkan banyak orang, Dalam melakukan aktifitas saya lebih senang melakukannya sendiri. 2) *Sociability* dengan contoh pertanyaan: Mudah bagi saya mendapatkan teman di lingkungan baru, Bagi saya memiliki beberapa teman dekat saja sudah cukup. 3) *Risk taking* dengan contoh pertanyaan: Tantangan membuat saya lebih bersemangat, Tantangan baru dapat memperburuk keadaan saya. 4) *Impulsiveness* dengan contoh pertanyaan: Berani bertindak tanpa berpikir lama, Berpikir secara matang sebelum bertindak. 5) *Ekspressiveness* dengan contoh pertanyaan: Saya menunjukkan perasaan bahagia saya pada semua orang, Saat merasa bahagia saya membagikannya dengan orang terdekat saja. 6) *Reflectiveness* dengan contoh pertanyaan: Saya orang yang praktis, Saya orang yang konseptual. 7) *Responsibility* dengan contoh pertanyaan: Saya terkadang terlambat menghadiri suatu pertemuan, Terlambat dalam suatu pertemuan bukan termasuk kebiasaan saya.

Hasil analisis validitas aitem pada skala perilaku konsumtif diperoleh *index corrected item total correlation* bergerak dari 0,331 s/d 0,721 dengan hasil uji reliabilitas skala perilaku konsumtif setelah analisis diperoleh koefisien reliabilitas *alpha Cronbach* sebesar 0,926 yang diartikan alat ukur tersebut reliabel. Sedangkan pada skala kepribadian ekstrovert hasil analisis validitas diperoleh *index corrected item total correlation* bergerak dari 0,301 s/d 0,684 dengan hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas *alpha Cronbach* sebesar 0,914 yang diartikan alat ukur tersebut reliabel.

### **Teknik Analisis Data**

Uji analisis dalam penelitian ini menggunakan uji koefisien korelasi untuk mengetahui hubungan Variabel X (Kepribadian Ekstrovert) dengan Variabel Y (Perilaku Konsumtif). Koefisien korelasi merupakan derajat keeratan hubungan antara variabel *dependent* dengan variabel *independent* yang bernilai nol hingga satu (Wibowo, 2017). Apabila r mendekati satu maka dinyatakan mempunyai hubungan yang sangat erat dan begitupun sebaliknya. Penelitian ini menggunakan analisis statistik *non parametrik* korelasi *Spearman's Rho*, hal ini dikarenakan tidak terpenuhinya uji asumsi/uji prasyarat.

## **Hasil**

Penelitian mengenai korelasi kecenderungan kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif pada dewasa awal yang dilakukan pada tanggal 17 Oktober 2022 dengan total subjek yang didapatkan sebanyak 62 orang di seluruh Nusantara dengan pengambilan data dilakukan dengan cara memberikan angket melalui *google form* (online).

Teknik korelasi yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel kecenderungan kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif adalah teknik korelasi *Spearman's Rho*. Berdasarkan hasil hitungan SPSS versi 25 diperoleh hasil koefisien korelasi menunjukkan  $p = 0,537$  dengan signifikansi  $p = 0,000$  dapat diartikan karena taraf signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 maka kecenderungan kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif mempunyai hubungan positif dan signifikan. Berarti semakin tinggi seseorang kecenderungan kepribadian ekstrovert maka semakin tinggi seseorang berperilaku konsumtif pada dewasa awal pengguna e-commerce, dan begitupun sebaliknya. Berdasarkan hasil diatas, maka hipotesis yang diajukan diterima.

**Tabel 1**

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Variabel	Pearson Correlation	p-Value
Kepribadian Ekstrovert -Perilaku Konsumtif	0,62	0,000

**Sumber:** Output SPSS Versi 25

## Pembahasan

Hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini yaitu ada hubungan positif antara Kecenderungan Kepribadian Ekstrovert dengan Perilaku Konsumtif. Dengan asumsi bahwa apabila semakin tinggi tipe kepribadian ekstrovert, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif dewasa awal pengguna *e-commerce*. Sebaliknya semakin rendah kecenderungan kepribadian ekstrovert, maka semakin rendah pula kecenderungan perilaku konsumtif konsumen dewasa awal pengguna *e-commerce*. Sejalan dengan yang dilakukan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Septiansari & Handayani (2021) menunjukkan riset bahwa penelitian ini mempunyai korelasi dan berpengaruh signifikan antara belanja *online* terhadap perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa.

Tipe kepribadian ekstrovert memiliki peran yang cukup penting dalam menentukan tinggi rendahnya kecenderungan seseorang dalam berperilaku konsumtif. Pada dasarnya kepribadian adalah suatu pola perilaku yang relatif permanen, ditunjukkan untuk memberi kesan pada lingkungan baik disadari maupun tanpa disadari oleh individu. Dewasa awal yang memiliki kecenderungan tipe ekstrovert mempunyai karakteristik yang aktif, memiliki minat yang luas, dan berani mengambil resiko. Sejalan dengan aspek-aspek yang diutarakan oleh Eysenck dan Wilson (Kumalasari dkk., 2015) dalam kepribadian ekstrovert adalah kurangnya pertimbangan, kurang berhati-hati dalam mengambil suatu keputusan. Berdasarkan aspek tersebut maka tentu dapat memicu seseorang dalam berperilaku konsumtif pada dewasa awal yaitu kurangnya pertimbangan dalam pembelian suatu barang sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginan. Sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widiyaningrum & Puspitadewi dalam jurnal (Lesmana & Rarung, 2020) bahwa siswa yang berkepribadian ekstrovert cenderung memiliki perilaku konsumtif dikarenakan pada dasarnya karakteristik seorang ekstrovert tergolong individu yang berani mengambil risiko, termasuk dalam membeli suatu barang jika dibanding dengan siswa introvert. Hal ini dikarenakan perilaku konsumtif merupakan suatu konsumsi yang berlebihan dalam pembelian

suatu barang yang didasari atas keinginan tanpa memikirkan manfaat dari barang yang telah dibelinya tanpa adanya pertimbangan sebelum membeli barang.

Seperti data yang didapat pada penelitian ini bahwa sebagian besar sebanyak 51,5% ada pada usia antara 18 tahun hingga 25 tahun. Menurut Hurlock dalam jurnal (Putri, 2019) sebagian subjek telah memainkan peran baru seperti menjadi tulang punggung keluarga, keinginan-keinginan baru, mengembangkan sikap dan nilai baru. Seseorang ketika melewati masa dewasa awal apabila sudah bekerja dapat lebih menikmati hasil dari upah kerja untuk memerdekakan dirinya, yang dulu masih meminta uang kepada orangtuanya, lebih mandiri dan lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan dan yang terpenting dalam pengambilan keputusan suatu pembelian dan memfokuskan untuk tabungan di hari tuanya kelak. Contoh yang dibahas dalam perihal ini yakni cara belanja subjek dewasa awal dalam pembelian suatu barang. Pada berkembangnya teknologi saat ini dengan menciptakan inovasi terbaru dalam penjualan seperti *e-commerce* seseorang dengan mudahnya membeli barang hanya dengan mencari dengan mengetik nama barang yang diinginkan. Sesuai dengan aspek yang diutarakan oleh Eysenck & Wilson (1975) bahwa orang ekstrovert menyukai sesuatu yang dipandang praktis dan cenderung lebih tertarik untuk melakukan sesuatu daripada memikirkannya. Subjek rasa dengan adanya *e-commerce* dapat memudahkan seseorang untuk berbelanja, barang tersedia dengan lengkap, dan intensitas belanjanya semakin tinggi dengan adanya promo gratis ongkos kirim atau diskon seperti *cashback* yang ditawarkan oleh *e-commerce* dan pada akhirnya subjek tergiur untuk mengulang belanja kembali dan dianggap praktis tanpa memikirkan konsekuensi kedepannya. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Syarastany, 2021) menyebutkan bahwa individu akan berusaha memenuhi kepuasannya dengan maksimal dan akan meneruskan belanja suatu produk jika individu mendapatkan kepuasan dari produk tersebut yang tidak terencanakan sebelumnya. Jika subjek asal membuka *e-commerce* yang awalnya hanya sekedar melihat-lihat dan kemudian tertarik dengan produk dengan didukungnya promo tanpa adanya pertimbangan sebelumnya, tentu dapat menjadikan seseorang berperilaku konsumtif dengan kehidupannya.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil riset pada penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa tingkat kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif terdapat hubungan positif, dilihat dari nilai koefisien korelasi sebesar ( $r = 0,537$ ) maka dengan demikian terdapat hubungan atau korelasi positif antara Kecenderungan Kepribadian Ekstrovert dengan Perilaku Konsumtif pada Dewasa Awal Pengguna E-commerce. Artinya bahwa semakin tinggi seseorang dengan kecenderungan kepribadian ekstrovert, maka seseorang berperilaku konsumtif semakin tinggi, begitupun sebaliknya. Adapun saran untuk pengguna e-commerce dewasa awal dan penulis selanjutnya yaitu: 1) Konsumen dewasa awal diharapkan mengevaluasi kembali belanja mereka dengan mempertimbangkan dasar-dasar keinginan dalam pembelian barang. 2) Kepada peneliti selanjutnya diharapkan mampu memahami perilaku konsumerisme lebih detail dan disarankan menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seperti budaya, kelas sosial atau kelompok sosial, situasi ekonomi, gaya hidup, kontrol diri dan konsep diri.

---

## Referensi

- Arum, D., & Khoirunnisa, R. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee Riza Noviana Khoirunnisa Abstrak. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/42541>
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Pustaka Pelajar.
- Biantoro. (2017). *Hubungan Kausalitas Antara Ketahanan Pangan Dengan PDRB Kabupaten/Kota Di Jawa Tengah Tahun 2014*. 02, 1–14. <http://eprints.ums.ac.id/51917/>
- Halifah. (2019). *Hubungan Antara Kepribadian Ekstrovert-Introvert Dan Kecenderungan Impulsive Buying Remaja Putri Pada Produk Fashion*.
- Halim, V., & Rachmawati, S. (2017). Perilaku Konsumtif Generation Y untuk Produk Fashion. *Manajemen Bisnis Indonesia*, 4 No. 3, 373–384.
- Kumalasari, D., Yusuf, M., & Priyatama, A. (2015). Hubungan antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Motivasi Kerja dengan Pengembangan Karir pada Pegawai PT Andalan Multi Kencana Jakarta. *Wacana Psikologi*, 1–15. <https://jurnalwacana.psikologi.fk.uns.ac.id/index.php/wacana/article/view/85>
- Lesmana, T., & Rarung, C. (2020). Peran kecerdasan budaya dan kepribadian terhadap perilaku konsumtif online generasi milenial yang merantau di jakarta. *Psikologi Malahayati*, 2(2), 57–71.
- Nurhaliza. (2019). *Konsumen Dalam Belanja Offline Ke Online Di Kota Semarang*.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *Indonesian Journal of School Counseling*, 3, 35–40.
- Sangadji, E., & Sophia, M. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Satalina, D. (2014). Kecenderungan Perilaku Cyberbullying Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Ekstrovert Dan Introvert. *Ilmiah Psikologi Terapan*, 02 No. 02, 294–310.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 5(1), 53–65.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (CV. Alfabes).
- Syarastany, M. (2021). *Pengaruh Kontrol Diri Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pengguna Shopee*.
- Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N. (2016). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Psikologi Teori Dan Terapan*, 6(2), 102–106.