

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
BELANJA *ONLINE* MAHASISWA**



**Oleh:**

**Diani Tiona**

**1125143054**

**PSIKOLOGI**

**SKRIPSI**

**Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Mendapatkan Gelar  
Sarjana Psikologi**

**FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG  
SKRIPSI

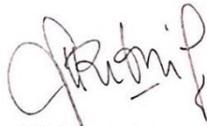
“PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA  
ONLINE PADA MAHASISWA“

”

Nama Mahasiswa : Diani Tiona  
Nomor Registrasi : 1125143054  
Jurusan/Program Studi : Psikologi  
Tanggal Ujian : 20 Agustus 2019

Pembimbing I

Pembimbing II



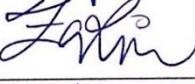
Fitri Lestari Issom, M.Si

Mauna, M.Psi

NIP. 198005212008012008

NIP. 198410142015042001

**Panitia Ujian/Sidang Skripsi/Karya Inovatif**

Nama	Tandatangan	Tanggal
Dr. Gantina Komalasari, M.Psi (Penanggungjawab)*		26/08/2019
Dr. Gungum Gumelar, M. Si (Wakil Penanggungjawab)**		22/08/2019
Dr. Phil. Zarina Akbar, M. Psi (Ketua Sidang)***		23/08/2019
Dr. Gungum Gumelar, M. si (Penguji I)****		22/08/2019
Erik, M.Si (Penguji II)****		23/08/2019

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Diani Tiona

Nomor Registrasi : 1125143054

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul **“PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE MAHASISWA ”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan November 2018 sampai dengan bulan Juli 2019.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi , saya yang bertanda tangan di bawahini:

Nama : Diani Tiona  
NIM : 1125143054  
Program Studi : Psikologi  
Fakultas : Fakultas Pendidikan Psikologi  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

### **“PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* MAHASISWA”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Agustus 2019

Yang menyatakan

  
Diani Tiona

**“ WAKTU TUHAN PASTI YANG TERBAIK, WALAU KADANG TAK  
MUDAH DI MENGERTI ”**

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua yang paling dicinta serta keluarga yang selalu menyayangi, mendukung dan selalu bersama dengan saya. Skripsi ini juga saya persembahkan untuk seluruh sahabat, dan teman dekat yang selalu menemani dan mendukung saya.

## **ABSTRAK**

**Diani Tiona**

Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Konsumtif Perilaku Belanja Online Mahasiswa.

**Skripsi**

**Jakarta: Program Studi Psikologi Fakultas**

**Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh Kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Skala konsumtif digunakan untuk mengukur variabel perilaku konsumtif belanja *online*, sementara skala kontrol diri digunakan untuk mengukur variabel kontrol diri .

Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pengumpulan data, dengan 200 mahasiswa universitas negeri jakarta. Data dianalisis menggunakan teknik analisis Regresi Sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online*. Dengan hasil negatif dapat diartikan jika kontrol diri meningkat perilaku konsumtif menurun begitu juga dengan sebaliknya.

Kata kunci : Perilaku konsumtif, control diri, Belanja online

## KATA PENGANTAR

Pujisyukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan segala karunianya, Skripsi yang berjudul “Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *onlin* mahasiswa ”.

Penulis skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan dan bimbingan orang-orang terdekat penulis. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Fitri Lestari Issom, M.Si., sebagai dosen pembimbing I dan juga sebagai teman diskusi yang telah memberikan bimbingan serta menyumbangkan waktu dan pikiran selama proses mengerjakan skripsi ini;
2. Ibu Mauna, M.Psi., sebagai dosen pembimbing II yang dengan sabar dan perhatian memberikan bimbingan, masukan dan motivasi selama proses mengerjakan skripsi ini;
3. Bapak Gumung Gumelar, M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D. selaku Wakil Dekan II Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu Mira Aryani, Ph.D. selaku Koordinator Program Studi Sarjana Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
6. Jajaran Dosen Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu selam ini.
7. Staf Tata Usaha Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Pak Haerudin, Pak Sanusi, Bang Adul, dan seluruh staff yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun pengurang irasah hormat, yang telah membantusegalaurusan administrasi selam ini.
8. Kedua orang tua yang tidak pernah putus untuk mendoakan, mendukung,

dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, serta saudara kandung yang selalu memberikan semangat kepada penulis.

9. Seluruh sahabat dan teman dekat ( Joice Pakasi, Efelina, Joice P, Jeveliene, Saskia) yang tidak pernah bosan menyemangati, membantudan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat kelas A , (Sonia, Citra, Raissa, Putri, Ismah, Naufal, Ali) serta teman kelas Psikologi A 2014 lainnya yang selama ini menemani dan selalu membantupenulis, baik dalam kegiatan di kampus dan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Seluruh pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu namuntak luput dari ucapan terima kasih ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak guna memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi sumbangan pemikiran bagi pihak yang membutuhkan atau pembacanya.

Jakarta, Agustus 2019

Diani Tiona

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Pembatasan Masalah .....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.6.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II.....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Perilaku Konsumtif.....	9
2.1.1 Definisi Perilaku konsumtif.....	9
2.1.2 Faktor Perilaku konsumtif .....	10
2.1.3 Aspek Perilaku Konsumtif .....	10
2.2 Definisi <i>online</i> .....	12

2.2	Kontrol Diri .....	13
2.2.1	Definisi Kontrol Diri .....	13
2.2.2	Dimensi Kontrol Diri .....	13
2.2.3	Faktor Kontrol .....	15
2.2.3	Aspek Kontrol Diri .....	16
2.4	Definisi Mahasiswa .....	16
2.5	Hubungan Perilaku Kontrol diri dengan Perilaku konsumtif .....	16
2.6	Kerangka Berfikir .....	17
2.7	Penelitian yang relevan .....	18
<b>BAB III</b>	.....	<b>20</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>20</b>
3.1	Tipe Penelitian .....	20
3.2	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	20
3.2.1	Definisi Konseptual.....	21
3.2.2	Definisi Operasional.....	21
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	22
3.3.1	Populasi .....	22
3.3.2	Sampel.....	22
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4.1	Instrumen kontrol diri .....	23
3.4.2	Instrumen konsumtif .....	23
3.5	Uji Coba Instrumen .....	26
3.5.1	Uji Coba Instrumen .....	27
3.5.2	Uji Coba Instrumen .....	29
3.6	Analisis Data .....	34
3.6.1	Uji Normalitas.....	34
3.6.2	Uji Linearitas.....	34
3.6.3	Uji Analisis Regresi .....	35
3.7	Hipotesis Statistik .....	36

<b>BAB IV.....</b>	<b>37</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Deskripsi Subjek .....	37
4.1.1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis kelamin .....	38
4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan fakultas .....	38
4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan usia .....	40
4.1.4 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Angkatan.....	41
4.2 Prosedur Penelitian.....	42
4.2.1 Persiapan Penelitian .....	42
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian .....	43
4.3 Hasil Analisis Data Penelitian .....	44
4.3.1 Uji Normalitas .....	44
4.3.2 Uji Hipotesis .....	45
4.3.3 Uji Linearitas .....	46
4.3.4 Uji Regresi .....	47
4.4 Pembahasan .....	49
4.5 Keterbatasan Penelitian .....	50
<b>BAB V.....</b>	<b>51</b>
<b>KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....</b>	<b>51</b>
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Implikasi.....	51
5.3 Saran.....	52
5.3.1 Bagi Mahasiswa .....	52
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>53</b>

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	56
------------------------	----

### DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi jenis kelamin subjek penelitian .....	37
Tabel 4.2 Distribusi fakultas subjek peneliti .....	38
Tabel 4.3 Distribusi berdasarkan usia subjek penelitian .....	40
Tabel 4.4 Distribusi berdasarkan angkatan subjek penelitian .....	41
Tabel 4.5 Uji normalisasi .....	44
Tabel 4.6 Uji Hipotesis .....	45
Tabel 4.7 Uji linearitas .....	48
Tabel 4.8 Uji regresi .....	47
Tabel 4.9 Model summery.....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 subjek berdasarkan jenis kelamin.....	38
Gambar 4.2 jumlah responden berdasarkan fakultas .....	39
Gambar 4.3 responden berdasarkan usia .....	41
Gambar 4.4 responden berdasarkan angkatan .....	42
Gambar 4.5 Lineritas .....	46





# BAB I

## Pendahuluan

### 1.1 Latar belakang masalah

Era globalisasi dapat dikatakan sebagai penyebaran kebiasaan-kebiasaan yang mendunia, hubungan dalam kehidupan sosial pada skala yang lebih besar termasuk pada negara Indonesia yang masih dalam kategori negara berkembang. Perkembangan teknologi dilihat dari kemudahan yang ditawarkan dalam mengakses informasi tersebut. Munculnya internet serta alat-alat komunikasi canggih yang menyebabkan informasi dapat diperoleh dengan mudah dan cepat, individu mengikuti perubahan mode agar lebih *up-to-date* dengan perkembangan zaman. Perubahan mode terjadi secara berkala cenderung membentuk individu menjadi konsumtif hingga pada tahap intensitas belanja yang terlalu sering. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 pengguna internet secara total di Indonesia yang tumbuh tipis hampir 8 persen menjadi 143,26 juta jiwa atau 54,68% dari total populasi 262 juta orang, dibandingkan hasil sebelumnya sebesar 132,7 juta jiwa (Nabila dalam APJII 2018). Hal ini berarti lebih dari setengah penduduk Indonesia merupakan pengguna internet.

Marknetter's menyatakan bahwa penggerak ekonomi pasar *website* jual beli *online* merupakan kaum muda, dengan rincian; remaja berumur 17-19 menempati urutan pertama (34%), dilanjutkan oleh berumur 20-28 (27%) kemudian berumur 28-35 (21%) dan diatas 35 tahun (18%). Dapat di simpulkan remaja lebih sering menggunakan jasa beli *online* (Kompas 2014). *Online* atau belanja via internet adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan

penjual atau pembeli secara langsung. *online shop* bukan hanya sekedar dianggap sebagai pemilihan dalam berbelanja, melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat (Sari & Andira, 2015). Dengan berbelanja *online*, konsumen akan mendapatkan pengalaman yang tidak bisa

didapatkan bila berbelanja secara konvensional. Jadi belanja *online* adalah proses jual-beli barang, jasa dan lain-lain yang dilakukan secara online tanpa bertemu dahulu antara penjual dan pembeli. Santrock (2011) menyatakan bahwa remaja yang hidup di zaman sekarang dihadapkan pada penawaran barang yang ditawarkan melalui media.

Remaja dalam bahasa aslinya disebut *adolescence*, berasal dari bahasa Latin *adolescence* yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”(Ali & Asrori, 2010). Perkembangan lebih lanjut, istilah *adolescence* sesungguhnya memiliki arti yang luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik Hurlock (dalam Ali & Asrori, 2010). Selain itu, Remaja disebut juga sebagai masa badai dan topan (*storm and stress*) yaitu masa yang menggambarkan ketegangan emosi. Oleh karena itu, remaja berada di posisi yang tidak jelas. Mereka sudah tidak termasuk golongan anak-anak, tetapi belum juga dapat diterima secara penuh untuk masuk ke golongan orang dewasa dari aspek kognitif, emosi, maupun fisik (Ali & Asrori, 2010). Jadi remaja adalah fase perkembangan manusia di mana terjadi transisi antara masa kanak-kanak ke masa dewasa dan mengalami perubahan biologis, psikologis, dan sosial.

Monks dkk (2006) menyatakan bahwa remaja mempunyai keinginan berbelanja yang tinggi, karena pada umumnya remaja memiliki ciri khas sendiri dalam berpakaian, berdandan, tingkah laku. Remaja selalu ingin berpenampilan menarik terutama dalam teman sebayanya. Remaja dalam hal ini adalah mahasiswa membentuk sebuah model untuk mengaktualisasikan dirinya. Individu yang memasuki masa kuliah rata-rata berusia 18-21 tahun dan termasuk dalam tahap perkembangan remaja akhir. Karena sebagian besar mahasiswa berada pada usia remaja, mereka cenderung untuk memiliki keingintahuan yang lebih akan hal-hal yang baru sehingga mereka tidak ragu untuk mencobanya (Sholihah & Kuswardani, 2011). Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda remaja yang mulai memasuki tahap dewasa Kholila (dalam Pariwang, 2018) menyatakan

bahwa teman-teman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Indikator lain yang mendukung pola perilaku konsumtif ini adalah banyaknya media yang menyerbu dengan itu mempermudah mahasiswa berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal di mana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan (Sumartono, 2002). Dalam hal ini dengan berbelanja mahasiswa merupakan kelompok yang berorientasi untuk belanja secara berlebihan karena mereka menyukai hal-hal baru termasuk juga posisinya sebagai konsumen. Remaja memiliki pilihan sendiri mengenai apa yang hendak dilakukan dengan uangnya dan menentukan sendiri produk apa yang ingin ia beli (Rosandi 2014). Mahasiswa yang berperilaku konsumtif cenderung mengikuti mode dengan membelanjakan uang untuk mengonsumsi barang-barang yang mendukung penampilannya. Banyak kalangan Mahasiswa yang menganggap kebutuhan seperti pakaian, sepatu, tas, kosmetik, aksesoris, handpone, dan barang-barang lainnya yang bermerek, membuat mereka mempunyai status sosial yang tinggi dan ditempatkan sebagai kebutuhan pokok, sehingga mahasiswa cenderung membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang tersebut.

Hal ini sejalan dengan pendapat Sumartono (dalam Hotpascaman, 2010) “Seseorang akan melakukan perilaku konsumtif dengan mengacu pada apa yang ditentukan oleh kelompok referensinya. Kelompok referensi dalam hal ini teman sebaya yakni sesama mahasiswa. Kenyataannya mereka saling berlomba untuk menunjukkan hal baru dari mereka dan berusaha mengikuti tren sekarang. Mahasiswa akan dianggap mengikuti perkembangan zaman apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan tren sekarang. Uang saku mahasiswa lebih dipentingkan untuk membeli sesuatu yang menjadi keinginan mereka dibanding dengan membeli perlengkapan kampus sebagai pendukung kuliah Nuru,dkk (2013). Mahasiswa umumnya membeli sesuatu tidak berdasarkan kebutuhan, akan tetapi lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan psikologis. Artinya berbelanja tidak hanya sekedar untuk mendapatkan produk yang diinginkan melainkan berbelanja telah menjadi suatu aktivitas yang sifatnya rekreasi untuk mendapatkan

kepuasan, berupa motif-motif sosial dan personal (Ekowati, 2009). Laporan tahunan yang dikeluarkan *We Are Social* menunjukkan, persentase masyarakat Indonesia yang membeli barang dan jasa secara *online* dalam kurun waktu sebulan di 2017 mencapai 41% dari total populasi, meningkat 15% dibanding tahun 2016 yang hanya 26% ( Kama 2018)

Survei terbaru lembaga riset di Januari 2018 mengungkapkan bahwa generasi millennial menjadi pembelanja terbanyak di bidang *e-commerce* yakni sebanyak 50% pada usia (25-34 tahun) sedangkan anak usia 15 -24 30%. Jadi usia 18-34 tahun mendominasi 80% daripada penggunaan *e-commerce*," papar *Business Development Director Snapcart Asia Pasifik* Felix Sugianto (Nabilla Tashand, 2018). Berdasarkan hasil yang ada Perilaku konsumtif pada mahasiswa yang paling terlihat adalah berbelanja daring (*online*). *Online shop* merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung *online shop* dapat melihat barang-barang di toko *online* (Loekamto, 2012). *Online shop* sama halnya dengan pasar tradisional atau modern yang ada di dunia nyata namun perbedaannya hanyalah pada cara bertransaksi atau proses jual belinya dengan menggunakan jaringan internet. Para pengguna jasa jual beli *online* ini dapat dengan mudah melihat pilihan barang dan harga yang akan dibelinya. Keunggulan pembelian secara *online* ini prosesnya dapat dengan mudah dimana lakukan cukup dengan membuka *web online shop* dengan sambungan jaringan internet. Banyaknya kemudahan-kemudahan yang diberikan *online shop*, mulai dari informasi yang lengkap, tampilan situs *online shop* yang menarik, proses pemesanannya yang mudah, proses pengiriman yang mudah, hingga waktu yang digunakan untuk berbelanja lebih irit mampu meningkatkan minat beli mahasiswa terutama berbelanja melalui *online shop*.

*Online shop* memberikan beragam kemudahan bagi konsumennya diantaranya adalah adanya penghematan biaya, barang bisa langsung diantar ke rumah, pembayaran dilakukan secara transfer, dan harga lebih bersaing (Sari, 2015). Kemudahan ini yang terus menerus akan mengakibatkan meningkatnya berperilaku konsumtif mahasiswa dengan memenuhi kebutuhan secara berlebihan atas dasar tertarik dengan produk yang ditawarkan lebih murah membuat mereka membeli barang secara *online*.

Dampak negatif dari perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa yang tidak memiliki keseimbangan antara pendapatan dengan pengeluarannya (boros). Dalam hal ini, perilaku tadi telah menimbulkan masalah ekonomi. Dampak lebih parah lagi jika pemenuhannya menggunakan cara yang tidak benar seperti korupsi dan tindak pidana lainnya (Wahidin, 2014). Dampak psikologis dari perilaku konsumtif adalah dapat menyebabkan *compulsive buying disorder* atau kecanduan belanja. Hal ini menyebabkan individu yang mengalami kecenderungan melakukan perilaku konsumtif tidak menyadari dirinya terjebak dalam sebuah siklus yang tidak dapat membedakan antara keinginan dan kebutuhan, sehingga pada akhirnya akan berdampak menjadi boros dan menghambur-hamburkan uang (Rajab, 2006). Selanjutnya adalah dampak sosial dari kecenderungan perilaku konsumtif dapat menciptakan kesenjangan antar sesama. Selain itu, individu dapat menarik diri dan tidak ingin bergaul dengan teman sebayanya karena merasa tidak dapat memenuhi gaya hidup seperti teman-temannya. Dampak ini akan menjadi bertambah besar jika teman-temannya yang mengucilkan atau menjauhi individu tersebut sehingga individu merasa sendiri dan terkucilkan (Rajab, 2006).

Sementara itu Calhoun dan Acocella (Ghufron & Rini, 2010) mengemukakan dua alasan yang mengharuskan mahasiswi mengontrol diri secara bertahap. Yang pertama, mahasiswi hidup bersama dengan kelompok sehingga dalam memuaskan keinginannya mereka harus mengontrol perilakunya agar tidak mengganggu kenyamanan orang lain yang berada disekitarnya. Sedangkan yang kedua, masyarakat mendorong mahasiswi untuk secara konstan menyusun standar kebutuhan yang lebih baik bagi dirinya. Sebagai mahasiswi, salah satu tugas perkembangan mahasiswi adalah mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok darinya dan kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa harus dibimbing, diawasi, didorong, dan diancam seperti hukuman yang dialami ketika mahasiswi masih berada pada tahap kanak-kanak.

Mahasiswa yang mampu mengontrol dirinya diharapkan akan mampu mengendalikan perilakunya dalam segala hal, melalui aktivitas atau kegiatan-kegiatan tertentu agar tidak mengarah pada perilaku yang sia-sia dan hanya membuang-buang waktu, dalam hal ini cenderung berperilaku konsumtif (Indah &

Herwanto 2015). Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian dari Anggreini & Maryanti (2014) yang menjelaskan bahwa mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif yang rendah karena mereka dapat menentukan barang yang sesuai dengan kebutuhan sebagai mahasiswa, mereka tetap membeli barang namun sesuai dengan kebutuhan perkuliahnya.

Kontrol diri yang dikemukakan oleh Averill (1973) ialah kontrol diri merupakan variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak penting atau penting dan kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang kuat, mereka mampu membuat pertimbangan prioritas dalam membeli, memilih antara yang penting dan tidak penting sebelum membuat keputusan untuk membeli. Sebaliknya, mahasiswa mempunyai kontrol diri yang lemah maka akan membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan prioritasnya.

Penggunaan kontrol diri yang optimal dapat menghindarkan individu dari penyimpangan perilaku sekaligus juga menjadikan individu dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan. Karakteristik orang yang mempunyai kontrol diri yang baik adalah lebih aktif mencari informasi dan menggunakannya untuk mengendalikan lingkungan, lebih perspektif, mempunyai daya tahan yang lebih besar terhadap pengaruh orang lain, mampu menunda kepuasan, lebih ulet, bersifat mandiri, mampu mengatur dirinya sendiri dan tidak mudah emosional. Chaplin (2006) berpendapat bahwa kontrol diri yaitu kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dalam artian kemampuan seseorang untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku impulsif.

Berdasarkan paparan di atas peneliti ingin meneliti tentang pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, identifikasi masalah sebagai berikut

1.2.1. Bagaimana perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa?

1.2.2. Bagaimana tingkat kontrol diri pada mahasiswa?

1.2.3. Apakah ada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Mahasiswa?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Batasan identifikasi masalah dalam penelitian adalah mengetahui pengaruh kontrol diri pada perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah , dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

“ Apakah terdapat Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa?”

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang psikologi, khusus dalam psikologi konsumen mengenai kontrol diri dalam perilaku konsumtif. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan dan penelitian selanjutnya.

#### **1.6.1. Secara Teoritis**

Sebagai sumbangan bagi perkembangan remaja mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif agar dapat memberi sumbangan pemikiran tentang dinamika perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa

### **1.6.2. Secara Praktis**

Dari hasil penelitian ini diharapkan

1.6.2.1. Bagi lembaga psikologi dapat memberikan masukan informasi tentang kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa

1.6.2.2. Bagi lanjutnya dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan untuk penelitian selanjutnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Definisi Perilaku Konsumtif

Kartodiharjo (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai sosial ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosiopsikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain. Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan. Sumartono (2002) menjelaskan, ada beberapa indikator perilaku konsumtif diantaranya membeli produk karena semata iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasan menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap prestige, membeli produk hanya sekedar *symbol* status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal di mana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan (Sumartono, 2002).

### **2.1.3 Faktor yang berperan dalam perilaku konsumtif belanja *online***

Menurut Sumartono (2002), munculnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa disebabkan oleh dua hal yaitu :

1. Faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri.
2. Faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok *social* dan referensi serta keluarga.

### **2.1.4 Aspek-aspek perilaku konsumtif Belanja Online**

Menurut Sumartono (2002), terdapat 7 aspek perilaku konsumtif pada mahasiswa:

1. Membeli produk karena hadiah yang menarik.

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut. Hal ini akan memberikan pemikiran kepada konsumen bahwa hanya dengan membayar satu produk konsumen akan mendapatkan produk lebih.

2. Membeli produk karena kemasan menarik. Konsumen remaja sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus secara rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi karena umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya hidup dan sebagainya dengan tujuan agar remaja selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain, membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

4. Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap *prestige*. Konsumen remaja cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah, individu akan merasa lebih percaya diri dan dihargai kalau barang-barang yang dikenakanya adalah produk mahal.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Remaja mempunyai kemampuan membeli yang tinggi, baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang hal eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang tinggi

6. Memakai produk karena unsur komformitas terhadap model yang mengiklankan. Remaja cenderung meniru perilaku tokoh yang 16 diidolanya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya

7. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Remaja akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis digunakan, hal ini dilakukan karena remaja cenderung ingin melihat perbedaan khasiat produk yang satu dengan yang lain.

Berdasarkan hasil yang sudah di dapat di atas, bahwa karakteristik perilaku konsumtif yang dikemukakan, lebih bersifat penjelasan keinginan seseorang dalam melakukan pembelian yang tidak berdasarkan kebutuhan yang berakibat menimbulkan keborosan yang bertujuan untuk memenuhi keinginan rasa puas sesaat. Membeli barang di luar jangkauan pun individu tetap merasa belum lengkap yang mengakibatkan membeli barang-barang baru, membeli barang yang berlebihan dan tidak jelas hanya untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan dan status sosial.

## **2.2 Definisi Belanja Online**

Turban dkk(2004), menjelaskan bahwa belanja *online* adalah kegiatan pembelian produk (baik barang ataupun jasa) melalui media internet. Kegiatan belanja *online* meliputi kegiatan *Business to Business* (B2B) maupun *Business to*

*Consumers (B2C)*. Sementara pada penelitian kegiatan belanja *online* dikaitkan dengan B2C karena kegiatan pembelian yang dimaksudkan adalah kegiatan pembelian yang digunakan oleh konsumen sendiri, tidak dijual kembali. Kegiatan belanja *online* di sini adalah transaksi yang bersifat ritel dengan pembeli individu, sehingga belanja *online* di sini adalah sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh individu secara *online*. Salah satu manfaat dalam belanja *online* adalah calon pembeli dapat melihat terlebih dahulu (produk) yang akan dibelinya melalui web yang ditawarkan oleh penjual. Kegiatan ini sering disebut dengan *searching*. Sikap belanja *online* ini pada dasarnya merupakan respons seseorang atas kegiatan transaksi pembelian. Respons ini boleh jadi bersifat menguntungkan atau malah merugikan. Keller (1993) selanjutnya menambahkan bahwa perilaku terhadap belanjaonline adalah mencerminkan tanggapan (*response*) konsumen atas sistem belanja *online* yang ditawarkan. Kuat tidaknya keinginan seseorang untuk berbelanja secara *online* akan bergantung pada besar kecilnya manfaat yang diterima saat berbelanja secara *online* dibanding dengan risiko yang mungkin dialaminya (Yu & Wu, 2007).

Menurut Ling (2010), perilaku membeli melalui media internet (*online shopping*) adalah proses membeli produk atau jasa melalui media internet. Keunikan dari proses membeli melalui media internet adalah, ketika konsumen yang potensial menggunakan internet dan mencari-cari informasi yang berkaitan dengan barang atau jasa yang mereka butuhkan. Secara lebih lengkap, perilaku membeli melalui media internet adalah tindakan konsumen dari mulai mengunjungi toko online yang bersangkutan, membuat pesanan untuk membeli produk atau jasa, serta menyetujui kontrak untuk menerima dan menggunakan pelayanan melalui media internet. Perilaku konsumtif belanja *online* adalah suatu tindakan yang cenderung mengeluarkan uang tanpa didasarkan pada pertimbangan yang rasional dengan tujuan memperoleh pemenuhan keinginan untuk memenuhi rasa puas pada saat itu, tanpa memikirkan manfaat barang, dan membeli barang demi mendapatkan status sosial. Merupakan bagian dari belanja *online* yang memiliki keinginan untuk memperoleh barang dengan melakukan perbelanjaan individu, menggambarkan keinginan dan kebutuhan individu untuk melakukan kegiatan berbelanja dalam media sosial. Pada dasarnya berbelanja

yang dimiliki individu berkaitan dengan gaya hidup yang dimiliki oleh individu secara umum.

### **2.3 Definisi Kontrol Diri**

Gottfredson dan Hirschi (1990) dalam teori umum tentang kontrol diri atau pengendalian diri, berpendapat bahwa individu dengan kontrol diri atau pengendalian diri yang rendah, memiliki karakteristik yang stabil yang meningkatkan seseorang untuk melakukan tindakan-tindakan pidana atau tindakan yang menyimpang lainnya dalam kehidupan bersosial, dengan demikian dibutuhkan penyesuaian diri individu dengan karakteristik teman yang berbeda.

Menurut Roberts (1975) kontrol diri komponen yang secara utuh (*integrative*) yang dilakukan individu terhadap lingkungannya. Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menggunakan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam kondisi yang berbeda atau bervariasi. Individu cenderung akan mengubah perilakunya sesuai dengan permintaan situasi sosial disekitarnya sehingga dapat mengatur kesan yang dibuat oleh perilakunya lebih responsif terhadap petunjuk situasional, lebih fleksibel, berusaha untuk memperlancar interaksi sosial, bersikap hangat dan terbuka.

Harter (1981) menyatakan bahwa dalam diri seseorang terdapat suatu sistem pengaturan diri (*self regulation*) yang memusatkan perhatian pada pengontrolan diri (*self-control*). Proses pengontrolan diri ini menjelaskan bagaimana diri mengatur dan mengendalikan perilaku dalam menjalani kehidupan sesuai dengan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku. Jika individu mampu mengendalikan perilakunya dengan baik maka ia dapat menjalani kehidupan dengan baik. Kontrol diri diperlukan untuk membantu individu dalam mengatasi kemampuannya yang terbatas serta dapat berguna untuk mengatasi berbagai hal yang dapat merugikan individu tersebut yang disebabkan oleh kondisi diluar dirinya (Kazdin, 1994).

Chaplin (2006) berpendapat bahwa definisi dari Kontrol diri merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dalam menekan dan merintang impuls atau tingkah laku yang bersifat impulsif. Kontrol diri ini berfungsi sebagai kemampuan untuk menahan tingkah laku yang dapat merugikan orang lain, dimana mereka memiliki kontrol diri yang baik juga dan akan mengikuti peraturan yang ada. Calhoun dan Acocella (dalam Ghufroon & Risnawita, 2014) menjelaskan 2 alasan yang mengharuskan individu mengontrol dirinya. Pertama, individu hidup sebagai makhluk sosial, berkelompok, sehingga individu harus menyesuaikan dengan kelompok dimana ia berada, agar tidak mengganggu kenyamanan orang lain. Kedua, individu hidup bermasyarakat sehingga, masyarakat secara tidak langsung juga menuntut individu untuk berperilaku yang baik sesuai standar yang baik. Selain itu, juga kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain, dan menutupi perasaannya

### **2.2.1 Dimensi Kontrol Diri**

Dimensi-dimensi kontrol diri menurut Averill (1973) adalah

1. Kontrol perilaku (*behavior control*). Kontrol perilaku menunjukkan kesiapan suatu respon yang secara langsung dapat mempengaruhi atau memodifikasi keadaan yang tidak menyenangkan. Kontrol perilaku dapat dibedakan menjadi dua yaitu:

A. Kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*), yaitu kemampuan individu menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan yaitu dirinya atau orang lain.

B. Kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*), yaitu kemampuan individu mengetahui cara dan waktu menghadapi stimulus yang tidak dikehendaki. Stimulus dapat dihadapi dengan menggunakan beberapa cara di antaranya adalah mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang

waktu diantara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, dan menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir serta membatasi intensitasnya.

2. Kontrol kognitif (*cognitive control*) Kontrol kognitif menunjukkan kemampuan individu mengolah informasi yang tidak dikehendaki dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis. Kontrol kognitif terdiri dari dua komponen yaitu:

A. Kemampuan memperoleh informasi (*information gain*), yaitu kemampuan individu mengantisipasi keadaan atau peristiwa baik atau buruk melalui pertimbangan yang objektif terhadap informasi yang diperoleh. Informasi mengenai keadaan yang tidak menyenangkan dapat membantu individu untuk mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan.

B. Kemampuan melakukan penilaian (*appraisal*), yaitu kemampuan menilai dan menafsirkan keadaan atau peristiwa tertentu dengan memperhatikan segi-segi positif secara objektif.

3. Kontrol keputusan (*decisional control*) Kontrol keputusan menunjukkan kemampuan individu menentukan hasil atau tujuan yang diinginkan. Kontrol keputusan dapat berfungsi dengan baik apabila terdapat kesempatan dan kebebasan dalam diri individu untuk memiliki berbagai kemungkinan tindakan.

Teori ini merupakan teori yang lengkap dan sudah mencakup aspek-aspek yang ingin diteliti karena itu teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, teori berdasarkan pendapat Averill.

### **2.2.2 Faktor-faktor yang memengaruhi kontrol diri**

Menurut Hurlock (1996) faktor-faktor yang memengaruhi diri adalah

A . Faktor internal.

Faktor internal yang mempengaruhi terhadap kontrol diri adalah usia dan kematangan. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang itu. Hurlock mengatakan bahwa remaja

yang memiliki kematangan emosi yaitu remaja tidak meledak-ledak di hadapan orang lain, akan tetapi menunggu di saat yang tepat. Menurut Hurlock (1996) kontrol diri akan berkembang setara dengan bertambahnya usia. Ketika remaja memasuki usia 14 tahun, mereka akan lebih lancar berbicara, lebih mempunyai kepercayaan diri, dan lebih mampu menahan godaan. Pada masa remaja kemampuan mengontrol diri berkembang seiring kematangan emosi.

#### B. Faktor eksternal.

Lingkungan keluarga terutama orangtua sangat menentukan bagaimana kemampuan kontrol diri seseorang. Oleh sebab itu jika orang tua menerapkan sikap disiplin kepada anak sejak dini, dengan cara yang konsisten maka sikap konsistensi ini akan melekat pada diri anak, sehingga hal ini akan menjadi kontrol diri baginya.

Berdasarkan penjelasan di atas maka kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku, yang mengandung makna yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Dengan cara kontrol perilaku merespon secara langsung dapat mempengaruhi atau memodifikasi, kontrol kognitif mampu mengolah informasi, kontrol keputusan menentukan keputusan untuk tujuan yang diinginkan. Semakin tinggi kontrol diri semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku.

#### **2.4 . Definisi Mahasiswa**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswa adalah mereka yang sedang belajar di perguruan tinggi. Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematangan pendirian hidup (Yusuf, 2012).

Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi (Siswoyo, Dwi dkk 2007).

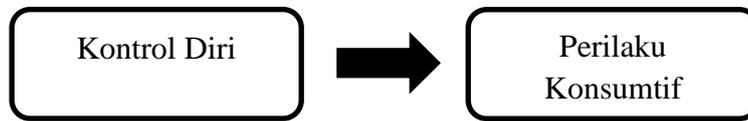
## **2.5 Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Mahasiswa**

Perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan, dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang mengikuti zaman. Remaja dalam perkembangan kognitif dan emosinya masih memandang bahwa itu sarana penting (bahkan lebih penting) dengan substansi. Apa yang dikenakan oleh seorang artis menjadi idola para remaja menjadi lebih penting (untuk ditiru) dibandingkan dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan oleh idola mereka untuk sampai pada kepopulerannya.

Utami dan Sumaryono (2008) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat ditekan dan bahkan dihindari apabila mahasiswa memiliki sistem pengendalian internal pada dirinya yang disebut dengan kontrol diri. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu membatasi setiap tindakan yang akan dilakukannya dan memiliki kepercayaan diri untuk tampil apa adanya. Sehingga mereka bisa berpikir terlebih dahulu atau mengevaluasi mana yang benar-benar menjadi kebutuhan, mana yang hanya sekedar untuk penampilan dan mana yang merupakan pengaruh dari teman-teman dengan dasar untuk kekompakkan dan kesepakatan kelompok yang membuat mahasiswi terpaksa mentaati norma yang ada dalam kelompok. Semakin mahasiswi mempunyai keyakinan dan pandangan yang positif mengenai dirinya, maka pengaruh dari teman-teman tidak menimbulkan dampak yang kuat pada perilakunya. Begitu pula sebaliknya semakin negatif mahasiswi mempersepsikan dirinya maka keyakinan akan dirinya dari segi penampilan secara fisik akan semakin mudah terpengaruh oleh pengaruh sosialnya. Kerangka pemikiran pada penelitian ini menunjukkan

bahwa kontrol diri merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa.

## 2.5 Kerangka Berpikir



Kerangka pemikiran pada penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, namun perilaku konsumtif dapat ditekan bahkan dihindari apabila mahasiswi memiliki kontrol diri, yang tinggi karena mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu mengendalikan perilakunya, sehingga tidak mudah terpengaruh atau terjerumus yang menuju pada perilaku konsumtif.

## 2.7 Penelitian yang relevan

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai variabel Kontrol diri dan perilaku konsumtif . Berikut ini beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Peneliti : Jessica Gumulya, Mariyana Widiastuti  
 Judul Penelitian :Pengaruh Konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul  
 Tahun Penelitian : 2013  
 Hasil Penelitian : Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Hasil perilaku mahasiswa Universitas EsaUnggul tergolong dalam perilaku konsumif rendah,  $H_a$  di tolak  $H_o$  di terima artinya tidak ada pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. .

2. Peneliti : Anggraini Bhuwaneswary  
Judul Penelitian : Perilaku Belanja *online* dan kontrol diri mahasiswa Belitung di Yogyakarta  
Tahun : 2016  
Hasil Penelitian : Terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja Online pada Mahasiswa Dari hasil kontrol diri (73,2%) pada kategori sedang dan (71,7%) yang belanja *online* dengan kategorisasi rendah.
  
3. Peneliti : Nurul Wahida  
Judul Penelitian : Pengaruh perilaku konsumtif Terhadap gaya hidup mahasiswa pendidikan ekonomi Fkip Untar  
Tahun : 2013  
Hasil penelitian : Perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan ekonomi termasuk dalam kategori cukup tinggi sebesar 56,48%.
  
4. Peneliti : Reisyi Dhia Aini  
Judul Penelitian : hubungan kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas “X” di Yogyakarta  
Tahun : 2016  
Hasil penelitian : Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini diterima

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### 3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif dalam usaha menguji hipotesis yang ditemukan. Menurut Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan diawal penelitian.

Penelitian ini merupakan tipe penelitian yang melihat pengaruh antar variabel, yaitu penelitian yang bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara variabel kontrol diri terhadap variabel Perilaku Konsumtif. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut

#### 3.2 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian, akan ada fokus tentang apa yang diteliti yang disebut sebagai variabel penelitian. Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang memiliki variasi dan dipelajari oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang diteliti, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

*3.2.1 Variabel Independen* merupakan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab dari perubahan atau timbulnya *variabel*

*dependen* (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi *variabel independen* adalah kontrol diri .

3.2.2. *Variabel Dependen* merupakan variabel output atau variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, disebabkan oleh adanya variabel bebas. Sedangkan yang menjadi variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa.

### 3.3 Definisi Konseptual

#### 3.3.1 *Definisi konseptual perilaku konsumtif belanja online*

Perilaku konsumtif belanja *online* adalah suatu tindakan yang cenderung mengeluarkan uang tanpa didasarkan pada pertimbangan yang rasional dengan tujuan memperoleh pemenuhan keinginan untuk memenuhi rasa puas pada saat itu, tanpa memikirkan manfaat barang, dan membeli barang demi mendapatkan status sosial, dengan menggunakan media sosial.

#### 3.3.2 *Definisi konseptual kontrol diri*

Kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku, yang mengandung makna melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Dengan cara kontrol perilaku merespon secara langsung dapat mempengaruhi atau memodifikasi, kontrol kognitif mampu mengolah informasi, kontrol keputusan menentukan keputusan untuk tujuan yang diinginkan semakin tinggi kontrol diri semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku.

### 3.4 Definisi Operasional variabel penelitian.

#### 3.4.1 Definisi Operasional

##### 3.2.2.1 *Definisi operasional perilaku konsumtif belanja online*

Perilaku konsumtif yaitu skor total yang diperoleh dari Instrumen perilaku konsumtif Sumantono yang mengukur keinginan berbelanja yang terus menerus tanpa memikirkan manfaat barang tersebut. membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasan menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap *prestige*, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur komformitas terhadap model yang mengiklankan.

#### 3.4.1 Definisi operasional kontrol diri

Kontrol diri merupakan skor total penilaian individu yang dialaminya berdasarkan dua aspek yaitu aspek internal yang terdiri dari eksternal terhadap kontrol perilaku, kontrol kognitif dan kontrol perilaku. Kontrol diri diukur menggunakan Averill 1973.

### 3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan obyek atau subyek dari suatu wilayah yang memiliki karakteristik tertentu (Sugiyono, 2016). Karakteristik dari suatu populasi ditetapkan terlebih dahulu oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNJ

#### 3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Sampel dibutuhkan saat kondisi populasi berjumlah sangat besar dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga, dan waktu (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, sampel yang diambil oleh peneliti adalah mahasiswa S1 UNJ 2017-2018 berusia 17-19 tahun semua fakultas di UNJ

*Purposive sampling* adalah salah satu teknik *sampling non random sampling* dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri

khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Berdasarkan penjelasan *purposive sampling* tersebut, ada dua hal yang sangat penting dalam menggunakan teknik sampling tersebut, yaitu non random sampling dan menetapkan ciri khusus sesuai tujuan penelitian oleh peneliti itu sendiri. Adapun karakteristik samplingnya sebagai berikut :

- A. Mahasiswa yang aktif sedang kuliah S1 di UNJ
- B. Belanja *online* minimal 3-4 kali/ bulan
- C. Mempunyai akun berbelanja *online*
- D. Setiap fakultas mewakili 25 responden

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini instrumen yang di gunakan adaptasi dari sebelumnya yang sesuai dengan kebutuha teori. Skala yang di gunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert.

#### 3.6.1 Instrumen alat ukur kontrol diri

Untuk mengukur variabel kontrol diri alat ukur yang digunakan diadaptasi dari instrumen alat ukur reisyi dhia aini dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta tahun 2015. Menggunakan alat ukur yang Averill dengan skala ini mengukur tiga aspek kontrol diri, yaitu:

- a. Kontrol perilaku (*behavioral control*)
- b. Kontrol kognitif (*cognitive control*)
- c. Kontrol dalam pengambilan keputusan (*decisional control*)
- d.

**Tabel 3.1 Bobot Nilai**

Pernyataan	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Sesuai ( <b>SS</b> )	4	1
Sesuai ( <b>S</b> )	3	2
Tidak Sesuai ( <b>TS</b> )	2	3
Sangat Tidak Sesuai ( <b>STS</b> )	1	4

2. Sangat Tidak Sesuai ( STS), apabila subjek merasa sangat tidak sesuai dengan pertanyaan yang di berikan
3. Tidak Setuju (TS), apabila subjek tidak sesuai dengan pertanyaan yang di berikan
4. Sesuai (S), apabila subjek sesuai dengan pertanyaa yang diberikan
5. Sangat Sesuai (SS), apabila subjek merasa sangat sesuai dengan pertanyaan yang di berikan

## 3.2 Blue print intrumen kontrol diri

**Tabel 3.2 Blue Print Kontrol Diri**

Dimensi	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Total
1. Kontrol perilaku	1. Mengendalikan keinginan dalam Diri	1		1
	2. Mengendalikan situasi di luar dirinya		2,3	2
	3. Dapat mengendalikan Situasi	4,5		2
2. Kontrol kognitif	1. Menilai keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif secara objektif	7,9	6,9	4
	2. Mengantisipasi keadaan yang tidak menyenangkan	11,14	10,12,13	5
3. Kontrol dalam pengambilan keputusan	1. Memilih tindakan berdasarkan apa yang di yakini	16	15,17,18,19	5
	2. Menentukan pilihan sebelum bertindak	20,21,22	23,24	4
Total				24

### 3.6.2 Instrumen alat ukur konsumtif

Untuk mengukur variabel konsumtif alat ukur yang digunakan diadaptasi dari instrumen alat ukur reisyi dhia aini dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta tahun 2015. Menggunakan alat ukur yang sumartono dengan skala perilaku konsumtif dikembangkan berdasarkan aspek-aspek Sumartono (2002). Skala ini mengukur delapan aspek perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Membeli barang karena hadiah yang menarik.
- b. Membeli barang karena kemasannya yang menarik
- c. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi.
- d. Membeli barang karena ada program potongan harga.
- e. Membeli barang untuk menjaga status sosial.
- f. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang.
- g. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri
- h. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan *merk* yang berbeda

Tabel 3.3 *Blue Print* Instrumen Konsumtif

Dimensi	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	<i>Total</i>
1. Pembelian produk tanpa pertimbangan yang cenderung berlebihan	1. Membeli barang karena hadiah yang menarik	1,2,3,4,		4
	2. Membeli barang karena kemasannya yang menarik	5,6 7,8,9		2
	3. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi	10,11,12		3
	4. Membeli barang karena ada program potongan harga			3
2. Fungsi Simbolik yang dimiliki suatu produk meningkatkan status individu	1. Memberi barang yang dianggap menjaga status sosial	13,14,15,16		4
	2. Memberi barang karena pengaruh model yang mengiklankan	17,18,19,21		4
	3. Memberi barang dengan harga mahal akan			

	menambah kepercayaan diri	22,23,24		3
	4. Membeli barang dengan dua jenis yang sama dengan merk berbeda	25,26,27,28		4
<b>Total</b>				<b>28</b>

### 3.3.5 Uji Coba Instrumen

Uji coba instrumen berfungsi untuk menentukan validitas dan reliabilitas pada instrumen yang digunakan sebelum dipakai kembali untuk data final. Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah instrumen yang digunakan sudah mengukur variabel yang seharusnya diukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah instrumen memiliki konsistensi hasil ukur yang sama di setiap pengukuran yang dilakukan pada variabel yang sama. Peneliti menggunakan SPSS 18.0 untuk instrumen kontrol dan Microsoft Excel untuk instrumen perilaku konsumtif untuk menguji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini. Uji coba dilakukan pada 50 orang responden pada mahasiswa universitas negeri jakarta

Uji validitas menggunakan kriteria nilai r yaitu membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel.

1. Jika nilai r hitung  $>$  nilai r tabel maka item dinyatakan valid dan dapat digunakan.
2. Jika nilai r hitung  $<$  nilai r tabel maka item dinyatakan tidak valid sehingga tidak dapat digunakan kembali.

Rangkuti dan Wahyuni (2017) menjelaskan bahwa reliabilitas instrumen mengacu kepada konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur instrumen tersebut dan mengandung makna kecermatan pengukuran.

**Tabel 3.4**

**Kaidah Reliabilitas oleh Guilford**

<b>Koefisien Reliabilitas</b>	<b>Kriteria</b>
>0,9	Sangat Reliabel
0,7 – 0,9	Reliabel
0,4 – 0,69	Cukup Reliabel
0,2 – 0,39	Kurang Reliabel
<0,2	Tidak Reliabel

Sumber: (Rangkuti & Wahyuni, 2017)

### 3.3.6 Hasil Uji Coba Instrumen Kontrol diri

Skala kontrol diri yang digunakan dalam penelitian ini termasuk skala unidimensional. Perhitungan uji coba validitas dan uji coba reliabilitas dilakukan secara bersamaan untuk seluruh item pada skala kontrol diri. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas didapatkan butir-butir soal yang gugur. Hasil uji validitas terhadap kontrol diri adalah sebagai berikut;

**Tabel 3.5**

**Hasil Uji Validitas Skala Kontrol Diri**

<b>Skala</b>	<b>Item</b>	<b>Item yang Dapat</b>
--------------	-------------	------------------------

	<b>Gugur</b>	<b>Digunakan</b>
Kontrol Diri	6,14,15,19	1,2,3,4,5,7,8,9,10,11,12,13, 14,6,17,18,19,20,21,22,23
<b>Total</b>	4	23

Berdasarkan hasil uji validitas skala kontrol diri dapat diketahui bahwa terdapat dua butir soal yang gugur yaitu item nomor 6,14,15 . Dengan demikian, dari 23 butir soal pada instrumen kontrol diri , terdapat 20 butir soal yang dapat digunakan untuk mengukur variabel kontrol diri pada uji final. Berikut ini adalah *blueprint* akhir untuk instrumen

**Table 3.8 Validasi instrumen kontrol diri**

Dimensi	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
1. Kontrol perilaku	1. Mengendalikan keinginan dalam Diri	1		1
	2. Mengendalikan situasi di luar dirinya		2,3	2
	3. Dapat mengendalikan Situasi	4,5		
2.Kontrol kognitif	1. Menilai keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif secara objektif	7,9	6*,9	4

	2. Mengantisipasi keadaan yang tidak menyenangkan	11,14*	10,12,13	5
3.Kontrol dalam pengambilan keputusan	1. Memilih tindakan berdasarkan apa yang di yakini	16	15*,17,18,19*	5
	2. Menentukan pilihan sebelum bertindak	20,21,22	23	4
Total				23

Keterangan : Nomor *item* dengan tanda bintang (\*) adalah *item* yang gugur

**Tabel 3.6**

<b>ITEM</b>	<b>Indeks</b> <b>Daya</b> <b>Diskriminasi</b> <b>(Corrected</b> <b>Item)</b>								
<b>1</b>	,544	<b>6</b>	,123	<b>11</b>	,543	<b>16</b>	,444	<b>21</b>	,487
<b>2</b>	,567	<b>7</b>	,448	<b>12</b>	,362	<b>17</b>	,703	<b>22</b>	,587
<b>3</b>	,488	<b>8</b>	,552	<b>13</b>	,769	<b>18</b>	,587	<b>23</b>	,570
<b>4</b>	,343	<b>9</b>	,345	<b>14</b>	,288	<b>19</b>	-117		
<b>5</b>	,543	<b>10</b>	,570	<b>15</b>	-,223	<b>20</b>	,567		

;

**Tabel 3.7****Koefisien Reliabilitas Item Skala Kontrol diri**

<b>Skala</b>	<b>Koefisien Reliabilitas</b>	<b>Kriteria</b>
Kontrol diri	0,84	Reliabel

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa skala kontrol diri memiliki nilai reliabilitas item sebesar 0,84 sehingga termasuk dalam kategori “ reliabel”.

**3.3.7 Hasil Uji Coba Instrumen Konsumtif**

Skala konsumtif yang digunakan dalam penelitian ini termasuk skala unidimensional. Perhitungan uji coba validitas dan uji coba reliabilitas dilakukan secara bersamaan untuk seluruh item pada skala konsumtif . Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas didapatkan butir-butir soal yang gugur. Hasil uji validitas terhadap skala konsumtif adalah sebagai berikut;

**Tabel 3.8****Hasil Uji Validitas Skala Konsumtif**

<b>Skala</b>	<b>Item Gugur</b>	<b>Item yang Dapat Digunakan</b>
Perilaku Konsumtif	6,9,12,23	1,2,3,4,5,7,8,9,10,11,13,14, 15,16,17,18,19,20,21,22,24, 25,26,27,28
<b>Total</b>	4	24

Berdasarkan hasil uji validitas skala konsumtif dapat diketahui bahwa terdapat dua butir soal yang gugur yaitu item nomor 6,9,12,23. Dengan demikian, dari 28 butir soal pada instrumen perilaku konsumtif, terdapat 24 butir soal yang dapat digunakan untuk mengukur variabel perilaku konsumtif pada uji final. Berikut ini adalah *blueprint* akhir untuk instrumen

**Table 3.9 Validasi Instrumen Konsumtif**

Dimensi	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	<i>Total</i>
1. Pembelian produk tanpa pertimbangan yang cenderung berlebihan	1. Membeli barang karena hadiah yang menarik	1,2,3,4,		4
	2. Membeli barang karena kemasannya yang menarik	5,6*		
	3. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi	7,8,9*		2
	4. Membeli barang karena ada program potongan harga	10,11,12*		3
				3
2. Fungsi Simbolik yang dimiliki suatu produk meningkatkan status	1. Memberi barang yang didianggap menjaga status sosial	13,14,15,16		4
	2. Memberi barang karena pengaruh model yang mengiklankan	17,18,19,21		

individu	3. Memberi barang dengan harga mahal akan menambah kepercayaan diri			4
	4. Membeli barang dengan dua jenis yang sama dengan merk berbeda	22,23*,24		3
		25,26,27,28		4
<b>Total</b>				<b>23</b>

Keterangan : Nomor *item* dengan tanda bintang (\*) adalah *item* yang gugur

**Tabel 3.10**

Indeks	Indeks	Indeks	Indeks	Indeks
ITEM Daya Diskriminasi (Corrected Item)				
1 ,355	7 ,625	13 ,559	19 ,559	25 ,516
2 ,724	8 ,592	14 ,585	20 ,585	26 ,550
3 ,616	9 ,234	15 ,677	21 ,677	27 ,615

<b>4</b>	,333	10	616	16	,384	22	,465	28	,520
<b>5</b>	,303	11	,323	17	,534	23	,141		
<b>6</b>	-,040	12	-,065	18	,724	24	,456		

**Tabel 3.11**

**Koefisien Reliabilitas Item Skala perilaku konsumtif**

<b>Skala</b>	<b>Koefisien Reliabilitas</b>	<b>Kriteria</b>
Konsumtif	0,88	Reliabel

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa skala perilaku konsumtif memiliki nilai reliabilitas item sebesar 0,88 sehingga termasuk dalam kategori “reliabel”.

### **3.5 Analisis Data**

Bagian ini menjelaskan mengenai analisa data yang dilakukan dalam penelitian penentuan uji statistik dan uji hipotesis

#### **3.5.1 Statistik**

Proses analisis data pada penelitian ini menggunakan pemodelan spss untuk mendapatkan skor murni (*true score*) dengan aplikasi spss dan pada pengujian hipotesis perhitungannya dengan menggunakan aplikasi SPSS.

### 3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran data yang telah dikumpulkan. Data yang digambarkan berupa tabel ataupun grafik untuk mengetahui modus, median, mean dan persebaran data melalui standar deviasi atau presentasi dari data demografi yang telah terkumpul (Sugiyono, 2016).

### 3.5.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan diolah berdistribusi normal atau tidak. Dalam melakukan uji normalitas digunakan sistem SPSS, apabila hasil signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya normalitas data terpenuhi (Rangkuti & Wahyuni, 2017).

### 3.5.4 Uji Linieritas

Uji statistik dengan teknik analisis regresi dapat dilakukan apabila data yang diolah memenuhi uji asumsi linieritas. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan sistem SPSS dengan melihat apakah hasil signifikannya lebih kecil dari 0,05 atau lebih besar, jika lebih kecil hal tersebut menandakan bahwa kedua variabel bersifat linier satu sama yang lain.

### 3.5.5 Menguji hipotesis

#### 3.5.5.1 Uji analisis regresi

Analisis regresi dilakukan untuk menentukan prediksi suatu variabel (Rangkuti, 2017). Jenis teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah satu analisis regresi karena hanya berisi satu variabel prediksi. Di bawah ini adalah persamaan regresi garis tunggal dengan satu variabel prediksi

#### **Rumusan regresi linier sederhana**

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

y : variabel dependen

a : konstanta

b : koefisien prediktor

x : variabel prediktor

Interpretasi uji regresi adalah sebagai berikut (Rangkuti dan Wahyuni, 2017)

- a. Jika p lebih kecil dari taraf signifikansi, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.
- b. Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima

### 3.7 Hipotesis Statistik

Adapun yang akan dijelaskan pada bagian ini antara lain

1) Perumusan hipotesis dan

2) hipotesis penelitian .

#### 3.5.5.2.1 perumusan hipotesis

Adapun perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$H_0 : r = 0$$

$$H_a : r \neq 0$$

Keterangan :

$H_0$  = Hipotesis nol

$H_a$  = Hipotesis alternative

#### 3.5.5.2.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antar kontrol diri dengan Perilaku konsumtif belanja *onlineshop*

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online*

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Subjek

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 200 orang responden. Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta adalah karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian. Gambaran karakteristik sampel penelitian yaitu sebagai berikut;

##### 4.1.1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.1

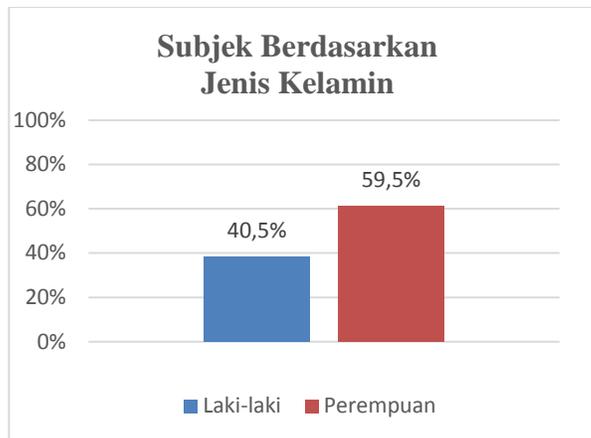
di bawah ini;

**Tabel 4.1**

**Distribusi Jenis Kelamin Subjek Penelitian**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>N</b>	<b>Presentase</b>
Laki-laki	81	40,5%
Perempuan	119	59,5%
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data pada tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah subjek perempuan (119) dalam penelitian ini lebih banyak dibandingkan dengan jumlah subjek laki-laki (81). Berikut ini adalah gambaran subjek berdasarkan jenis kelamin yang disajikan dalam bentuk grafik;



**Gambar 4.1**

#### **Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

#### **4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jurusan**

Gambaran subjek penelitian berdasarkan jurusan disajikan pada tabel 4.2 di bawah ini;

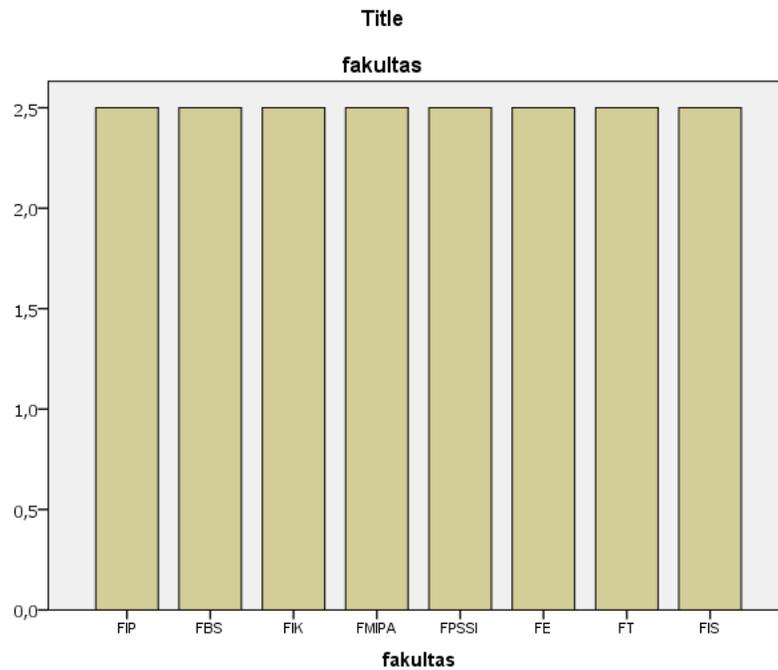
**Tabel 4.2**

#### **Distribusi Fakultas Subjek Penelitian**

<b>Fakultas</b>	<b>N</b>	<b>Presentase</b>
FIS	25	12,5%
FIK	25	12,5%
FT	25	12,5%
FMIPA	25	12,5%

FE	25	12,5%
FBS	25	12,5%
FPSSI	25	12,5%
FIP	25	12,5 %
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa semua fakultas memiliki persenan yang sama 12,5%, dikarenakan jumbalh responden sama di setiap fakultas.



**Gambar 4.2 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Fakultas**

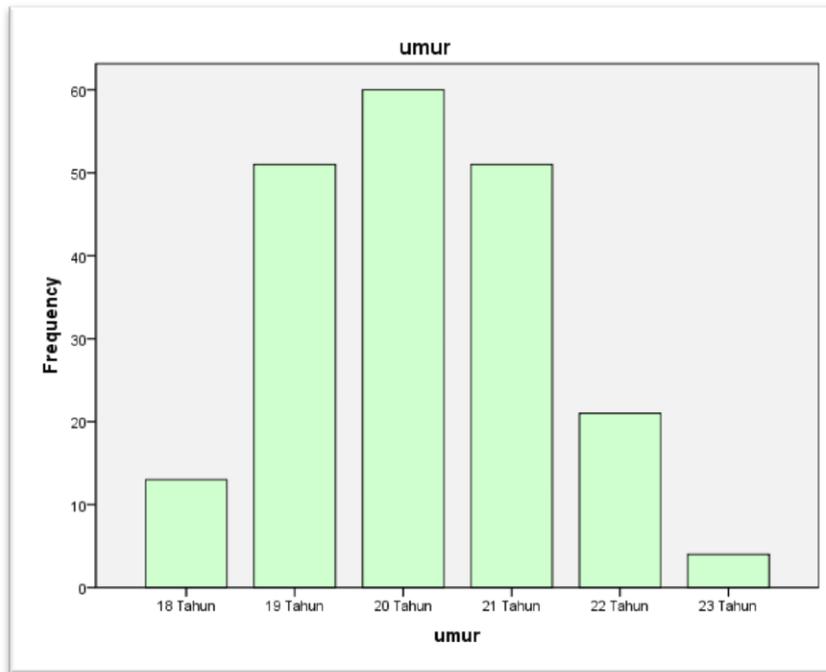
#### 4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Gambaran subjek penelitian berdasarkan asal sekolah disajikan pada tabel 4.3 di bawah ini;

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Subjek Penelitian Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>N</b>	<b>Presentase</b>
18 Tahun	13	6,5%
19 Tahun	51	25,5%
20 Tahun	60	30%
21 Tahun	51	25%
22 Tahun	21	10,5%
23 Tahun	4	2%

Terlihat bahwa dari 200 responden yang diteliti terdiri dari 6,5% atau 13 orang responden berusia 18 25,5% atau 51 responden berusia 19 tahun, 30 % atau 60 orang responden berusia 20, 25% atau 51 orang responden berusia 21 tahun, 10,5 % atau 21 responden berusia 22 dan 2 % atau 4 orang responden berusia 23 tahun.



**Gambar 4.3**

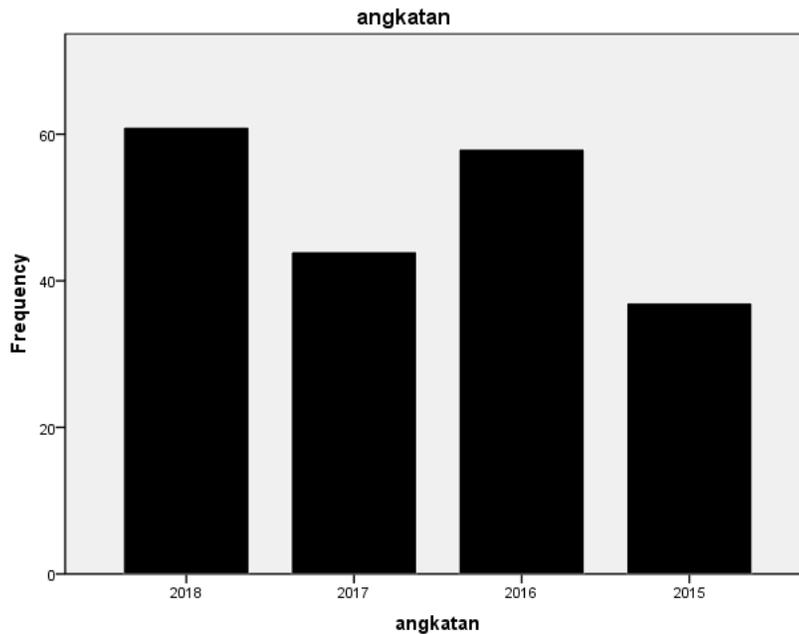
**Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Usia**

**Tabel 4**

**Distribusi Penelitian berdasarkan angkatan**

<b>Tahun angkatan</b>	<b>N</b>	<b>Presentase</b>
2018	61	30,5%
2017	44	22 %
2016	58	29%
2015	37	18,5%

Bahwa dari 200 responden terdiri dari 30,5% % atau 61 orang responden angkatan tahun 2018, 22 % atau 44 responden angkatan tahun 2017, 29 % atau 58 responden angkatan tahun 2016, dan 18.4% atau 37 responden angkatan 2015.



**Gambar 4.4**

### **Distribusi Jumlah Responden berdasarkan Angkatan**

## **4.2 Prosedur Penelitian**

### **4.2.1 Persiapan Penelitian**

Pada tahap pertama, peneliti melakukan pencarian fenomena yang sedang banyak terjadi di dunia perkuliahan, khususnya pada mahasiswa, melalui berbagai sumber bacaan seperti berita online dan artikel jurnal. Dari pencarian tersebut didapatkan bahwa masalah yang terjadi saat ini pada mahasiswa adalah perilaku konsumtif terhadap *olineshop*. Fenomena *olineshop* yang banyak terjadi di kalangan Mahasiswa. Oleh karena itu atas persetujuan dosen pembimbing penelitian ini sampel penelitian Mahasiswa yang berada di Universitas Negeri Jakarta

Tahap selanjutnya, peneliti mengonsultasikan temuan fenomena tersebut kepada dosen pembimbing. Setelah berdiskusi, peneliti dan dosen pembimbing memutuskan untuk menjadikan perilaku Konsumtif dalam penelitian ini. Kemudian, peneliti ditugaskan oleh dosen pembimbing untuk membaca berbagai macam jurnal penelitian agar menemukan variabel independen yang memiliki keterkaitan dengan variabel pertama. Selanjutnya, peneliti mengajukan variabel Kontrol diri sebagai variabel independen kepada dosen pembimbing hingga mendapatkan persetujuan.

Tahap yang dilakukan selanjutnya adalah memilih instrumen penelitian yang tepat sesuai dengan fenomena yang telah dipilih. Pada variabel konsumtif, peneliti mengadaptasi skala Konsumtif yang dikembangkan oleh Sumartono 2002. Pada skala tersebut, peneliti. Kemudian, pada skala kontrol diri, yang dikembangkan oleh avrill 1973 pada tahun 1969. Setelah mendapatkan persetujuan dosen pembimbing, peneliti melakukan tahap *expert judgement* untuk memvalidasi instrumen tersebut agar siap digunakan untuk subjek.

Berikutnya adalah tahap uji coba instrumen Konsumtif yang dilakukan peneliti dengan cara menyebarkan kuisioner variabel konsumtif kepada 50 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Dari uji coba tersebut peneliti mendapatkan 4 *item* gugur dan 24 *item* lainnya valid sehingga dapat digunakan untuk perhitungan instrumen saat uji final.

Selanjutnya tahap uji coba instrumen kontrol diri yang dilakukan peneliti dengan cara menyebarkan kuisioner variabel Kontrol diri kepada 50 Mahasiswa. Dari uji coba tersebut, peneliti mendapatkan 3 *item* yang gugur dan 19 *item* lainnya valid sehingga dapat digunakan untuk perhitungan instrumen saat uji final.

#### **4.2.2 Pelaksanaan Penelitian**

Penyebaran instrumen final dilaksanakan pada tanggal 16 sampai dengan 30 Juli 2018 menggunakan instrumen yang sudah dinyatakan valid pada tahap *expert*

*judgement*. Sebelum melakukan pengambilan data final, peneliti meminta permohonan izin penelitian kepada mahasiswa-mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Setelah permohonan izin yang diajukan peneliti mendapatkan persetujuan dari mahasiswa, kemudian peneliti menyebarkan kuisioner kepada mahasiswa yang berada di kampus Universitas negri jakarta .

### 4.3 Hasil Analisis Data Penelitian

#### 4.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas pada kedua variabel menggunakan SPSS 18, jika nilai  $p > 0,05$ , maka penyebaran data tergolong normal (Rangkuti & Wahyuni, 2017). Hasil uji normalitas pada kedua variabel dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini;

**Tabel 4.5**  
**Uji Normalitas**

<b>Variabel</b>	<b>Nilai D</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>Interpretasi</b>
Kosumtif	1,00	0,05	normal
Kontrol Diri	1,00	0,05	normal

Berdasarkan data yang telah diperoleh di atas, dapat dilihat bahwa nilai distribusi norma, dengan menggunakan cara Log x dan log Y yang terdapat di spss.

#### Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi untuk pengujian hipotesis. Analisis regresi dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan penelitian yang belum tercapai saat uji korelasi. Hipotesis alternatif yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi satu prediktor di SPSS 18.0 Berikut ini adalah hasil perhitungannya;

Tabel 4.6

## Uji Hipotesis

<b>F Hitung</b>	<b>F Tabel (df 1 : 199)</b>	<b>Nilai p</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>Interpretasi</b>
37,575	199	0,00	0,05	Terdapat pengaruh yang signifikan

Kriteria pengujian:

Ho ditolak jika F hitung > F tabel dan nilai p < 0,05

Ho diterima jika F hitung < F tabel dan nilai p > 0,05

Berdasarkan tabel signifikansi 0,000 kurang dari taraf signifika = 0,05, maka H0 ditolak. Artinya ada perbedaan yang signifikan antara rata-rata nilai sebelum perlakuan dengan rata-rata nilai sesudah perlakuan

#### 4.3.4 Uji Linearitas

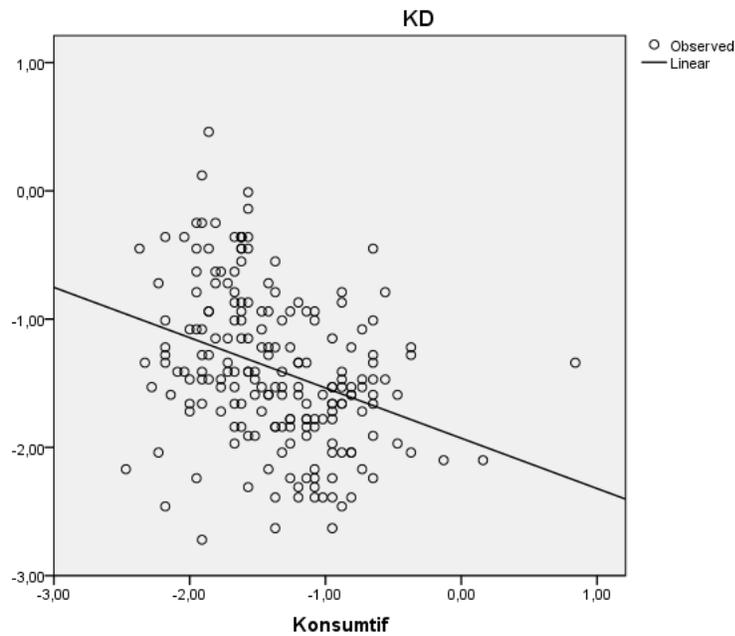
Uji asumsi linearitas pada kedua variabel menggunakan SPSS 18, jika nilai p <  $\alpha$  berarti kedua variabel bersifat linear satu sama lain (Rangkuti & Wahyuni, 2017). Hasil uji asumsi linearitas pada kedua variabel dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini;

Tabel 4.7

## Uji Linearitas

<b>Variabel</b>	<b>Nilai p</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>Interpretasi</b>
Kontrol diri dalam perilaku konsumtif	0,00	0,05	Linear

Berdasarkan perolehan data pada tabel 4.11, menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang linear. Hubungan kedua variabel juga dapat dilihat pada gambar 4.8 yang tergambar dengan garis diagonal yang memotong sumbu X dan Y yang menunjukkan hubungan linear;



Gambar 4.5

#### 4.5 Analisis Regresi

Tabel 4.8

##### Uji Persamaan Regresi

Variabel	Konstanta	Koefisien Regresi
Kontrol diri dalam perilaku konsumtif	-1,757	-0,281

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, diketahui bahwa;

a : angka konstan dari *unstandardized coefficients*, dalam penelitian ini nilainya yang artinya jika tidak ada konsumtif (X) maka nilai (Y) adalah sebesar -1,757

b : angka koefisien regresi, nilainya sebesar -0,281. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% atau satu satuan tingkat konsumtif (X), maka kontrol diri (Y) akan meningkat sebesar - 0,281.

$$Y = a + bX$$

$$Y = -1,757 + -0,281X$$

Terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, dengan persamaan regresi yang didapat adalah jika setiap variabel mengalami peningkatan sebesar satu, maka variabel juga akan mengalami perubahan sebesar -0,281.

#### 4.5.2 Correlation

**Tabel 4.9**  
**Uji Correlation**

		KD	Konsumtif
Pearson Correlation	KD	1,000	-,332
	Konsumtif	-,332	1,000
Sig. (1-tailed)	KD	.	,000
	Konsumtif	,000	.
N	KD	200	200
	Konsumtif	200	200

Besarnya koefisien konsumtif adalah -0,332 dengan nilai  $p= 0,000$ . Nilai P lebih kecil dari nilai korelasi maka terdapat korelasi yang signifikan

#### 4.5.3 Model summary

**Tabel 4.10**

**Uji Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	St d. Error of the estimate
1	,332	,110	,105	,57474

Merupakan hasil perhitungan indeks korelasi ganda (R) sebesar 0,332, *R Square* sebesar 0,110, dan nilai adjusted R sebesar 0,332. Pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 10,5 %.

#### 4.4 Pembahasan

Hasil Uji linearitas variable kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki hasil  $p=0,00$  yang berarti kurang dari  $\alpha=0,005$  memiliki pengaruh antara variabel kontrol diri dan konsumtif. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan maka diperoleh hasil yaitu  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang menunjukkan terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Maksudnya adalah semakin tinggi kontrol diri maka perilaku konsumtif, pada mahasiswa universitas negeri jakarta akan semakin menurun. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah perilaku konsumtif maka kontrol diri pada mahasiswa akan semakin meningkat dari 200 subjek dalam penelitian ini.

Hal tersebut dapat diartikan bahwa seorang mahasiswi mampu memenuhi aspek-aspek kontrol diri yang sesuai dengan apa yang dikatakan Averill, yang

mencakup (1) kontrol perilaku (*behavioral control*) adalah kemampuan individu dalam mengambil tindakan, (2) kontrol kognitif (*cognitive control*) adalah kemampuan individu dalam hal proses berpikir, (3) kontrol dalam pengambilan keputusan (*decision control*), adalah kesempatan yang ada untuk memilih.

Seperti pendapat yang dikemukakan Sumartono (2008) perilaku konsumtif dapat ditekan dan bahkan dihindari apabila mahasiswa memiliki sistem pengendalian internal pada dirinya yang disebut kontrol diri. Bagi mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu mengendalikan perilakunya sehingga tidak mudah terpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Heni (2013) bahwa setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur perilaku khususnya mahasiswa. Mereka harus mampu menyikapi budaya konsumtif yang semakin berkembang. Hal ini berarti bahwa mereka dituntut untuk mampu mengendalikan diri dan perilakunya tersebut dapat diatasi. Sehingga perilaku konsumtif yang sudah menjamur dikalangan mahasiswa sekarang dapat diminimalisi.

Dari Hasil uji linieritas hubungan antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif signifikansi  $p=0,000$  ( $p < 0,05$ ), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif adalah linier. Terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online*, dari hasil yang di dapat regresi nilai  $Y$   $-1,757$  dan regresi  $-0,281$ . Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat diketahui bahwa pengaruh kontrol diri bersifat negatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa. semakin tinggi kontrol diri pada mahasiswa semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa.

#### **4.5 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh area Lingkungan mahasiswa di luar mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Untuk itu dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel lebih banyak lagi.

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan perhitungan yang menggunakan uji analisis regresi, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *Online* pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

#### 5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan implikasi pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta bahwa semakin tinggi perilaku kontrol diri, maka perilaku konsumtif mahasiswa universitas Negeri Jakarta semakin menurun. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah Perilaku Konsumtif maka Kontrol diri mahasiswa Universitas Negeri Jakarta akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil analisis data dengan teknik korelasi, didapatkan nilai korelasi sebesar -1.757 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari nilai *level of significance* yaitu 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara Kontrol Diri dengan Perilaku konsumtif belanja *online*. Dengan kecenderungan kontrol diri yang negatif ini memiliki arti semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif yang dilakukan, dan berlaku sebaliknya semakin rendah Kontrol diri maka semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif belanja *Online* yang bisa dilakukan mahasiswa.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang diajukan oleh peneliti terhadap pihak terkait dan peneliti selanjutnya yaitu;

1. Saran Bagi Mahasiswa

Diharapkan bagi remaja agar dalam melakukan kegiatan membeli hendaknya memperhitungkan antara faktor kebutuhan dan faktor keinginan serta kemampuan yang dimiliki.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumtif individu. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa selain adalah harga diri, kelas sosial, faktor pribadi, konsep diri, persepsi, motif emosional, faktor tersebut merupakan keterbatasan peneliti sehingga bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan subjek dan populasi penelitian yang berbeda, variabel penelitian yang berbeda serta metode penelitian yang berbeda dari peneliti seperti kualitatif dan eksperimen.

## Lampiran 1 : Kuesioner Uji Coba

## A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas diri saudara dengan keadaan yang sebenarnya :

Nama :  
 Jenis Kelamin : Perempuan / Laki-laki  
 Umur :  
 Prodi :  
 Angkatan :

1. Pernah melakukan belanja *Online*

Pernah

Tidak pernah

2. Seberapa sering Berbelanja *Online*

3 kali/Bulan

4-5 kali/Bulan

5 > kali / bulan

## 3. Memiliki Akun Berbelanja (boleh lebih dari satu)

Tokopedia  OLX

Shopee  BliBli

BukaLapak  MatahariMall

Lazada  DLL .....

## INSTRUKSI

Berikan tanda **ceklis** ( √ ) pada salah satu dari 4 kotak yang di anggap paling sesuai. Tiap kotak tersebut berisi jawaban sebagai berikut :

- |                              |                       |
|------------------------------|-----------------------|
| 1. Sangat Tidak Setuju (STS) | 3 . Setuju (S)        |
| 2. Tidak Setuju (TS)         | 4 .Sangat Setuju (SS) |

Contoh

Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Saya sulit mengontrol pengeluaran		√		

NO	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SL	SR	KD	JR
1	Saya membeli produk dengan label “Beli 1 gratis 1”				
2	Saya membeli produk dengan berharap mendapatkan hadiah.				
3	Saya membeli produk yang menawarkan undian <i>cashback</i>				
4	Saya membeli produk untuk mendapatkan voucher.				
5	Saya membeli produk karena bentuk kemasannya menarik.				
6	Saya tidak terlalu mementingkan kemasan dari suatu produk.				
7	Saya membeli pakaian model terbaru agar tampak menarik.				
8	Uang saku saya lebih banyak terkuras untuk membeli				

	produk-produk yang membuat saya tampak modis.				
9	Saya membeli produk yang sedang trend agar dianggap mengikuti perkembangan zaman.				
10	Saya membelanjakan uang yang lebih banyak untuk mengubah daya tarik fisik.				
11	Saya membeli produk yang memberikan diskon menarik.				
12	Ketika berbelanja <i>online</i> , saya mencari produk diskon.				
13	Saya langsung membeli produk yang memberikan diskon.				
14	Saya lebih senang membeli produk yang di jual <i>online</i> daripada di toko.				
15	Saat membeli produk, saya cenderung lebih mempertimbangkan merek daripada manfaat.				
16	Saya membeli produk-produk mahal untuk menjaga status yang melekat pada diri saya.				
17	Saya meniru perilaku idola saya dalam menggunakan suatu produk.				
18	Saya membeli produk yang digunakan oleh artis.				
19	Saya membeli produk-produk yang dipromosikan oleh artis umum				
20	Saya menggunakan produk dengan merek-merek yang sama seperti idola saya.				
21	Saya membeli produk yang dipromosikan oleh artis umum				
22	Saya membeli produk yang membuat saya tampil				

	meyakinkan di depan umum.				
23	Rasa percaya diri saya meningkat saat menggunakan produk yang bermerek.				
24	Saya merasa mantap saat menggunakan produk yang mahal.				
25	Saya senang mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama.				
26	Saya membeli produk yang baru meskipun yang lama masih bisa digunakan.				
27	Saya langsung membeli produk yang baru dipromosikan.				
28	Saya membeli produk sejenis dari merek-merek yang berbeda				

#### INSTRUKSI

Berikan tanda **ceklis** ( √ ) pada salah satu dari 4 kotak yang di anggap paling sesuai. Tiap kotak tersebut berisi jawaban sebagai berikut :

- |                              |                       |
|------------------------------|-----------------------|
| 1. Sangat Tidak Setuju (STS) | 3 . Setuju (S)        |
| 2. Tidak Setuju (TS)         | 4 .Sangat Setuju (SS) |

Contoh

Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Saya sulit mengontrol pengeluaran		√		

NO	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya hanya membeli barang yang dibutuhkan.				
2	Saya kehabisan uang bulanan sebelum waktunya.				
3	Saya membeli barang-barang tanpa perencanaan sebelumnya.				
4	Saya mencatat seluruh pengeluaran setiap hari.				
5	Saat sedang senang, saya mampu menahan diri untuk berbelanja .				
6	Saya sulit menahan diri ketika berbelanja .				
7	Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli sesuatu.				
8	Saya sulit untuk menghindari perbelanjaan pada saat diskon.				
9	Saya memikirkan akibat dari apa yang akan saya lakukan.				
10	Saya sulit menahan keinginan untuk membeli barang-barang menarik yang saya lihat di Internet				
11	Saya melakukan setiap tindakan tanpa mempertimbangkannya.				

12	Saya mudah mengikuti ajakan teman untuk membolos kuliah.				
13	Saya berpikiran negatif terhadap orang lain.				
14	Pengalaman masa lalu merupakan pertimbangan saya dalam mengambil keputusan.				
15	Saya bergantung pada orang lain dalam mengambil keputusan.				
16	Saya mampu memilih yang baik dan buruk bagi saya.				
17	Saya lebih memilih untuk mengerjakan tugas daripada jalan-jalan dengan teman.				
18	Saya menyesali perbuatan yang sudah saya lakukan.				
19	Saya mengambil keputusan dengan terburu-buru.				
20	Saya menghindari belanjaan pada saat ada diskon.				
21	Saya dapat menunda membeli sebuah produk.				
22	Saya lebih senang menabung daripada membeli yang tidak perlu.				
23	Saya mengambil keputusan dengan terburu-buru.				

---

TERIMAKASIH

---

Lampiran 2 : Kuesioner Final

**B. IDENTITAS RESPONDEN**

Isilah identitas diri saudara dengan keadaan yang sebenarnya :

Nama :

Jenis Kelamin : Perempuan / Laki-laki

Umur :

Prodi :

Angkatan :

1 .Pernah melakukan belanja *Online*

Pernah

Tidak pernah

2. Seberapa sering Berbelanja *Online*

3 kali/Bulan

4-5 kali/Bulan

5> kali / bulan

3. Memiliki Akun Berbelanja (boleh lebih dari satu)

Tokopedia	OLX
Shopee	Blibli
BukaLapak	MatahariMall
Lazada	DLL .....

#### INSTRUKSI

Berikan tanda **ceklis** ( √ ) pada salah satu dari 4 kotak yang di anggap paling sesuai. Tiap kotak tersebut berisi jawaban sebagai berikut :

- |                              |                       |
|------------------------------|-----------------------|
| 1. Sangat Tidak Setuju (STS) | 3 . Setuju (S)        |
| 2. Tidak Setuju (TS)         | 4 .Sangat Setuju (SS) |

Contoh

Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Saya sulit mengontrol pengeluaran		√		

NO	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SL	SR	KD	JR
1	Saya membeli produk dengan label "Beli 1 gratis 1"				
2	Saya membeli produk yang menawarkan undian <i>cashback</i>				
3	Saya membeli produk untuk mendapatkan voucher.				
4	Saya membeli produk karena bentuk kemasannya menarik.				
5	Saya membeli pakaian model terbaru agar tampak menarik.				
6	Uang saku saya lebih banyak terkuras untuk membeli produk-produk yang membuat saya tampak modis.				
7	Saya membeli produk yang sedang trend agar dianggap mengikuti perkembangan zaman.				
8	Saya membelanjakan uang yang lebih banyak untuk mengubah daya tarik fisik.				
9	Saya membeli produk yang memberikan diskon menarik.				
10	Ketika berbelanja <i>online</i> , saya mencari produk diskon.				
11	Saya langsung membeli produk yang memberikan diskon.				
12	Saya lebih senang membeli produk yang di jual <i>online</i> daripada di toko.				
13	Saat membeli produk, saya cenderung lebih				

	mempertimbangkan merek daripada manfaat.				
14	Saya membeli produk-produk mahal untuk menjaga status yang melekat pada diri saya.				
15	Saya membeli produk yang digunakan oleh artis.				
16	Saya membeli produk-produk yang dipromosikan oleh artis umum				
17	Saya menggunakan produk dengan merek-merek yang sama seperti idola saya.				
18	Saya membeli produk yang dipromosikan oleh artis umum				
19	Saya membeli produk yang membuat saya tampil meyakinkan di depan umum.				
20	Saya merasa senang saat menggunakan produk yang mahal.				
21	Saya senang mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama.				
22	Saya membeli produk yang baru meskipun yang lama masih bisa digunakan.				
23	Saya langsung membeli produk yang baru dipromosikan.				
24	Saya membeli produk sejenis dari merek-merek yang berbeda				

## INSTRUKSI

Berikan tanda **ceklis** ( √ ) pada salah satu dari 4 kotak yang di anggap paling sesuai. Tiap kotak tersebut berisi jawaban sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)

3 . Setuju (S)

2. Tidak Setuju (TS)

4 .Sangat Setuju (SS)

Contoh

Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Saya sulit mengontrol pengeluaran		√		

NO	PERTANYAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya hanya membeli barang yang dibutuhkan.				
2	Saya kehabisan uang bulanan sebelum waktunya.				
3	Saya membeli barang-barang tanpa perencanaan sebelumnya.				

4	Saya mencatat seluruh pengeluaran setiap hari.				
5	Saat sedang senang, saya mampu menahan diri untuk berbelanja .				
6	Saya sulit menahan diri ketika berbelanja .				
7	Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli sesuatu.				
8	Saya sulit untuk menghindari perbelanjaan pada saat diskon.				
9	Saya memikirkan akibat dari apa yang akan saya lakukan.				
10	Saya sulit menahan keinginan untuk membeli barang-barang menarik yang saya lihat di Internet				
11	Saya melakukan setiap tindakan tanpa mempertimbangkannya.				
12	Saya mudah mengikuti ajakan teman untuk membolos kuliah.				
13	Saya berpikiran negatif terhadap orang lain.				
14	Saya lebih memilih untuk mengerjakan tugas daripada jalan-jalan dengan teman.				
15	Saya menyesali perbuatan yang sudah saya lakukan.				
16	Saya mengambil keputusan dengan terburu-buru.				

17	Saya menghindari belanjaan pada saat ada diskon.				
18	Saya dapat menunda membeli sebuah produk.				
19	Saya lebih senang menabung daripada membeli yang tidak perlu.				

TERIMAKASIH

---

Lampiran 3 Uji coba

Konsumtif

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	49,34	128,719	,355	,893
2	50,24	116,798	,724	,876
3	49,94	115,527	,616	,877
4	49,16	128,504	,333	,894
5	49,58	122,371	,303	,885
6	49,34	128,719	-,040	,893
7	49,82	115,538	,625	,877
8	50,04	116,692	,592	,878
9	50,14	118,817	,234	,879

10	49,94	115,527	,616	,877
11	48,74	122,849	,323	,886
12	48,66	129,249	-,065	,894
13	50,18	119,987	,559	,879
14	50,32	119,936	,585	,879
15	50,20	119,306	,677	,878
16	50,20	122,531	,384	,883
17	50,10	117,684	,534	,879
18	50,24	116,798	,724	,876
19	50,18	119,987	,559	,879
20	50,32	119,936	,585	,879
21	50,20	119,306	,677	,878
22	49,58	118,902	,465	,881
23	49,46	119,356	,141	,883
24	49,44	120,292	,456	,881
25	49,56	117,843	,516	,880
26	49,70	116,745	,550	,879
27	49,98	119,449	,615	,879
28	49,68	118,304	,520	,880

## Kontrol diri

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	41,50	77,276	,544	,834
2	41,38	77,465	,567	,834
3	41,40	78,000	,488	,836
4	40,44	83,272	,343	,853
5	41,02	78,959	,543	,847
6	40,84	72,994	,123	,831
7	40,62	77,179	,448	,836
8	41,06	74,874	,552	,832
9	40,84	80,504	,345	,848
10	40,86	74,776	,570	,831
11	40,64	78,153	,543	,844
12	40,74	78,156	,362	,840
13	40,66	78,882	,769	,844
14	41,42	74,575	,288	,828
15	41,36	78,521	-,223	,838
16	39,86	84,613	,444	,853
17	41,42	74,575	,703	,828

18	41,12	73,700	,587	,830
19	40,34	82,433	-,117	,854
20	41,22	74,542	,567	,831
21	41,32	77,120	,487	,835
22	41,12	73,700	,587	,830
23	40,86	74,776	,570	,831

Lampiran 4 data final

Penelitian

1. Analisis data spss

1.1 Frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin

**jenis kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	81	40,5	40,5	40,5
	2,00	119	59,5	59,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

#### Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	13	6,5	6,5	6,5
	2,00	51	25,5	25,5	32,0
	3,00	60	30,0	30,0	62,0
	4,00	51	25,5	25,5	87,5
	5,00	21	10,5	10,5	98,0
	6,00	4	2,0	2,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

**fakultas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	25	12,5	12,5	12,5
	2,00	25	12,5	12,5	25,0
	3,00	25	12,5	12,5	37,5
	4,00	25	12,5	12,5	50,0
	5,00	25	12,5	12,5	62,5
	6,00	25	12,5	12,5	75,0
	7,00	25	12,5	12,5	87,5
	8,00	25	12,5	12,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

**Angkatan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	-----------------------

Valid	1,00	61	30,5	30,5	30,5
	2,00	44	22,0	22,0	52,5
	3,00	58	29,0	29,0	81,5
	4,00	37	18,5	18,5	100,0
Total		200	100,0	100,0	

## 1.2 Uji Regresi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	,332 <sup>a</sup>	,110	,105	,48617
---	-------------------	------	------	--------

a. Predictors: (Constant), KD

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,783	1	5,783	24,467	,000 <sup>a</sup>
	Residual	46,799	198	,236		
	Total	52,582	199			

a. Predictors: (Constant), KD

b. Dependent Variable: Konsumtif

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,757	,086		-20,386	,000
	KD	-,281	,057	-,332	-4,946	,000

a. Dependent Variable: Konsumtif

### 1.3 Korelasi

**Correlations**

		Konsumtif	KD
Pearson Correlation	Konsumtif	1,000	-,332
	KD	-,332	1,000
Sig. (1-tailed)	Konsumtif	.	,000
	KD	,000	.
N	Konsumtif	200	200

**Correlations**

		Konsumtif	KD
Pearson Correlation	Konsumtif	1,000	-,332
	KD	-,332	1,000
Sig. (1-tailed)	Konsumtif	.	,000
	KD	,000	.
N	Konsumtif	200	200
	KD	200	200

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Diani Tiona lahir di Jakarta pada tanggal 14 Desember 1996. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersodara yang bertempat tinggal di Jl pelita III, Kayuputih, Pulogadung . Penulis menempuh pendidikan formal di SD St. Fransiskus, SMP Advent VII Jakarta, dan SMA St. Fransiskus II dengan lulus pada tahun 2014. Ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta selama 10 semester. Adapun kontak yang dapat dihubungi melalui email yaitu Diani.Tiona14@gmail.com