UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Upward Social Comparison (USC) terhadap Pemengaruh pada Perilaku Konsumsi Impulsif yang
Dimediasi oleh Kecemasan dan Adiksi Media Sosial.**
OCTOVI FENNY ANGELIA, Prof. Dr. Ir. Suci Paramitasari Syahlani, M.M.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Media sosial semakin membuka peluang terjadinya *upward social comparison* (USC), yaitu ketika pengguna membandingkan dirinya dengan pengguna lain atau pemengaruh yang dipersepsikan lebih unggul. Penelitian ini menguji pengaruh USC terhadap Perilaku Konsumsi Impulsif melalui kecemasan dan adiksi media sosial sebagai mediator dalam konteks Indonesia, dengan mengadopsi model Mundel et al. (2024).

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental dengan desain *cross-sectional*. Data dikumpulkan secara daring dari 572 pengguna aktif media sosial yang mengikuti pemengaruh dan setelah proses pembersihan diperoleh 551 sampel valid. Analisis dilakukan menggunakan *Partial Least Squares Structural* Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4.1.1.8 dan *bootstrapping* sebanyak 5.000 subsampel.

Enam dari tujuh hipotesis didukung. USC terhadap pemengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecemasan media sosial (β = 0,604) dan Perilaku Konsumsi Impulsif (β = 0,329). Kecemasan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap adiksi media sosial (β = 0,411), sedangkan adiksi media sosial berpengaruh terhadap Perilaku Konsumsi Impulsif (β = 0,275). Kecemasan tidak terbukti memediasi hubungan USC dan Perilaku Konsumsi Impulsif secara tunggal. Sebaliknya, adiksi media sosial terbukti menjadi mediator tunggal dan juga bagian dari mediasi serial melalui jalur USC Terhadap Pemengaruh → Kecemasan di Media Sosial → Adiksi Media Sosial → Perilaku Konsumsi Impulsif. Karena pengaruh langsung USC terhadap Perilaku Konsumsi Impulsif tetap signifikan, mediasi yang terjadi bersifat komplementer (parsial), bukan penuh.

Temuan ini menunjukkan bahwa adiksi media sosial menjadi mekanisme perilaku yang menghubungkan USC terhadap pemengaruh dengan tindakan konsumsi, sedangkan kecemasan berperan sebagai kondisi afektif yang mendahului terbentuknya adiksi. Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan strategi kurasi pemengaruh dan pemasaran digital yang lebih etis dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Upward Social Comparison, Pemengaruh, *Influencer*, USC, kecemasan media sosial, adiksi media sosial, Perilaku Konsumsi Impulsif, mediasi serial, PLS-SEM.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Upward Social Comparison (USC) terhadap Pemengaruh pada Perilaku Konsumsi Impulsif yang
Dimediasi oleh Kecemasan dan Adiksi Media Sosial.**
OCTOVI FENNY ANGELIA, Prof. Dr. Ir. Suci Paramitasari Syahlani, M.M.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Social media creates more opportunities for upward social comparison (USC), as users compare themselves with other users and influencers they perceive as superior. This study examines the effect of USC on Impulsive Consumption Behavior through social media anxiety and social media addiction as mediators in the Indonesian context, based on the model proposed by Mundel et al. (2024).

This study uses a quantitative, non-experimental approach with a cross-sectional design. Data were collected online from 572 active social media users who follow influencers, resulting in 551 valid samples after data cleaning. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4.1.1.8 and 5,000 bootstrap subsamples.

The results show that six of the seven hypotheses are supported. USC has a significant positive effect on social media anxiety (β = 0.604) and Impulsive Consumption Behavior (β = 0.329). Social media anxiety also has a significant positive effect on social media addiction (β = 0.411), while social media addiction affects Impulsive Consumption Behavior (β = 0.275). Social media anxiety does not mediate the relationship between USC and Impulsive Consumption Behavior on its own. In contrast, social media addiction acts as both a single mediator and part of a serial mediation pathway through anxiety (USC → Anxiety → Addiction → Impulsive Consumption Behavior). Since the direct effect of USC on Impulsive Consumption Behavior remains significant, the mediation is complementary (partial) rather than full.

Overall, the findings suggest that social media addiction is an important behavioral pathway linking USC to consumption behavior, while anxiety precedes the development of addiction. These findings have implications for influencer selection and more ethical and sustainable digital marketing strategies.

Keywords: Upward Social Comparison, Influencer, USC, social media anxiety, social media addiction, impulsive consumption behavior, serial mediation, PLS-SEM.