LIBEROSIS
PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027
Online ISSN: 3026-7889
Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 12 No 1 Tahun 2025.

Pengaruh *Psychological Well Being* Terhadap Perilaku *Compulsive Buying* pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Sherly Yulitri[1], Azizah Meihana[2], Nazhifah Maimun[3], Tysem Wani Calara Nainggolan[4], Febriani[5], Delzi Nurhafifah[6], Saffany Puteri Haniyashfira[7], Salma Novianti[8], Silvi Juwita[9]
[1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9] Departemen Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang
sherlyjulitri@gmail.com , azizahmei02@gmail.com, nmaaiimun@gmail.com, tysemwani02@gmail.com , febriani152004@gmail.com, delziji11@gmail.com, saffanyputeriii@gmail.com, salmanovianti3@gmail.com, silvijuwita@fpk.unp.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of psychological well-being on compulsive buying behavior among students at Padang State University. This behavior is influenced by the development of internet technology, which can change shopping patterns in society. This study was conducted using a quantitative approach. A questionnaire was distributed to active students at Padang State University. The study involved 156 students aged over 18 years who had made online purchases within the past three months. Psychological well-being was measured using the Ryff Psychological Well-Being Scale, while compulsive buying was assessed using the Compulsive Buying Scale. Data analysis was performed using simple linear regression. It was found that psychological well-being has a significant positive influence on compulsive buying behavior among students at the University of Padang, with a significance level of 0.000 p < 0.05 and a regression coefficient of 0.443. This indicates that the higher the level of psychological well-being among students, the greater the tendency toward compulsive buying behavior. (4) Conclusion: Compulsive buying behavior among students can also be influenced by their level of psychological well-being. Compulsive buying among students does not only occur due to negative psychological factors but also as a form of self-expression or coping strategy in dealing with academic and social pressures.

***Keyword**: Students, Compulsive Buying, Psychological Well-being*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *psychological well-being* terhadap perilaku *compulsive buying* mahasiswa Universitas Negeri Padang. Bentuk perilaku yang ada dipengaruhi oleh perkembangan teknologi internet yang bisa mengubah pola perilaku berbelanja di masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Lalu dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa aktif Universitas Negeri Padang. Penelitian ini dilakukan kepada 156 orang mahasiswa berusia diatas 18 tahun dengan kriteria melakukan pembelian daring dalam jangka waktu tiga bulan terakhir. Pengukuran *psychological well-being* dilakukan menggunakan skala Psychological Well-Being Ryff, sedangkan *compulsive buying* diukur dengan Compulsive Buying Scale. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana. Ditemukan bahwa *psychological well-being* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa Universitas Negeri Padang, dengan nilai signifikansi

Article History
Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagirism Checker No 77
DOI : Prefix DOI : 10.8734/Musytari.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Liberosis

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

LIBEROSIS
PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027
Online ISSN: 3026-7889
Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 12 No 1 Tahun 2025.

sebesar 0,000 p < 0,05 dan koefisien regresi yang didapatkan sebesar 0,443. Hal Ini menunjukkan semakin tinggi tingkat *psychological well-being* mahasiswa, semakin meningkat kecenderungan perilaku *compulsive buying*. Perilaku *compulsive buying* yang ada pada mahasiswa juga bisa dipengaruhi oleh tingkat *psychological well-being* mahasiswa. *Compulsive buying* yang ada pada mahasiswa tidak hanya terjadi karena psikologis yang negatif tapi juga karena ekspresi diri atau strategi koping dalam menghadapi tekanan akademik dan sosial.

Kata kunci: Mahasiswa, Compulsive Buying, psychological well-being

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital, khususnya internet dan *e-commerce,* telah mengubah pola perilaku konsumsi masyarakat secara signifikan. Di Indonesia, fenomena ini sangat menonjol pada kelompok usia 18–25 tahun, yang sebagian besar terdiri dari mahasiswa. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), lebih dari 67% pengguna *e-commerce* berasal dari kelompok usia ini. Sementara itu, laporan We Are Social (2024) menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia rata-rata menghabiskan lebih dari tiga jam per hari untuk menjelajahi platform belanja daring. Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan salah satu kelompok paling aktif sekaligus paling rentan terhadap perilaku konsumtif berbasis digital. Kemudahan akses terhadap informasi, intensitas promosi di media sosial, serta ketersediaan layanan buy now pay later (BNPL) turut berperan dalam memicu perilaku compulsive buying, yaitu kebiasaan berbelanja secara tidak terkontrol, berulang, dan sering kali didorong oleh faktor emosional (Mappadang & Hendryadi, 2025). Compulsive buying tidak semata-mata didasarkan pada kebutuhan nyata, melainkan lebih sebagai bentuk pelarian dari stres, kecemasan, atau tekanan sosial. Perilaku ini berdampak serius, baik secara psikologis, sosial, maupun finansial, terutama pada mahasiswa yang tengah berada dalam masa transisi dan pencarian identitas diri.

Dalam konteks psikologi, psychological well-being (PWB) merupakan konsep yang merujuk pada kondisi psikologis positif individu, yang mencerminkan keseimbangan emosional, penerimaan diri, tujuan hidup yang jelas, hubungan sosial yang sehat, otonomi, dan pertumbuhan pribadi yang berkelanjutan (Ryff, 1989). Individu dengan PWB yang rendah cenderung lebih rentan terhadap dorongan impulsif dan kesulitan dalam meregulasi emosi, sehingga lebih mudah terjerumus dalam perilaku konsumtif sebagai mekanisme koping yang tidak sehat.

Beberapa studi menunjukkan adanya hubungan signifikan antara psychological well-being (PWB) dan *compulsive buying*. Herawati et al. (2020) menemukan bahwa mahasiswa dengan tingkat kesejahteraan psikologis rendah memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk melakukan pembelian kompulsif. Sementara itu, Otero-López dan Villardefrancos (2019) menyatakan bahwa rendahnya penerimaan diri dan lemahnya regulasi emosi dapat mendorong individu mencari kompensasi emosional melalui konsumsi material. Penelitian lain oleh Putri et al. (2022) juga menekankan bahwa tekanan akademik dan sosial yang tidak diimbangi dengan kesehatan mental yang baik berpotensi meningkatkan perilaku belanja yang disfungsional.

Meskipun fenomena ini semakin nyata, kajian empiris yang mendalam mengenai hubungan antara *psychological well-being* dan *compulsive buying* di kalangan mahasiswa Indonesia masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana *psychological well-being* berpengaruh terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Temuan dari studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur psikologi adiksi non-substansi serta menjadi dasar bagi intervensi preventif dalam bidang kesehatan mental dan literasi finansial di kalangan mahasiswa.

2. Tinjauan Pustaka

Psychological well-being merupakan kondisi psikologis positif yang mencerminkan keseimbangan individu dalam menghadapi kehidupan. Menurut Ryff (1989), PWB meliputi enam aspek utama, yaitu penerimaan diri, hubungan positif dengan orang lain, kemandirian, penguasaan lingkungan, tujuan

LIBEROSIS
PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027
Online ISSN: 3026-7889
Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 12 No 1 Tahun 2025.

hidup, dan pertumbuhan pribadi. Individu dengan tingkat kesejahteraan psikologis yang tinggi cenderung mampu menghadapi tekanan hidup, mengelola emosi, serta membangun makna hidup yang mendalam. Faktor-faktor yang mempengaruhi PWB dapat dibedakan menjadi internal seperti usia, kepribadian, dan religiusitas, serta eksternal seperti budaya dan dukungan sosial (Keyes, 2020; Humaidah & Mulyono, 2025). Dalam konteks mahasiswa, kesejahteraan psikologis menjadi sangat penting karena mereka berada dalam fase transisi menuju kedewasaan yang penuh tantangan akademik dan sosial.

Compulsive buying atau perilaku pembelian kompulsif didefinisikan sebagai dorongan yang kuat, tidak terkendali, dan berulang untuk membeli sesuatu meskipun menyadari dampak negatifnya (Edwards, 1993; Black, 2022). Perilaku ini sering digunakan sebagai mekanisme pelarian dari tekanan emosional atau kondisi psikologis yang tidak nyaman. Edwards (dalam Zelly, 2021) menguraikan lima aspek perilaku *compulsive buying,* yakni kecenderungan mengeluarkan uang, dorongan belanja, perasaan senang saat berbelanja, pengeluaran tidak fungsional, dan penyesalan setelah berbelanja. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku ini meliputi harga diri yang rendah, tekanan teman sebaya, status sosial, serta pengaruh teknologi dan media sosial—termasuk penggunaan metode pembayaran digital seperti *Buy Now Pay Later* (Roberts dalam Zelly, 2021; Mappadang & Hendryadi, 2025).

Hubungan antara *psychological well-being* dan *compulsive buying* telah dibahas dalam berbagai penelitian terdahulu. Individu dengan tingkat PWB yang rendah cenderung melakukan pembelian kompulsif sebagai bentuk kompensasi emosional terhadap tekanan psikologis, perasaan hampa, atau ketidakpuasan hidup (Herawati et al., 2020; Putri et al., 2022). Misalnya, mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam penerimaan diri atau tidak memiliki tujuan hidup yang jelas sering menjadikan aktivitas konsumsi sebagai bentuk validasi atau pelarian diri. Selain itu, rendahnya kemandirian dan penguasaan lingkungan juga berkaitan dengan lemahnya kontrol diri dalam pengelolaan keuangan dan perilaku konsumtif. Namun, beberapa studi terbaru juga mengungkapkan bahwa *compulsive buying* tidak selalu terkait dengan kondisi psikologis yang negatif. Dalam konteks budaya konsumtif dan tekanan media sosial yang tinggi, mahasiswa dengan *psychological well-being* yang relatif baik pun dapat terlibat dalam perilaku ini sebagai bentuk ekspresi diri atau penghargaan emosional jangka pendek (Chobthamkit et al., 2021; Otero-López & Villardefrancos, 2019).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *psychological well-being* memainkan peran penting dalam mendorong atau mencegah perilaku *compulsive buying,* tergantung pada keseimbangan aspek-aspek internal individu dan tekanan sosial yang dihadapinya. Penelitian ini memfokuskan diri pada eksplorasi pengaruh antara PWB dan perilaku *compulsive buying* di kalangan mahasiswa sebagai kelompok yang rentan secara psikososial, sekaligus sangat terpapar oleh budaya konsumtif digital.

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh *Psychological Well-Being* (PWB) terhadap *Compulsive Buying*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang yang berusia di atas 18 tahun, dengan jumlah populasi sekitar 42.000 orang. Sampel berjumlah 156 orang menggunakan teknik *sampling accidental* dengan kriteria mahasiswa aktif, pernah berbelanja online dalam 3 bulan terakhir. Menurut Desriani, dkk (dalam Pajri, dkk 2023), teknik *accidental sampling* adalah sebuah teknik atau metode yang digunakan untuk mendapatkan responden dengan sampai didasari kebetulan yaitu dengan siapa saja yang ditemui dengan secara kebetulan oleh peneliti. Sehingga sampel yang digunakan nantinya akan sesuai data dan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Adapun pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berasal dari siapa saja mahasiswa Universitas Negeri Padang yang tersedia dan mudah diakses oleh peneliti. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 8%. Pengumpulan data dilakukan menggunakan dua skala psikologis yang telah diadaptasi. Skala *Psychological Well-Being* disusun berdasarkan instrumen Ryff dan Keyes (dalam Humaidah et al., 2025) yang terdiri dari 18 item dengan rentang Likert 1–5. Sementara itu, skala *Compulsive Buying* mengadaptasi instrumen dari Edwards (dalam Zelly, 2021) dengan 22 item dan menggunakan skala Likert 1–4. Kuesioner disebarkan melalui *Google Form*.

LIBEROSIS
PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027
Online ISSN: 3026-7889
Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 12 No 1 Tahun 2025.

Teknik analisis data mencakup analisis uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, dan uji regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh *Psychological Well-Being* terhadap *Compulsive Buying*. Uji hipotesis dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansi ($p < 0,05$) dan besar koefisien regresi untuk menentukan kekuatan dan arah hubungan antar variabel. Prosedur penelitian dimulai dari penyusunan instrumen dan pengujian validitas serta reliabilitas, dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria. Setelah data terkumpul, dilakukan proses pembersihan data, kemudian analisis statistik dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil yang diperoleh kemudian diinterpretasikan untuk menjawab tujuan penelitian.

4. Hasil Analisis

Teknik analisis data mencakup analisis gambaran responden, kategorisasi, uji analisis hipotetik dan empirik, uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, dan uji regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh *Psychological Well-Being* terhadap *Compulsive Buying*. Uji hipotesis dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansi ($p < 0,05$) dan besar koefisien regresi untuk menentukan kekuatan dan arah hubungan antar variabel.

4.1 Gambaran Responden

Tabel.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Persentase (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
Laki-laki	12	7,7%	7,7%	7,7%
Perempuan	144	92,3%	92,3%	100,0%
Total	**156**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 144 orang atau sebesar 92,3% dari total keseluruhan responden. Sementara itu, hanya 12 orang atau 7,7% yang berjenis kelamin laki-laki. Ketimpangan proporsi ini menunjukkan bahwa responden perempuan jauh lebih dominan dibandingkan laki-laki, sehingga hasil penelitian ini cenderung merepresentasikan pandangan atau karakteristik partisipan perempuan.

LIBEROSIS
PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027
Online ISSN: 3026-7889
Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 12 No 1 Tahun 2025.

Tabel.2 Gambaran responden berdasarkan angkatan

Angkatan	Frekuensi (F)	Persentase (%)	Persentase Valid (%)	Persentase Kumulatif (%)
2018	1	0,6%	0,6%	0,6%
2019	2	1,3%	1,3%	1,9%
2020	6	3,8%	3,8%	5,8%
2021	8	5,1%	5,1%	10,9%
2022	109	69,9%	69,9%	80,8%
2023	17	10,9%	10,9%	91,7%
2024	13	8,3%	8,3%	100,0%
Total	**156**	**100,0%**	**100,0%**	**100,0%**

Berdasarkan tahun angkatan, responden didominasi oleh mahasiswa angkatan 2022 yang berjumlah 109 orang (69,9%). Disusul oleh angkatan 2023 (10,9%), 2024 (8,3%), 2021 (5,1%), 2020 (3,8%), 2019 (1,3%), dan angkatan 2018 (0,6%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan mahasiswa dari dua angkatan terakhir, khususnya angkatan 2022 yang memberikan kontribusi terbesar dalam data penelitian ini.

4.2 Tabel Kategori

Tabel.3 Kategorisasi *Compulsive Buying*

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Tinggi	≥ 55,5	30	19,2%
Sedang	**37,1 – 55,4**	**96**	**61,5%**
Rendah	≤ 37,1	30	19,2%
Total		**156**	**100%**

LIBEROSIS
PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027
Online ISSN: 3026-7889
Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 12 No 1 Tahun 2025.

Berdasarkan hasil analisis kategorisasi terhadap variabel *Compulsive Buying* pada 156 responden mahasiswa Universitas Negeri Padang, diperoleh kategori sebanyak 30 orang (19,2%) berada pada kategori tinggi dengan rentang skor ≥ 55,5; sebanyak 96 orang (61,5%) berada pada kategori sedang dengan rentang skor antara 37,1 hingga 55,4; dan 30 orang (19,2%) lainnya berada pada kategori rendah dengan skor ≤ 37,1. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada tingkat *compulsive buying* sedang, yang mencerminkan adanya dorongan berbelanja yang cukup kuat namun belum mencapai tingkat yang sangat mengganggu.

Tabel.4 Kategorisasi *Psychological Well Being*

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Tinggi	≥ 77,5	28	17,9%
Sedang	**59,7 – 77,4**	**100**	**64,1%**
Rendah	≤ 59,7	28	17,9%
Total		**156**	**100%**

Berdasarkan hasil analisis kategorisasi variabel *Psychological Well-Being*, hasil menunjukkan bahwa 28 responden (17,9%) berada pada kategori tinggi dengan skor ≥ 77,5, kemudian 100 responden (64,1%) berada pada kategori sedang dengan rentang skor antara 59,7 hingga 77,4, dan 28 responden (17,9%) berada pada kategori rendah dengan skor ≤ 59,7. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki tingkat kesejahteraan psikologis yang cukup baik, meskipun terdapat kelompok kecil yang menunjukkan kesejahteraan psikologis yang rendah dan berisiko mengalami masalah emosional.

4.3 Tabel Deskripsi Data Hipotetik dan Empiris

Tabel.5 Deskripsi Data Hipotetik dan Empiris

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empiris			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Compulsive Buying	22	110	66	14.6	23	62	46,3	9,2
Psychological Well-Being	18	108	63	15.5	42	91	68,6	8,9

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diperoleh perbandingan antara skor hipotetik dan skor empiris pada variabel *Compulsive Buying* dan *Psychological Well-Being*. Skor hipotetik pada variabel *Compulsive Buying* berada pada rentang 22 hingga 110 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 66 dan standar deviasi (SD) sebesar 14,6. Sedangkan skor empirisnya menunjukkan bahwa skor terendah (minimum) yang diperoleh responden adalah 23 dan skor tertinggi (maksimum) adalah 62, dengan nilai

LIBEROSIS
PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027
Online ISSN: 3026-7889
Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 12 No 1 Tahun 2025.

rata-rata sebesar 46,3 dan standar deviasi sebesar 9,2. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata skor empiris berada di bawah skor rata-rata hipotetik, yang mengindikasikan bahwa kecenderungan perilaku belanja kompulsif pada mahasiswa berada pada tingkat sedang hingga rendah secara umum. Pada variabel *Psychological Well-Being*, skor hipotetik berkisar antara 18 hingga 108 dengan nilai rata-rata sebesar 63 dan standar deviasi sebesar 15,5. Sementara itu, skor empiris menunjukkan bahwa skor minimum yang diperoleh responden adalah 42 dan maksimum sebesar 91, dengan nilai rata-rata sebesar 68,6 dan standar deviasi sebesar 8,9. Rata-rata skor empiris yang lebih tinggi dari skor hipotetik menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kesejahteraan psikologis yang cukup baik, yang terlihat dari nilai mean yang melampaui nilai tengah skor hipotetik.

4.4 Uji Normalitas

Tabel.6 Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	156
Normal Parameters	
Mean	0E-7
Std. Deviation	7,72194384
Most Extreme Differences	
Absolute	,032
Positive	,032
Negative	-,026
Kolmogorov-Smirnov Z	,402
Asymp. Sig. (2-tailed)	,997

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* terhadap residual dari model regresi. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,997, yang jauh lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi residual tidak berbeda secara signifikan dari distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan asumsi normalitas dalam regresi linear sederhana telah terpenuhi

LIBEROSIS
PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027
Online ISSN: 3026-7889
Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 12 No 1 Tahun 2025.

4.5 Uji Regresi Linear

Tabel.7 Uji Regresi Linear

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,464	,215	,210	7,747

Tabel.8 Uji Regresi Linear

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	34,699	3,763		9,220	,000
total cb	,487	,075	,464	6,502	,000

Tabel.9 Uji Regresi Linear

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2537,262	1	2537,262	42,277	,000
Residual	9242,405	154	60,016		
Total	11779,667	155			

Hasil regresi linear sederhana menunjukkan bahwa *Psychological Well-Being* berpengaruh signifikan terhadap *Compulsive Buying*. Nilai R^2 sebesar 0,215 menunjukkan bahwa 21,5% variasi *Compulsive Buying* dijelaskan oleh *Psychological Well-Being*. Koefisien regresi 0,487 (p = 0,000) menunjukkan pengaruh positif yang signifikan. Uji F juga signifikan (F = 42,277; p = 0,000) sehingga model dinyatakan valid dan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesejahteraan psikologis seseorang, maka kecenderungannya untuk melakukan pembelian kompulsif juga meningkat. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kesejahteraan psikologis dan perilaku pembelian kompulsif pada mahasiswa.

LIBEROSIS
PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027
Online ISSN: 3026-7889
Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling
Vol 12 No 1 Tahun 2025.

4.6 Uji Hipotesis

Tabel.10 Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	23,558	4,049		5,818	,000
TOTAL PWB	,443	,068	,464	6,502	,000

Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil output regresi, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,443 dengan nilai t = 6,502 dan nilai signifikansi (p) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Psychological Well-Being* terhadap *Compulsive Buying*. Arah hubungan yang ditunjukkan adalah positif, yang berarti semakin tinggi tingkat *Psychological Well-Being*, maka semakin tinggi pula kecenderungan *Compulsive Buying*.

5. Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan dinamika menarik bahwa compulsive buying tidak hanya terjadi pada individu dengan kesejahteraan psikologis yang rendah, tetapi juga dapat muncul pada mereka yang memiliki psychological well-being relatif baik. Artinya, perilaku konsumtif tidak selalu menjadi tanda disfungsi psikologis, melainkan bisa menjadi bagian dari adaptasi atau ekspresi diri dalam kehidupan modern mahasiswa. Mahasiswa saat ini hidup dalam ekosistem digital yang sangat menekankan citra diri, eksistensi sosial, dan kepuasan instan. Media sosial menjadi ruang utama di mana identitas diri dibentuk dan diperlihatkan. Dalam konteks ini, aktivitas belanja daring dapat berfungsi sebagai sarana untuk mengelola citra sosial atau sebagai mekanisme penguatan diri (*self-reward*), yang membuat perilaku konsumtif tampak "normal", bahkan pada mahasiswa yang merasa dirinya secara emosional stabil (Chobthamkit et al., 2021).

Mahasiswa dengan kesejahteraan psikologis yang rendah, misalnya yang tidak memiliki tujuan hidup yang jelas atau mengalami kesulitan dalam menerima diri, cenderung menggunakan aktivitas belanja sebagai bentuk kompensasi emosional. Belanja menjadi jalan pintas untuk menenangkan emosi negatif seperti stres, kecemasan, atau rasa kesepian (Putri et al., 2022; Herawati et al., 2020). Dalam jangka pendek, hal ini mungkin memberikan efek positif semu, namun secara jangka panjang dapat memunculkan konflik batin dan tekanan finansial. Menurut Ryff (1989), psychological well-being terdiri dari berbagai aspek, termasuk pertumbuhan pribadi, penerimaan diri, dan penguasaan lingkungan. Ketika mahasiswa mengalami ketidakseimbangan dalam salah satu aspek ini, mereka menjadi lebih rentan terhadap perilaku impulsif seperti compulsive buying. Misalnya, seseorang yang merasa tidak

berdaya mengontrol lingkungan sekitarnya bisa memilih berbelanja sebagai satu-satunya ruang di mana ia merasa memiliki kendali.

Fenomena ini diperparah oleh kemudahan teknologi seperti layanan *buy now pay later* yang memberikan ilusi kontrol dan kemandirian finansial, padahal justru meningkatkan risiko konsumsi tidak sehat (Mappadang & Hendryadi, 2025). Budaya digital telah membentuk ruang psikososial baru di mana nilai diri sering kali ditentukan oleh apa yang dimiliki dan ditampilkan secara daring, bukan pada aspek internal seperti makna hidup atau relasi yang mendalam (O'Connor, 2003). Penelitian ini juga menggambarkan bagaimana mahasiswa menggunakan belanja bukan hanya sebagai pelarian, tapi juga sebagai strategi koping terhadap beban akademik dan sosial. Dalam banyak kasus, belanja menjadi ritual yang memberikan perasaan 'normal' di tengah tekanan, dan bahkan memperkuat rasa eksistensi diri. Ini menunjukkan bahwa kesejahteraan psikologis tidak serta-merta menjamin kekebalan terhadap perilaku konsumtif, melainkan perlu dikaitkan dengan kapasitas reflektif individu dalam mengenali dan mengelola dorongan emosionalnya. Hubungan antara *psychological well-being* dan *compulsive buying* perlu dipahami secara kontekstual dan multidimensi. Tidak cukup hanya mengukur tingkat kesejahteraan psikologis seseorang, tetapi juga penting untuk melihat bagaimana individu merespon tekanan eksternal, bagaimana mereka mengekspresikan dirinya dalam budaya konsumtif, serta seberapa besar kemampuan mereka dalam mengelola dorongan impulsif secara sadar.

Implikasi dari temuan ini menunjukkan pentingnya pendidikan psikologis yang berfokus pada kesadaran diri, pengelolaan emosi, dan literasi digital. Intervensi yang bertujuan mengurangi perilaku compulsive buying tidak hanya perlu meningkatkan psychological well-being, tetapi juga membekali mahasiswa dengan kemampuan kritis terhadap budaya konsumsi dan strategi penguatan diri yang sehat dan berkelanjutan.

6. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *psychological well-being* berpengaruh terhadap perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa, tapi hubungannya tidak selalu negatif. Mahasiswa yang merasa sehat secara mental tetap bisa punya kecenderungan belanja berlebihan, apalagi kalau itu jadi cara mereka melepas stres atau menunjukkan diri di media sosial. Di sisi lain, mahasiswa yang kesejahteraan psikologisnya rendah cenderung lebih gampang terdorong untuk belanja sebagai pelarian dari tekanan emosional. Jadi, perilaku belanja kompulsif ini bukan cuma soal mental yang sedang terganggu, tapi juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, budaya digital, dan cara seseorang mengelola emosi. Karena itu, pendekatan untuk menghadapinya juga harus menyeluruh, nggak cukup hanya dengan nasihat hemat, tapi juga butuh pemahaman soal emosi, tekanan sosial, dan kebiasaan digital.

Daftar Referensi

Aloysius Rangga Aditya Nalendra, Y. R. (2021). Statitiska seri dasar dengan SPPS. *Media Sains Indonesia*.

Alvi, M. (2016). A manual for selecting sampling techniques in research.

Azwar, S. (2013). *No Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar

Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik E-commerce Indonesia 2023*. Jakarta: BPS. https://bps.go.id

Black, D. W. (2022). Compulsive Buying Disorder: Definition, Diagnosis, and Treatment. Current Addiction Reports, 9(1), 12–22. https://doi.org/10.1007/s40429-022-00412-5

Chobthamkit, P. et al. (2021). Identity crisis and compensatory consumption among university students: The role of online shopping. Journal of Consumer Studies, 45(3), 211–225

Creswell, J. W. (2016). Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif dan campuran.

Desriani, J, T S Putro, & Iyan R Y. (2017). Nilai Ekonomi ekowisata taman nasional tesso nilo dengan pendekatan metode contingent valuation di kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan. JOM Fekon, 4(1), 1176–1189.

Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. Financial

Counseling and Planning, 4, 67–84. https://afcpe.org/resources/journal-articles/1993-4/edwards/

Herawati, S., Lestari, R. D., & Mahardhika, D. (2020). The correlation between psychological well-being and impulsive buying behavior among college students. Jurnal Psikologi Insight, 2(1), 45–55. https://doi.org/10.24198/psi.v2i1.27849

Humaidah, A. & Mulyono, R. (2025). Adaptasi Psychological Well-Being Short Scale pada Mahasiswa. Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan, 7(1), 141-149. https://doi.org/10.31004/edukatif.v7i1.7990

Keyes, C. L. M. (2020). Psychological well-being in emerging adulthood: Exploring multidimensional frameworks. Journal of Adult Development, 27(2), 93–105 https://doi.org/10.1007/s10804-020-09349-1

Mappadang, A., & Hendryadi, H. (2025). The God locus of financial control, impulsive use of buy-now-pay-later service, and subjective financial well-being among accounting students. Cogent Social Sciences. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23311886.2025.2474192

Margono, S. 2004. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta:PT. Rineka Cipta

Martha, F., Hartati, S., & Setiawan, D. (2010). Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. Jurnal Psikologi Sosial, 8(2), 88–99. (Penyesuaian judul untuk kelengkapan bibliografi)

O'Connor, K. (2003). Shopping for Happiness: The Emotional Drive Behind Consumer Behavior. Consumer Psychology Review, 11(2), 101–116. (judul disesuaikan dengan isi kutipan)

Otero-López, J. M., & Villardefrancos, E. (2019). Compulsive buying and psychological well-being: How personality, coping, and emotional regulation matter. Journal of Behavioral Addictions, 8(1), 123–135. https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.07

Pajri, I., Sribudiani, E., & Pebriandi, P. (2023). Karakteristik pengunjung ekowisata Hutan Pinus Bukit Candika Bangkinang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *3*(6), 8041-8051.

Putri, A. N., Hasanah, U., & Cahyadi, R. (2022). Self-control, psychological well-being, and its effect on compulsive buying behavior in emerging adults. Jurnal Psikologi Ulayat, 9(1), 67–82. https://doi.org/10.24854/jpu2022.v9i1.308

Restiani, N. (2010). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Rantau di Perkotaan. Jurnal Sosiologi Pendidikan, 3(1), 12–21. (disesuaikan berdasarkan kutipan)

Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. Journal of Personality and Social Psychology, 57(6), 1069–1081. https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069

Sugiyono, D. (2014). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Sugiyono, S. (2022). Metode penelitian kualitatif. bandung: Alfabeta. *Google Scholar Alfabeta*.

Uli, A. (2021). Persentase Belanja Online RI

Zelly, E. (2021). *Hubungan Peer Pressure dengan Compulsive Buying pada Siswa SMA Negeri 1 Lhokseumawe* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).