

**PENGARUH KONTROL DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA ONLINE PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI
PERIKANAN SIBOLGA**

SKRIPSI

OLEH :

HOCKLAY KORNELIUS SIPAHUTAR

188600421



**PROGRAM STUDI ILMU PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 23/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)23/10/23

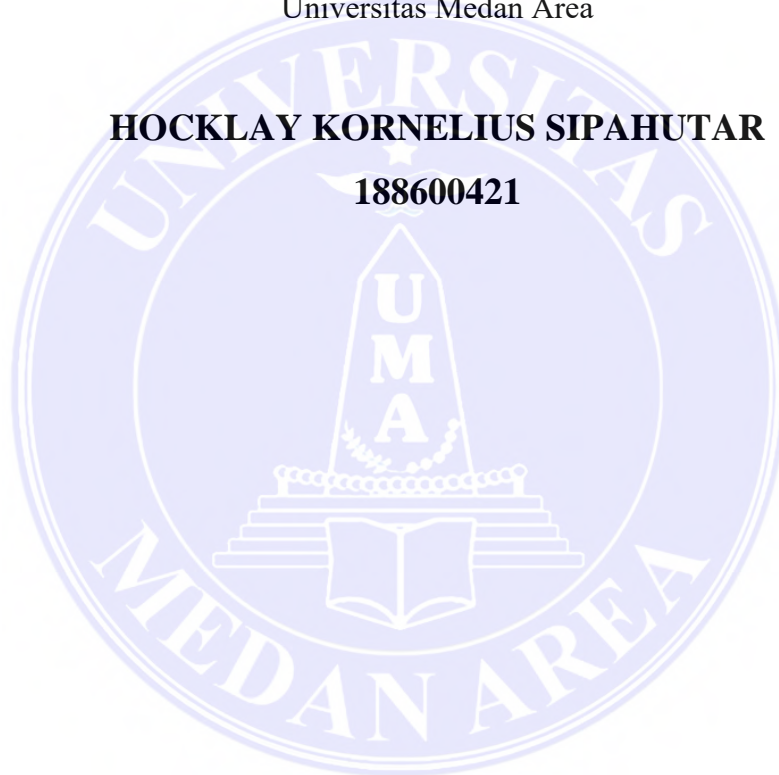
**PENGARUH KONTROL DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA ONLINE PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI
PERIKANAN SIBOLGA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

HOCKLAY KORNELIUS SIPAHUTAR

188600421



**PROGRAM STUDI ILMU PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/10/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)23/10/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Belanja Online
Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga
Nama : Hocklay Kornelius Sipahutar
NPM : 188600421
Fakultas : Psikologi

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi
Pembimbing



Laili Alfita S.Psi.,MM.,M.Psi. Psikolog
Wakil Dekan Bidang Pendidikan,
Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tanggal disetujui : 31 Juli 2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 31 Juli 2023



Hocklay Kornelius Sipahutar
188600421

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hocklay Kornelius Sipahutar
NPM : 188600421
Program Studi : S1 Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah dengan judul Pengaruh Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Belanja Onlie Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*),merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 31 Juli 2023

Yang menyatakan



(Hocklay Kornelius Sipahutar)
188600421

PENGARUH KONTROL DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI PERIKANAN SIBOLGA

Oleh:

HOCKLAY KORNELIUS SIPAHUTAR

188600421

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Belanja Onlie Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga. Hipotesis yang diajukan adalah ada pengaruh negarif antara control diri dengan perilaku konsumtif. Diasumsikan semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan skala Likert. Hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel X (Kontrol Diri) diperoleh nilai $t_{hitung} = -3.697 < 2,010 = t_{tabel}$ dan $sig = 0,001 < 5\%$, sehingga H_0 ditolak. Hal ini berarti variabel kontrol diri berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel dependen perilaku konsumtif. Nilai $R^2 = 0,222 = 22,2\%$. Hal ini berarti variabel bebas kontrol diri mempengaruhi variabel dependen perilaku konsumtif sebesar 20,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan uraian dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif tergolong tinggi dengan nilai mean hipotetik sebesar 147,5 dan mean empirik sebesar 167,62. Selanjutnya kontrol diri tergolong rendah karena mean hipotetik 90 dan mean empiriknya sebesar 68,76.

Kata kunci: Kontrol diri, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa

**THE INFLUENCE OF SELF-CONTROL AND ONLINE SHOPPING
CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON STUDENTS OF SIBOLGA FISHERIES
HIGH SCHOOL**

By:

HOCKLAY KORNELIUS SIPAHUTAR

188600421

Abstract

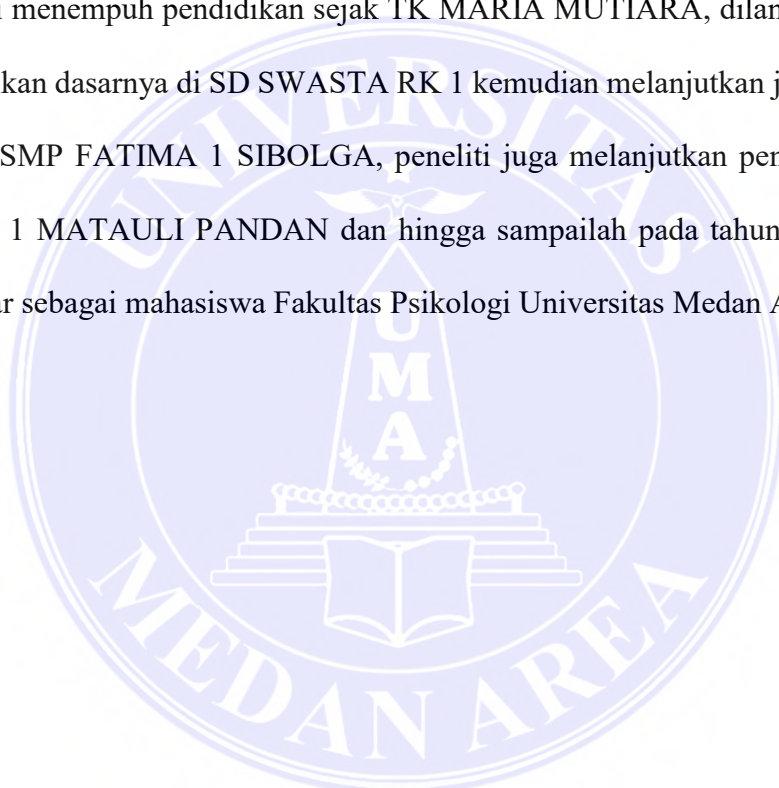
This study aims to determine the effect of self-control and consumptive behavior of online shopping among students at the Sibolga Fisheries High School. The hypothesis put forward is that there is a negative relationship between self-control and consumptive behavior. It is assumed that the higher the self-control, the lower the consumptive behavior, conversely, the lower the self-control, the higher the consumptive behavior. The sample in this study amounted to 50 people. The method used is a quantitative method. Data collection uses a Likert scale. Based on the results of partial analysis calculations, it can be seen that there is a negative relationship between self-control and consumptive behavior. The results of statistical tests with SPSS on variable X (Self Control) obtained $t_{count} = -3,697 < 2,010 = t_{table}$ and $sig = 0,001 < 5\%$, so H_0 is rejected. This means that the self-control variable has a significant negative effect on the dependent variable of consumptive behavior. R^2 value = $0,222 = 22,2\%$. This means that the independent variable of self-control affects the dependent variable of consumptive behavior by 20.5% and the rest is influenced by other variables not included in this study. Based on the description, it can be concluded that consumer behavior is classified as high with a hypothetical mean value of 147.5 and an empirical mean of 167.62. Furthermore, self-control is classified as low because the hypothetical mean is 90 and the empirical mean is 68.76.

Keywords: *Self control, Consumptive Behavior, Student*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Hocklay Kornelius Sipahutar, lahir di Sibolga pada tanggal 13 November 2000, Kelurahan Pancuran Gerobak, dan Kecamatan Sibolga Sambat. Putra kedua dari Bapak Taruli Asi Parlagutan Sipahutar, S.Pd, M.Ap, Risma Mariva Tua Lumban Gaol, S.Pi, M.Ap. Peneliti merupakan anak Kedua dari dua bersaudara.

Peneliti menempuh pendidikan sejak TK MARIA MUTIARA, dilanjutkan dengan pendidikan dasarnya di SD SWASTA RK 1 kemudian melanjutkan jenjang berikutnya di SMP FATIMA 1 SIBOLGA, peneliti juga melanjutkan pendidikannya di SMAN 1 MATAULI PANDAN dan hingga sampailah pada tahun 2018 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.



KATA PENGANTAR

Shalom, segala puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan kasih-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ibu Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan membimbing dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini. Ketua sidang Ibu Istiana, S.Psi, M.Pd, M.Psi, yang sudah meringankan waktunya untuk hadir dan memberikan saran terbaik bagi penulisan skripsi ini. Kedua orangtua saya Papa Taruli Asi Parlagutan Sipahutar S.Pd.M.Ap dan Mama Risma Mariva Tua Lumban Gaol S.Pi.M.Ap yang selalu dengan penuh kasih memberikan materil, doa, dan semangat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap tugas skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 31 Juli 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Hipotesis Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Perilaku Konsumtif	9
2.2 Kontrol Diri.....	27
2.3 Pengaruh Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif.....	34
2.4 Kerangka Konseptual.....	36
III METODE PENELITIAN	37
3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian	37
3.2. Bahan Dan Alat.....	37
3.3 Metodologi Penelitian.....	38
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.5 Prosedur Penelitian	40
3.5 Analisis Data	45
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil	47
4.2 Pembahasan	54
V SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Distribusi Penyebaran Butir-Butir Pernyataan Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Validitas	42
Tabel 2	Distribusi Penyebaran Butir-Butir Pernyataan Kontrol Diri Sebelum Uji Validitas	43
Tabel 3	Distribusi Penyebaran Butir-Butir Pernyataan Perilaku Konsumtif Setelah Uji Validitas.....	47
Tabel 4	Distribusi Penyebaran Butir – Butir Pernyataan Kontrol Diri Setelah Uji Validitas	49
Tabel 5	Distribusi Penyebaran Reliabilitas	50
Tabel 6	Distribusi Penyebaran Uji Normalitas.....	50
Tabel 7	Distribusi Penyebaran Uji Normalitas.....	51
Tabel 8	Distribusi Penyebaran Uji Hipotesis	52
Tabel 9	Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik	53

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A ALAT UKUR PENELITIAN.....	63
LAMPIRAN B UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	71
LAMPIRAN C UJI ASUMSI	80
LAMPIRAN D SURAT PENELITIAN.....	87



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda remaja yang mulai memasuki tahap dewasa awalnya. Mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian, serta mengisi kegiatan dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup khas di kalangan mahasiswa dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam berkonsumtif (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Mahasiswa tidak akan terlepas dari aktivitas belajar dan keharusan mengerjakan tugas-tugas studi, baik itu yang bersifat akademis maupun non akademis misalnya organisasi kemahasiswaan (Mujidin & Rico, 2014). Mahasiswa pun harus lebih berpikir kreatif dan lebih berani dalam menyatakan fakta serta realita yang ada dalam setiap pemikiran dengan tugas akademiknya. Akan tetapi dalam keseharian mahasiswa menjalani aktivitas perkuliahan terkadang dipengaruhi oleh perilaku dalam berbelanja. Pada saat sekarang ini perilaku belanja sering terjadi pada mahasiswa dalam berbelanja online. Khususnya mahasiswa di Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga.

Kemunculan internet ini memberikan perubahan yang sangat besar kepada setiap proses kehidupan manusia, sehingga hingga saat ini pengguna Internet akan terus meningkat. Pernyataan tersebut didukung dari hasil data survey yang

dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Penetrasi Dan Pengguna Internet Tahun 2019-2020, 2020) menunjukkan bahwa total pengguna internet di Indonesia hingga tahun 2020 mencapai 196,7 Juta dengan presentasi 73,3% dari jumlah total populasi sebanyak 266,9 Juta.

Hal tersebut menyebabkan adanya perubahan perkembangan manfaat dari adanya internet yang sebelumnya digunakan sebagai alat bantu komunikasi jarak jauh, berubah menjadi suatu kebutuhan sosial yang harus dipenuhi. Selain itu, penggunaan internet juga memunculkan manfaat baru yaitu sebagai salah satu tempat proses jual beli dan bisa dilakukan secara online atau kerap kali disebut *Online Shopping*. *Online shopping* merupakan salah satu metode yang menyediakan layanan proses jual beli beberapa produk secara virtual (Nofri 2018). *Online Shopping* memiliki kemudahan dan kelebihan yang membantu konsumen dalam mencari produk yang dibutuhkan atauun disukai tanpa harus mengeluarkan tenaga, lebih efisien karena dapat dilakukan dengan situasi kondisi apapun, lebih mudah membandingkan harga serta proses memiliki banyak pilihan dalam proses pembayaran. Terlebih lagi pada masa pandemic, adanya *online shopping* ini membantu sebagian besar masyarakat dalam melakukan peroses belanja online. Adapun yang melakukan shopping online dalam penelitian ini adalah mahasiswa.

Piliang (Heni, 2013) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan memberikan kepuasan serta kenyamanan fisik sebesar-besarnya. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Hal ini tidak terlepas dari para mahasiswa yang sedang mencari

dan berusaha untuk mencapai pola diri ideal, hal tersebut menyebabkan para remaja mudah untuk terpengaruh oleh promosi-promosi produk atau barang yang dipaparkan sejumlah media masa atau yang secara langsung dipromosikan dipasaran.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa adanya kecenderungan itu mahasiswa lebih memilih mengesampingkan kebutuhan untuk memenuhi keinginan mereka. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia telah mengantarkan seorang individu pada kehidupan yang sesuai dengan lingkungannya. Hal ini dapat mengakibatkan mereka berperilaku konsumtif yang menimbulkan dampak buruk berupa perilaku boros. Disisi lain, perilaku konsumtif terjadi karena mahasiswa mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kegunaannya atau kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang membelanjakan nilai uang lebih besar dari nilai pendapatannya (Mustaqim, 2018).

Suatu *survey* tersebut dilakukan oleh Redseer yang merupakan perusahaan manajemen konsultasi menyatakan bahwa sejak masa pandemi diperkirakan terdapat peningkatan sekitar 12 juta pengguna baru pada beberapa marketplace. Selain itu, data survey semacam ini juga dilakukan oleh Sirclo perusahaan teknologi asal Indonesia yang bergerak di bidang solusi *E-Commerce* menyatakan bahwa jumlah pengguna baru pada beberapa marketplace meningkat hingga 90% sejak bulan April 2020. Hasil survey yang telah dilakukan oleh beberapa media

memperlihatkan bahwa marketplace merupakan salah satu aplikasi yang sedang banyak diminati oleh beberapa kalangan khususnya dalam masa pandemic yang membuat banyak orang melakukan semua kegiatan di dalam rumah.

Sebanyak 97% responden kini mulai mempercayai beberapa *E-commerce* untuk membantu individu dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan (Sirclo, 2020). *E-commerce* merupakan salah satu aplikasi yang di jalankan dalam bidang jual-beli baik berupa jasa maupun penjualan barang secara *online*. Di Indonesia banyak ditemui beberapa *E-commerce* yang banyak digunakan oleh beberapa kalangan yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Buka Lapak, JD.ID, dll. *E-commerce* ini juga memberikan kemudahan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang tepat dan toko yang sesuai karna memiliki penanda seperti (Star Seller) dan memiliki fitur rating. Adanya fitur tersebut membantu konsumen agar membeli kepada pedagang yang sesuai dengan kualitas barang yang diinginkan.

Munandar (2001) bahwa kontrol diri yaitu kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan *gadget*. Kontrol diri dapat mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif pembelian *gadget* seseorang.

Pengertian kontrol diri yang dikemukakan oleh Averill (dalam Ghufron dan Risnawita, 2011) kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu untuk mengelola informasi yang tidak penting atau penting dalam kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan yang diyakininya. Kontrol diri merupakan hal yang dapat digunakan individu selama proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat di

lingkungan sekitarnya. Para ahli berpendapat bahwa kontrol diri dapat digunakan sebagai suatu intervensi yang bersifat *preventif* dan dapat mereduksi efek-efek negatif dari lingkungan sekitar.

Kontrol diri dapat juga diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna, yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Selain itu, kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengontrol dan mengelola perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi untuk mengendalikan perilaku, menarik perhatian, mengubah perilaku sesuai dengan lingkungan sosial, menyenangkan orang lain dan menutupi perasaannya (Rahayuningsih, 2011).

Berdasarkan beberapa penelitian dan kasus yang telah dipaparkan diatas menunjukkan bahwa kontrol diri merupakan hal yang sangat penting dimiliki oleh individu untuk dapat menahan godaan dan nafsu dari dalam diri. Kemampuan individu dalam menahan godaan dan nafsu dari dalam diri ini dapat membantu individu dalam melakukan tindakan bermoral yang sesuai dengan lingkungan sosial. Kontrol diri menyebabkan individu mampu menahan diri dari hawa nafsu sehingga dapat berperilaku sesuai dengan hati dan pikiran. Borba (dalam Haryani & Herwanto, 2015) berpendapat bahwa kontrol diri menyadarkan individu terhadap konsekuensi bahaya atas tindakan yang dilakukan sehingga dapat mengontrol emosinya.

Berdasarkan hasil lapangan diketahui beberapa poin penting yang mempengaruhi adanya kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa

sebagaimana yang ditemukan pada hasil wawancara observasi dan dokumentasi dari beberapa informan. Pertama, adanya persepsi mahasiswa terhadap belanja *online* sangat positif diantaranya memudahkan dan sifatnya *online shop* tanpa harus datang ke tempat serta mempersingkat kegiatan belanja sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan bersama informan. Kemudahan yang diperoleh baik dari informasi, mengenai produk, dan mudahnya proses belanja sehingga menimbulkan perilaku konsumtif berdasarkan aspek *impulsif buying* pada Mahasiswa ditemukan adanya poin-poin pencarian identitas diri, pemuasan diri dan mengikuti trend. dimana ketiga poin-poin ini bagian yang sangat berpengaruh pada perilaku mahasiswa. Adanya keinginan untuk membeli sesuatu ini bisa muncul dikarenakan melihat iklan dengan berbagai rayuan yang diberikan, ikut-ikutan teman yang menjadi mode yang sedang berkembang dan sering sekali mementingkan gengsinya agar tidak ketinggalan zaman.

Saat ini menunjukkan mahasiswa lebih sering melakukan pembelanjaan online dibandingkan belanja dengan mendatangi lokasinya langsung. Hal tersebut dikarenakan adanya setiap event kembar dengan menyediakan gratis ongkos kirim minimal Rp.0 pembelian. Beberapa mahasiswa tinggal di asrama kampus karena rumah mereka cukup jauh sehingga perilaku belanja online semakin terlihat. Setiap hari banyak paket yang datang dari beragam aplikasi belanja. Ada yang melakukan COD ada juga yang melakukan pembayaran di kios yang sudah bisa melayani pembayaran non tunai.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik meneliti lebih lanjut tentang: Pengaruh Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah ada Pengaruh Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga.

1.4 Hipotesis

Berdasarkan uraian permasalahan yang dikemukakan, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut: ada pengaruh antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

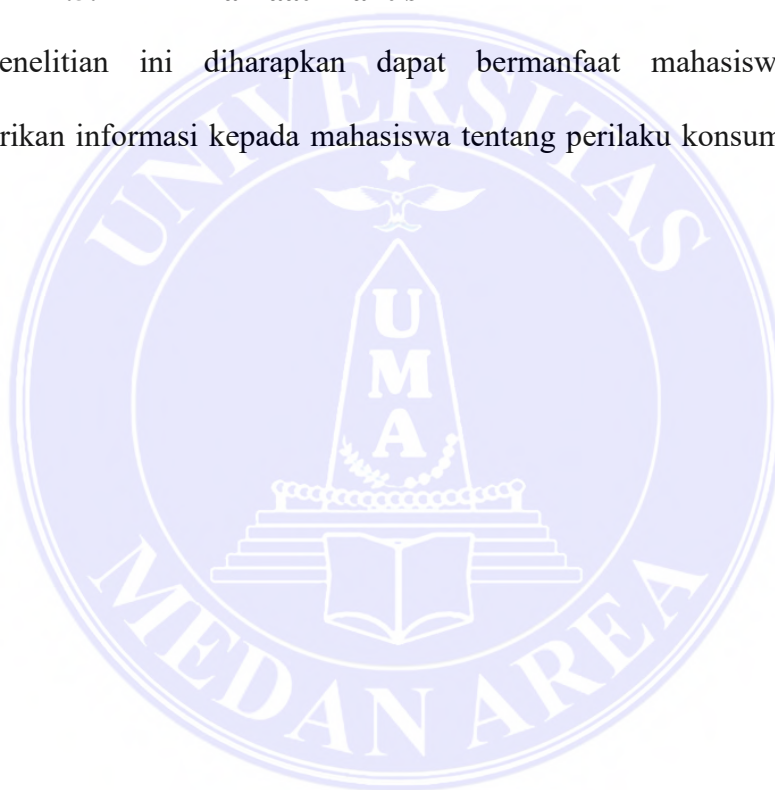
1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam berbagai pengembangan ilmu pengetahuan Psikologi, khususnya mengenai lembaga psikologi khususnya industry dan organisasi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat mahasiswa, khususnya memberikan informasi kepada mahasiswa tentang perilaku konsumtif yang harus di atasi



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah sebagai bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen (Munandar, 2011). Definisi tersebut memberikan gambaran yang sederhana terkait dengan perilaku konsumtif, karena tidak menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan kegiatan mengkonsumsi barang yang dilakukan secara berlebihan.

Piliang (Heni, 2013) melengkapi dengan menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap mahal dan memberikan kepuasan serta kenyamanan fisik sebesar-besarnya. Hal ini juga didukung dengan gaya hidup belanja yang proses perubahan dan perkembangannya didorong oleh keinginan daripada kebutuhan. Definisi tersebut melengkapi penjelasan dari teori-teori sebelumnya dengan menjelaskan perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh hasrat keinginan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup di lingkungan individu.

Perilaku konsumtif adalah sebagai bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen (Munandar, 2011). Perilaku konsumtif merupakan suatu aktivitas membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sama sekali sehingga sifatnya menjadi mubazir. Jadi, individu dalam melakukan pembelian lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada faktor kebutuhan (*need*).

Sementara Lubis (dalam Sumartono, 2002) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak tifik rasional lagi. Anggarasari (dalam Sumartono, 2002) memberikan batasan tentang perilaku konsumtif sebagai suatu tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Senada dengan Setiadi (2003) bahwa perilaku konsumtif terjadi ketika konsumen menganut gaya hidup yang menganggap bahwa materi sebagai sesuatu yang dapat menimbulkan kepuasan.

Kesimpulan dari penjelasan diatas, perilaku konsumtif adalah perilaku yang sulit dialihkan dimana individu lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan dan suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang.

2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Engel, Blackwell dan Miniard (2015) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, adalah :

a. Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

b. Kelas Sosial

Kelas sosial mempengaruhi perilaku konsumen dalam cara seseorang menghabiskan waktu mereka, produk yang dibeli dan berbelanja. Pernyataan ini diperkuat oleh Swastha dan Handoko (2017) yang mengatakan bahwa interaksi seseorang dalam kelas sosial tertentu

akan mempengaruhi langsung pada pendapat dan selera orang tersebut, sehingga akan mempengaruhi pemilihan produk atau merk barang.

c. Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang sangat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang dikonsumsinya.

d. Situasi

Faktor situasi seperti lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, suasana hati dan kondisi seseorang sangat mempengaruhi perilaku membeli seseorang.

e. Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam membentuk sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa.

f. Kepribadian

Kepribadian didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang terdapat dalam diri individu yang sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

g. Konsep Diri

Konsep diri dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli seseorang. Terdapat beberapa tipe konsumen dalam memenuhi konsep diri yaitu konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri yang disadari,

konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri idealnya dan konsumen yang memenuhi konsep diri menurut orang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku membelinya.

h. Kontrol Diri

Kontrol diri dapat juga diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna, yaitu melakukan pertimbangan – pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak.

i. Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaannya jasa yang tersedia di pasar.

j. Pengalaman Belajar

Pengalaman belajar seseorang akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Informasi tersebut dapat berasal dari pihak lain atau diri sendiri (melalui pengalaman). Hasil dari proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

k. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan suatu konsep yang paling umum dalam memahami perilaku konsumen. Gaya hidup merupakan suatu pola

rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu atau uang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas seseorang, ketertarikan dan pendapat seseorang terhadap suatu hal.

Menurut Mangkunegara (2009) faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Faktor budaya ini meliputi budaya, sub-budaya, dan kelas sosial yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif. Menurut Kotler (2005), budaya memiliki pengaruh paling luas pada perilaku individu. Individu yang tumbuh dalam suatu budaya akan mempelajari serangkaian nilai persepsi dan perilaku melalui proses interaksi terhadap lingkungannya, termasuk perilaku mengkonsumsi suatu barang. Suatu kelompok masyarakat selalu memiliki kebudayaan dan pengaruh kebudayaan atas perilaku pembeli, di mana perilaku pembeli tersebut berbeda antara budaya satu dan lainnya (Ginting, 2011). Sub-budaya menurut Ginting (2011), setiap budaya memiliki sub-budaya yang lebih kecil atau kelompok orang yang merasa menjadi bagian suatu sistem nilai atas dasar kesamaan pengalaman dan keadaan hidup bersama. Sub-budaya mencakup kelompok nasionalitas, keagamaan, kesukuan, dan kewilayahan. Perbedaan antar sub-budaya tersebut kemudian membawa perbedaan dalam keputusan membeli dan perilaku mengkonsumsi suatu barang.

Menurut Kotler (2005), kelas sosial merupakan bentuk pengelompokan komunitas tertentu yang pada akhirnya menentukan tinggi rendahnya seseorang pada kelas sosial atas, menengah dan bawah. Perbedaan status sosial dan ekonomi tersebut akan menghasilkan perbedaan sikap dan perilaku individu dalam mengkonsumsi suatu barang. Kelas sosial menunjukkan perbedaan yang tegas dalam hal preferensi atas pakaian, kelengkapan rumah, kegiatan santai, dan mobil.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup kelompok referensi dan keluarga yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif. Kelompok referensi Secara normal individu ingin menyesuaikan diri dengan lingkungannya, termasuk status individu dalam kelompok serta peranannya. Adanya kelompok referensi dapat mempengaruhi tindakan individu untuk bersifat konsumtif dengan menghadapkan individu pada pola dan gaya hidup baru (Kotler, 2005). Penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2009) juga mengungkapkan ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif individu. Hal ini menunjukkan bahwa konformitas yang dilakukan kelompok referensi mampu mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif.

Faktor sosial juga mencakup keluarga, di mana keluarga memiliki peran besar dalam perkembangan perilaku konsumtif individu (Kotler, 2005). Kebiasaan keluarga dalam menggunakan suatu barang dan jasa akan

menjadi model bagi individu tersebut. Dengan demikian, keluarga memiliki peran penting dalam pembentukan pola konsumsi individu.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Usia secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan individu. Barang dan jasa yang dibeli akan berubah dalam perjalanan hidup. Selera terhadap pakaian, makanan, dan barang-barang lainnya akan berubah sesuai dengan bertambahnya umur (Ginting, 2011).

Pekerjaan individu juga mempengaruhi pola konsumsinya (Kotler, 2005). Perbedaan pekerjaan pada masing-masing individu akan menentukan bagaimana perilaku mengkonsumsinya, sama halnya dengan lingkungan ekonomi. Pilihan barang yang dibeli sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi individu (Kotler, 2005).

Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas individu dalam menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas individu, ketertarikan dan pendapat individu dalam suatu hal. Gaya hidup yang dimiliki individu dapat mempengaruhi pola konsumsi dan keputusan pembelian suatu barang (Kotler, 2005).

Kepribadian adalah ciri bawaan manusia seperti kepercayaan diri, kemampuan beradaptasi, kemampuan bersosialisasi dan pertahanan diri (Kotler, 2005). Masing-masing individu memiliki karakteristik

kepribadian berbeda-beda, kepribadian berbeda inilah yang mempengaruhi perilaku pembeliannya.

Konsep diri adalah apa yang dipikirkan dan dirasakan tentang dirinya sendiri (Ghufron dan Risnawita, 2010). Penelitian Parma (2007) menunjukkan bahwa konsep diri dapat mempengaruhi individu berperilaku konsumtif. Ketika individu memiliki konsep diri yang rendah, maka intensitas perilaku konsumtifnya akan lebih tinggi, begitu juga sebaliknya.

Kontrol diri menurut Averill (1973), kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya untuk mencegah atau mengurangi dampak dari dorongan sesaat, sehingga mampu menciptakan keadaan yang lebih baik. Penelitian yang dilakukan oleh Shohibullana (2014) dan Chita, David, dan Pali (2015) menunjukkan bahwa kontrol diri mampu mempengaruhi perilaku konsumtif individu, di mana individu yang tidak mampu mengontrol dirinya akan cenderung berperilaku konsumtif.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan dan sikap yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif. Motivasi adalah dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah bagi perilaku individu. Motivasi tersebut akan mendorong individu untuk melakukan sesuatu, termasuk melakukan pembelian (Kotler, 2005). Persepsi memiliki peran untuk menentukan tindakan individu (Ginting, 2011). Masing-masing individu terhadap

suatu produk juga akan memberikan pengaruh dalam keputusan pembeliannya. Perbedaan persepsi pada masing-masing individu inilah yang menyebabkan perbedaan tingkat perilaku konsumtif yang dihasilkan. Belajar menggambarkan perubahan perilaku individu yang timbul oleh adanya pengalaman (Ginting, 2011). Pembelian yang dilakukan individu merupakan proses belajar, di mana kepuasan membeli suatu produk akan menentukan keputusan pembelian produk tersebut di masa yang akan datang.

Kepercayaan dan sikap, Dengan melakukan suatu tindakan dan belajar, individu akan memperoleh kepercayaan dan sikap, termasuk perilaku belanjanya (Ginting, 2011). Pengalaman belajar tersebut kemudian membentuk keyakinan dan sikap individu dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada individu. Faktor-faktor tersebut yaitu budaya, sosial, kepribadian, dan faktor psikologis.

2.1.3 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Tambunan (2001) berpendapat ada dua aspek-aspek mendasar yaitu:

a. Adanya keinginan mengkonsumsi secara berlebihan

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya, dimana remaja belum memiliki penghasilan sendiri, berikut Tambunan (2001) menjelaskan:

- 1) Pemborosan, Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi

kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

- 2) Inefisiensi Biaya, Pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka menirukan teman, tidak realistic dan cenderung dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

b. Bertujuan Mencapai Kepuasan Semata

Dalam mengkonsumsi, kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama, melainkan kebutuhan untuk memenuhi kepuasan dan mengikuti arus mode, mencoba produk baru dan memperoleh pengakuan sosial, berikut seperti yang dijelaskan Tambunan (2001) :

- 1) Mengikuti mode, Para remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi cukup berada, terutama bertempat tinggal di kota-kota besar, pusat perbelanjaan adalah tempat mereka mencari dan mengkonsumsi barang dari biaya orang tua untuk memenuhi keinginan untuk mengikuti mode dan trend dikalangan remaja.
- 2) Memperoleh Pengakuan Sosial, Perilaku remaja remaja sebenarnya 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. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang

sebagai itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti atribut yang sedang trend dilingkungannya.

Sumartono (2002) menjelaskan perilaku konsumtif ke dalam delapan aspek, yaitu:

- a. Membeli barang karena hadiah yang menarik.

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya, namun hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan. Individu yang berperilaku konsumtif akan lebih mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang menawarkan bonus atau hadiah dari pembelian yang dilakukannya. Contohnya adalah membeli dua baju untuk mendapatkan satu baju gratis dari pembelian tersebut. Aspek tersebut juga dapat diketahui melalui aktivitas membeli sejumlah barang untuk mendapatkan kupon belanja yang dapat ditukarkan.

- b. Membeli barang karena kemasannya yang menarik.

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasan yang berbeda dari yang lainnya, kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat individu membeli barang tersebut. Contohnya adalah dengan membeli buku karena cover dari buku tersebut penuh dengan warna dan menarik meskipun buku tersebut tidak dibutuhkan.

- c. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi.

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan. Perilaku konsumtif juga dapat ditunjukkan dari perilaku

individu yang sengaja membeli barang-barang mahal dan bermerek untuk dapat dipandang lebih dari teman-temannya.

d. Membeli barang karena ada program potongan harga.

Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik. Program potongan harga yang sengaja diberikan oleh pusat perbelanjaan menjadi tawaran yang menarik pada individu yang berperilaku konsumtif. Contohnya adalah seringnya individu membeli barang yang tidak dibutuhkan saat tersedia program potongan harga di pusat perbelanjaan.

e. Membeli barang untuk menjaga status sosial.

Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung membeli barang-barang yang mahal dan bermerek untuk mencerminkan bahwa dirinya adalah individu dengan status sosial yang baik.

f. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang.

Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model iklan tersebut adalah seorang idola dari pembeli. Pembelian tanpa adanya pertimbangan yang rasional juga dapat ditunjukkan melalui perilaku individu yang membeli suatu barang karena tertarik melihat pakaian tersebut sama dengan yang digunakan oleh idolanya. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi

- g. Individu membeli barang atau produk bukan karena berdasarkan kebutuhannya, akan tetapi memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya. Pembelian barang-barang yang mahal dan bermerek sering dilakukan oleh individu yang berperilaku konsumtif. Contohnya adalah sengaja membeli tas bermerek hanya untuk mendapatkan kepuasan pribadi saat menggunakan tas tersebut di depan teman-temannya.
- h. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda. Membeli barang sejenis dengan *merk* berbeda akan menimbulkan pemborosan karena individu hanya cukup memiliki satu barang saja. Individu yang cenderung berperilaku konsumtif biasanya sering melakukan pembelian barang-barang sejenis. Contohnya adalah dengan membeli dua sepatu yang modelnya sama pada *merk* berbeda.

Berdasarkan uraian di atas dapat di simpulkan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu membeli barang karena hadiah yang menarik, membeli barang karena kemasannya yang menarik, membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, membeli barang karena ada program potongan harga, membeli barang yang dianggap menjaga status sosial, membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, membeli barang dengan harga mahal akan memberi penilaian rasa percaya diri yang tinggi, dan membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.

2.1.4 Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) ada delapan ciri perilaku konsumtif. Empat perilaku pertama yang dimaksud adalah membeli produk karena ingin mendapatkan hadiah, kemasan menarik, menjaga penampilan diri dan gengsi serta program potongan harga. Empat perilaku konsumtif lainnya adalah pembelian barang untuk menjaga status sosial, pengaruh model yang mengiklankan barang, penilaian bahwa membeli barang dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merk berbeda.

Ciri perilaku konsumtif pertama adalah membeli karena penawaran hadiah yang menarik. Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan. Ciri perilaku konsumtif kedua yaitu membeli karena kemasannya menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut Sumartono (2002).

Ciri perilaku konsumtif yang ketiga adalah membeli karena menjaga penampilan diri dan gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan. Ciri perilaku konsumtif yang keempat adalah membeli barang karena program potongan harga. Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik Sumartono (2002).

Ciri perilaku konsumtif yang kelima adalah kecenderungan membeli barang yang dianggap dapat menjaga status sosial. Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Ciri perilaku konsumtif yang keenam adalah memakai sebuah barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang. Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli Sumartono (2002).

Ciri perilaku konsumtif yang ketujuh adalah penilaian bahwa membeli barang dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya. Ciri perilaku konsumtif yang terakhir menurut Sumartono (2002) adalah individu membeli lebih dari dua.

Berdasarkan delapan gaya belanja yang telah disebutkan di atas, ada empat gaya belanja yang dapat digolongkan sebagai ciri perilaku konsumtif. Empat ciri yang dimaksud adalah konsumen menyukai barang bermerk, konsumen yang menyukai produk baru dan mengikuti mode, berbelanja dianggap sebagai kegiatan rekreasi dan konsumen suka berbelanja secara impulsif atau mendadak(Splores dalam Engel, Blackwell & Miniard, 1994)

Ciri konsumtif yang pertama yaitu konsumen menyukai barang bermerk. Individu cenderung menyukai dan membeli barang bermerk karena menganggap barang bermerk merupakan barang terbaik untuk digunakan, Ciri perilaku konsumtif yang kedua adalah menyukai produk baru dan mengikuti mode. Individu cenderung menggunakan produk-produk yang dianggap sedang digemari atau

trend. Individu memperoleh kesenangan dengan membeli produk baru yang sedang trend tersebut. Hal tersebut dikarenakan rasa keingintahuan untuk mencoba produk baru yang sedang mode.

Ciri perilaku konsumtif yang ketiga adalah kegiatan berbelanja dianggap sebagai rekreasi. Kegiatan berbelanja sebagai sesuatu yang menyenangkan bagi yang melakukannya. Individu suka dan menikmati kegiatan berbelanja serta menganggapnya sebagai kegiatan bersosialisasi. Ciri perilaku konsumtif yang keempat adalah kegiatan berbelanja impulsif atau mendadak. Individu cenderung berbelanja secara "mendadak" tanpa memperdulikan seberapa banyak uang yang digunakan. Individu bahkan tidak mencari informasi terlebih dahulu untuk mendapatkan produk yang diinginkan Sumartono (2002)

Ciri konsumtif lain dikemukakan oleh yayasan Lembaga Konsumen Indonesia yang menyatakan perilaku konsumtif muncul karena individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan (dikutip Sumartono, 2002). Oleh karenanya, keputusan individu dalam membeli barang seringkali tidak dipertimbangkan dengan matang karena hanya berdasarkan keinginan saja.

Ciri konsumtif berikutnya adalah pembelian barang secara berlebihan (Fromm, 1995). Individu cenderung membeli barang yang sama dengan jumlah lebih dari satu buah dan tidak lagi sesuai dengan kebutuhan. Ciri konsumtif terakhir adalah dalam pembelian barang individu mudah terpengaruh kelompok referensi (iklan, film dan lingkungan teman) dalam membeli barang (Glock dikutip oleh Loudon & Dela Bitta, 1993). Individu membeli barang setelah melihat iklan yang menawarkan produk atau teman yang mereferensikan produk tertentu.

Fromm (dalam Wulandari, 2019) mengemukakan ciri perilaku konsumtif, yaitu :

a. Pemenuhan keinginan (*wants*)

Rasa puas pada manusia tidak pernah habis dan semakin meningkat oleh karena itu manusia selalu ingin lebih untuk memenuhi rasa puasnya, walaupun sebenarnya tidak ada kebutuhan hal tersebut.

b. Barang diluar jangkauan

Saat individu menjadi konsumtif maka semakin lama tindakan mengkonsumsi menjadi menjadi kompulsif dan tidak rasional. Individu akan selalu belum puas dan akan terus mencari kepuasan dengan terus membeli barang-barang baru. Individu tidak lagi melihat pada kebutuhan dirinya dan kegunaan barang itu bagi dirinya.

c. Barang tidak produktif

Penggunaan barang berlebihan membuat konsumsi menjadi tidak jelas dan barang menjadi tidak produktif. Individu selalu tidak puas dengan apa yang dimilikinya sehingga dia selalu membeli barang walaupun sebenarnya barang tersebut belum tentu penting untuknya.

d. Status

Perilaku individu bisa digolongkan sebagai konsumtif jika individu memiliki barang-barang lebih karena pertimbangan status. Tindakan konsumsi itu sendiri tidak lagi merupakan pengalaman yang berarti, manusiawi dan produktif karena hanya merupakan pengalaman

“pemuasan angan-angan” untuk mencapai sesuatu (status) melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan dirinya.

Berdasarkan uraian di atas maka ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu diantaranya berperilaku boros, lebih mementingkan hasrat atau keinginan dibandingkan kebutuhan, dan mengedepankan gengsi atau mempertahankan harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya.

2.2 Kontrol Diri

2.2.1 Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri diartikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif. Selain itu juga merupakan kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi di lingkungannya dan kemampuan mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi dalam menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi (Ghufroon & Risnawati, 2010)

Rodin menyebutkan bahwa kontrol diri adalah perasaan bahwa seseorang dapat membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk menghasilkan akibat yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan. Sedangkan menurut Berk kontrol diri adalah kemampuan individu untuk menahan keinginan atau dorongan sesaat yang bertentangan dengan tingkah laku yang tidak sesuai dengan norma sosial (Khairunnisa, 2013).

Hurlock mengatakan bahwa kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dalam dirinya (Khairunnisa 2013). Sedangkan Elfidan menyatakan bahwa kontrol diri berkaitan

dengan cara individu mengendalikan emosi serta dorongan- dorongan dari dalam dirinya, mengontrol emosi berarti mendekati suatu situasi dengan menggunakan sikap yang rasional untuk merespon situasi tersebut dan mencegah munculnya reaksi yang berlebihan (Muniroh, 2013)

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan, mengatur dan mengarahkan perilaku dan dorongan-dorongan dalam dirinya dan mengarahkannya ke arah konsekuensi positif.

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Faktor yang mempengaruhi kontrol diri menurut (Ghufron & Risnawita, 2010):

a. Faktor internal

Faktor yang mempengaruhi kontrol diri seseorang adalah faktor usia dan kematangan. Semakin bertambah usia seseorang, akan semakin baik kemampuan kontrol diri orang tersebut.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal meliputi keluarga, dalam lingkungan keluarga terutama orangtua akan menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Bila orang tua menerapkan sikap disiplin kepada anaknya secara intens sejak dini, dan tetap konsisten terhadap semua konsekuensi dari perbuatan anaknya yang menyimpang dari aturan yang telah ditetapkan, maka sikap kekonsistensian ini akan diinternalisasi anak yang kemudian akan menjadi kontrol diri baginya.

Sedangkan faktor-faktor menurut Elkind dan Weiner Dini (2008) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kontrol diri individu yaitu:

a. Pola asuh

Bahwa sebagian besar pertimbangan sosial kontrol diri ini bentuk oleh disiplin orang tua pada anak.

b. Faktor kognitif

Individu tidak dilahirkan dalam konsep yang benar dan salah atau dalam suatu pemahaman tentang perilaku yang diperbolehkan dan di larang. Hal ini berkaitan dengan faktor kognitif. Kemasakan kognitif yang terjadi selama masa pra sekolah dan masa kanak-kanan secara bertahap dapat meningkatkan kapasitas individu untuk membuat pertimbangan sosial dan mengontrol perilaku individu tersebut. Dengan demikian ketika beranjak dewasa individu yang telah memasuki perguruan tinggi akan mempunyai kemampuan berfikir yang lebih kompleks dan kemampuan intelektual yang lebih besar.

c. Religiusitas

Religiusitas dapat memiliki beberapa konsekuensi positif termasuk variabel kepribadian seperti kecemasan, kontrol diri, keyakinan irasional, depresi dan sifat kepribadian lain. Hasil penelitian Carter, McCullough & Carver, (2012) menunjukkan Religiusitas memiliki hubungan yang positif dengan kontrol diri, karena seseorang yang memiliki tingkat

religius yang tinggi percaya bahwa setiap tingkah laku yang mereka lakukan selalu diawasi oleh Tuhan, sehingga mereka cenderung memiliki self monitoring yang tinggi dan pada akhirnya memunculkan kontrol diri dalam dirinya.

Dengan demikian bisa disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri terdiri dari faktor internal, faktor eksternal, pola asuh, faktor kognitif, dan religiusitas.

1. Aspek-aspek Kontrol Diri

Averill (dalam Nurhaini, 2018) menyebutkan, terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu:

a. Kontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administrastion*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan. Apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal. Kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan

untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan, yaitu mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu diantara rangkaian stimulus sebelum waktunya berakhir, dan membatasi intensitasnya.

b. Kontrol Kognitif (*cognitif control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri atas dua komponen, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

c. Mengontrol keputusan (*decesional control*)

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai

kemungkinan tindakan.

Terdapat lima aspek kontrol diri menurut Tangney, Baumeister, dan Boone(Chaq & Suharnan, 2018),yaitu:

a. *Self-discipline*

Aspek ini mengacu pada kemampuan individu dalam kedisiplinan diri. Dengan kata lain, seseorang mampu memfokuskan diri saatmelakukan tugas. Individu yang memiliki *self-discipline* mampu menahandirinya dari hal lain yang mengganggu konsentrasinya.

b. *Deliberate/nonimpulsive*

Kecenderungan individu untuk melakukan sesuatu dengan pertimbangan tertentusehingga memilikisifat hati-hati, dan tidak tergesa-gesa. Seseorang yang memiliki nonimpulsivemampu bersikaptenang dalambertindak atau mengambil keputusan.

c. *Healthy habits*

Kemampuan seseorang dalam mengatur perilaku sehingga menjadi suatu kebiasaan yang baik dan sehat bagi orang tersebut. Individu yang memiliki *healthy habits* akan menolak hal lain yang dapat berdampak buruk bagi dirinya meskipun sangat menyenangkan. Ia akan mengutamakan hal-hal lain yang berdampak positif bagi dirinya meski tidak akan berdampak secara langsung.

d. *Work ethic*

Menilai tentang regulasi diri dari etika individu dalam melakukan suatu aktivitas sehari-hari. Individu yang memiliki *work ethics* akan

mampu menyelesaikan tugasnya tanpa dipengaruhi hal-hal yang ada diluar.Ia akan mampu berkonsentrasi pada tugas yang ia kerjakan.

e. Reliability

Terkait dengan penilaian individu terhadap kemampuan dirinya dalam merancang rencana untuk tujuan tertentu. Individu ini secara konsisten akan mengatur perilakunya dalam rangka mencapai tujuan rencananya

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek kontrol diri terdiri atas: kemampuan mengontrol perilaku, kemampuan mengontrol kognitif, kemampuan mengantisipasi dan menafsirkan suatu kejadian, dan kemampuan mengontrol keputusan.

2.2.3 Ciri-ciri Kontrol Diri

Menurut Thompson, ciri-ciri seseorang memiliki kontrol diri menurut (Smet, 2014) sebagai berikut:

- a. Kemampuan untuk mengontrol perilaku atau tingkah laku impulsif yang ditandai dengan kemampuan menghadapi stimulus yang tidak diinginkan.
- b. Kemampuan menunda kepuasan dengan segera untuk keberhasilan mengatur perilaku dalam mencapai sesuatu yang lebih berharga atau diterima dalam masyarakat.
- c. Kemampuan mengantisipasi peristiwa yaitu kemampuan untuk mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan secara relatif obyektif. Hal ini didukung dengan adanya informasi yang dimiliki individu.

- d. Menafsirkan kemampuan menafsirkan peristiwa, yaitu untuk menilai dan suatu keadaan atau sebelum berakhir dan intensitas stimulus, membuat perencanaan peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.
- e. Mengambil keputusan yaitu kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kontrol diri sangat bergantung oleh individu dalam menerapkannya dimana individu dapat mengontrol perilakunya dengan cara menghadapi stimulus yang tidak diinginkan dengan cara mencegah menjauhi stimulus, menunda kepuasan, mengantisipasi peristiwa secara relatif objektif, menafsirkan peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif subjektif dan kemampuan mengambil keputusan pada hal yang diyakini.

2.3 Pengaruh Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif

Kemajuan TI (teknologi informasi) pada masa sekarang sudah mengubah *lifestyle* orang-orang, contohnya seperti pada kebiasaan berbelanja. Dengan banyaknya pembeli yang menggunakan internet, akan memunculkan masalah perilaku konsumtif yang kurang tepat. Contohnya seperti seringnya terjadi pembelian yang tidak berdasarkan kebutuhan orang tersebut tetapi hanya ingin memenuhi keinginannya. Kejadian ini dikarenakan adanya bias dari kegiatan orang lain seperti teman sebaya, gaya hidupnya dan lingkungannya (Mahdalela dalam Erlynawati, 2016). Apabila pembeli mampu mengendalikan diri ketika mereka

disandingkan dengan faktor yang menimbulkan perilaku konsumtif, jadi akibat dari kecenderungan atau tanda-tanda tingkah laku konsumtif dapat dihindari.

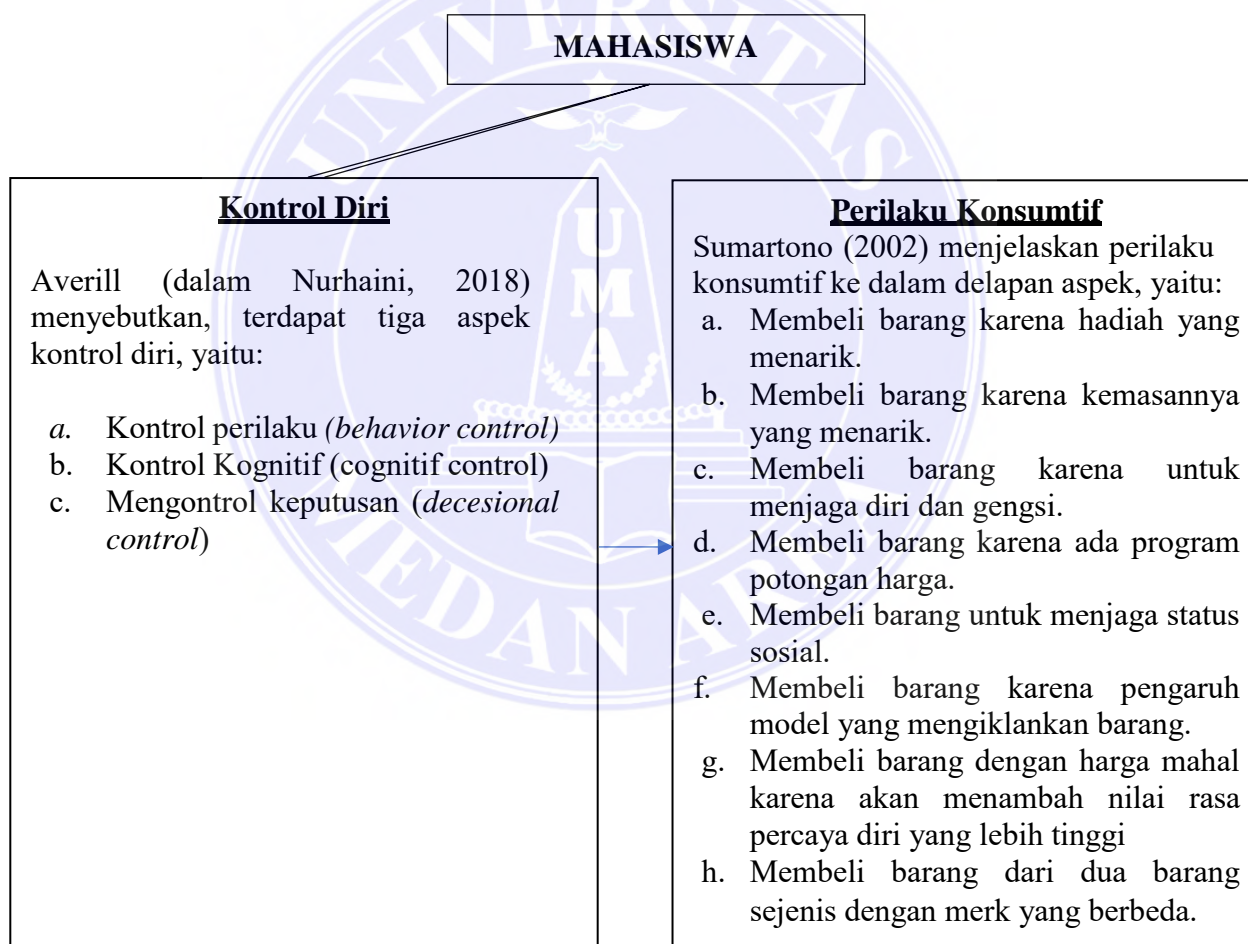
Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa tingkat kontrol diri pada kategori tinggi sejumlah 13.5% dengan frekuensi sebanyak 12 orang, 64 orang berada pada kategori sedang atau sekitar 71.9% serta 13 orang atau 14.6% berada pada kategori rendah. Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat kontrol diri pada mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang mayoritas berada pada kategori sedang karena memiliki presentasi yang lebih tinggi yaitu 71.9% artinya mahasiswi yang menunjukkan sedangnya kontrol diri adalah mereka cenderung dapat memilih apa yang harus mereka beli dahulu, yaitu membeli kebutuhan dahulu dan menyampingkan keinginan mereka. Mereka cenderung memikirkan terlebih dahulu konsekuensi yang didapatkan sebelum membeli barang yang diinginkan.

Penelitian selanjutnya: Hasil analisis menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan akuntansi program studi S1 UIN SUSKA Riau, dengan koefisien korelasi $R = 0,539$, $F = 23,994$ dan $p = 0,000 (p < 0,05)$. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa konformitas dan kontrol diri memiliki *adjusted R squared* sebesar 27,9% terhadap perilaku konsumtif dan sisanya sebesar 72,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini (Haryani, 2015).

Pengambilan sampel yang digunakan probability sampling dengan jumlah 135 orang. Hasil penelitian menunjukkan self control tinggi 78 orang (57,8%) dan perilaku konsumtif tinggi 39 orang (28,9%). Hasil analisis dengan uji statistik

chi-square diperoleh nilai p (value) = 0,001 ($p < 0,05$) yang berarti ada hubungan yang signifikan antara *self control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi ners di STIKes Santa Elisabeth Medan. Diharapkan mahasiswa untuk lebih meningkatkan *self control* sehingga perilaku konsumtif tidak semakin tinggi (Siallagan, 2021).

2.4 Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada 15 Januari 2023 sampai dengan selesai tanggal 25 Januari 2023. Penelitian ini merupakan penelitian yang data penelitian pada saat uji coba dapat dipakai sebagai data penelitian yang sebenarnya maka penelitian ini menjadi penelitian *try out* terpakai yang artinya data yang sudah diambil dalam uji coba skala ukur kembali digunakan sebagai data untuk pengujian hipotesis.

Peneliti melakukan penelitian pada saat jam istirahat, jam pulang kuliah, dan malam hari. Sampel tidak sulit dijumpai dikarenakan mereka tinggal dan menetap diasrama, Adapun partisipasi yang diberikan berupa snack dan minuman.

3.2. Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berbentuk kertas, peneliti mencetak kuesioner dengan menggunakan seperangkat komputer dan printer. Kuesioner adalah daftar yang berisi pertanyaan atau pernyataan-pernyataan secara tertulis yang harus dijawab oleh responden secara tertulis (Supratik, 2015). Setelah itu peneliti membagikan kuesioner kepada sampel atau sampel yang berada di tempat penelitian. Kemudian sampel tersebut mengisi pernyataan-pernyataan yang berada di kuesioner menggunakan alat tulis (pulpen).

Adapun alat penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat keras dan perangkat lunak. Perangkat keras terdiri atas sebuah laptop, sedangkan perangkat lunak yang digunakan berupa sistem operasi Microsoft Windows 10. Adapun untuk keperluan analisis data dengan menggunakan SPSS

versi 23.0 *for windows*. Kemudian skor yang mewakili pilihan subjek pada setiap butir pernyataan dipindahkan ke tahap berikutnya yaitu *Microsoft Excel 2010*.

3.3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian korelasional bila ditinjau dari judul penelitian. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang memiliki kegunaan untuk mencari pengaruh antar dua variable yang akan dicari pengaruhnya, sehingga diperoleh arah dan kuatnya pengaruh antara dua variable atau lebih yang diteliti (Sugiyono, 2003).

Untuk menguji hipotesis penelitian, terlebih dahulu diidentifikasi variabel yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini yaitu:

- a. Variabel Terikat : Perilaku Konsumtif
- b. Variabel Bebas : Kontrol diri

Defenisi operasional variabel penelitian dimaksudkan agar pengukuran variabel-variabel penelitian dapat terarah sesuai dengan metode pengukuran yang dipersiapkan. Adapun defenisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang sulit dialihkan dimana individu lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan dan suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang.

Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan, mengatur dan mengarahkan perilaku dan dorongan-dorongan dalam dirinya dan mengarahkannya ke arah konsekuensi positif.

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

Setiap penelitian, masalah populasi dan sampel yang dipakai merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan. Hadi (2004) menyatakan bahwa populasi adalah individu yang biasa dikenai generalisasi dari kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel penelitian. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa/i yang sedang melanjutkan study-nya di Yayasan Sekolah Tinggi Perikanan Kota Sibolga sebanyak 150 orang mahasiswa/i.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2003) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menyadari luasnya keseluruhan populasi dan keterbatasan yang dimiliki peneliti maka subjek penelitian yang dipilih adalah sebagian dari keseluruhan populasi yang dinamakan sampel. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang mahasiswa.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2015) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sedangkan teknik pengambilan sampel disebut dengan sampling. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan (Sugiyono, 2013). Mahasiswa pengguna E-commerce S1 di Sekolah Tinggi Perikanan

Kota Sibolga ini adalah subjek yang digunakan sebagai sampel pada penelitian ini sebanyak 50 orang mahasiswa/I dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Mahasiswa/i yang masih aktif berkuliah di Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga.
- b. Mahasiswa/i Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga tinggal di asrama yang memiliki perilaku konsumtif.

3.5 Prosedur Penelitian

3.5.1 Persiapan Administrasi

Sebelum melakukan penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan persiapan-persiapan yang berkaitan dengan administrasi penelitian yaitu, masalah perizinan untuk melakukan pengambilan data penelitian dengan memberikan surat pengantar dari pihak Fakultas Psikologi kepada pihak Universitas Medan Area kepada Sekolah Tinggi perikanan Sibolga, dengan nomor surat izin 0091/FPSI/01.10/1/2023 tanggal 14 Januari 2023. Surat selesai riset dengan nomor SKET.089/PK 1/ STPS/1/STPS/1/2023 dikeluarkan pada tanggal 26 Januari 2023.

3.5.2 Persiapan Alat Ukur Penelitian

Perilaku konsumtif diukur berdasarkan aspek menurut Sumartono (2002), yaitu: Membeli barang karena hadiah yang menarik, Membeli barang karena kemasannya yang menarik, Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, Membeli barang karena ada program potongan harga, Membeli barang untuk menjaga status sosial, Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa

percaya diri yang lebih tinggi, Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.

Tabel 1. Distribusi Penyebaran Butir-Butir Pernyataan Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Validitas

Aspek-aspek	Indikator	Favourable	Unfavourable	Jumlah
Membeli barang karena hadiah yang menarik.	Mendapatkan hadiah	15,23	4,18	8
	Mendapatkan Voucher	5,17	22,24	
Membeli barang karena kemasannya yang menarik.	Kemasan unik	1,47	14,46	8
	Kemasan Penuh kreatifitas	19,25	2,20	
Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi.	Menimbulkan penilaian orang	3,21	6,16	8
	Menjaga image	27,49	26,48	
Membeli barang karena ada program potongan harga	Mencari diskon	11,39	28,30	8
	Potongan harga	7,63	8,40	
Membeli barang untuk menjaga status sosial	Mengikuti trend	29,33	34,44	8
	Memiliki tujuan	9,37	10,42	
Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang.	Mengikuti iklan	41,61	12,32	8
	Adanya idola	31,43	36,38	
Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi	Mengandalkan kualitas harga		50,64	8
	Menambah percaya diri	45,55	58,62	
Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda	Membandingkan barang	53,59	54,60	8
	Mencoba barang lain	51,57	52,56	
TOTAL		32	32	64

Kontrol diri diukur berdasarkan tiga aspek kontrol diri menurut Averill (dalam Nurhaini, 2018): Kontrol perilaku (*behavior control*), Kontrol Kognitif (*cognitif control*), Mengontrol keputusan (*decesional control*).

Tabel 2. Distribusi Penyebaran Butir-Butir Pernyataan Kontrol Diri Sebelum Uji Validitas

Kontrol Diri	Indikator	Favourable	Unfavourable	Jumlah
Kontrol perilaku (<i>behavioral control</i>)	Kemampuan Mengendalikan perilaku	7,17,23	4,8,10	6
	Kemampuan memodifikasi	5,11,21	2,14,18	6
Kontrol kognitif	Mengolah informasi	1,9,13	6,12,16	6
	Mengantisipasi keadaan	3,15,19	20,22,28	6
Kontrol dalam pengambilan keputusan	Memilih tindakan	27,31,33	24,30,34	6
	Alternatif	25,29,35	26,32,36	6
Total		18	18	36

Skala disusun berdasarkan skala Likert dengan 4 Pilihan Jawaban, yakni Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Pernyataan disusun berdasarkan bentuk *favourable* dan *unfavourable*. Penelitian yang diberikan untuk jawaban *favourable*, yakni Sangat Setuju (SS) diberi nilai 4, jawaban Setuju (S) diberi nilai 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Sedangkan untuk item yang *unfavourable*, maka penilaian yang diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai 1, jawaban Setuju (S) diberi nilai 2, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 3 dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 4.

Dalam menentukan hasil penelitian ini, maka digunakan metodologi pengumpulan data dengan menggunakan skala perilaku konsumtif, dan skala kontrol diri.

1. Perilaku konsumtif diukur berdasarkan aspek menurut Sumartono (2002), yaitu: Membeli barang karena hadiah yang menarik, Membeli barang karena kemasannya yang menarik, Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, Membeli barang karena ada program potongan harga, Membeli barang untuk menjaga status sosial, Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi, Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.
2. Kontrol diri diukur berdasarkan tiga aspek kontrol diri menurut Averill (dalam Nurhaini, 2018): Kontrol perilaku (*behavior control*), Kontrol Kognitif (*cognitif control*), Mengontrol keputusan (*decesional control*)

Kedua skala diatas menggunakan skala Likert dengan 4 Pilihan Jawaban, yakni Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju. Pernyataan disusun berdasarkan bentuk *favourable* dan *unfavourable*. Penelitian yang diberikan untuk jawaban *favourable*, yakni Sangat Setuju (SS) diberi nilai 4, jawaban Setuju (S) diberi nilai 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Sedangkan untuk item yang *unfavourable*, maka penilaian yang diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai 1, jawaban Setuju (S) diberi nilai 2, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 3 dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 4.

Berdasarkan cara penyampaianya, skala yang akan digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis skala langsung dan tertutup. Skala diberikan secara langsung dan subjek diminta untuk memilih salah satu dari alternative jawaban yang telah disediakan. Adapun item-item dari skala tersebut disajikan dalam bentuk pernyataan yang bersifat favourable dan unfavourable.

3.6 Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *analisis* regresi merupakan teknik analisis yang digunakan untuk pengujian pengaruh variable independent terhadap variable dependen. Regresi linier sederhana digunakan apabila variable dependen dipengaruhi hanya oleh satu variable independent, sedangkan regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variable independent terhadap variable dependen. Peneliti menghitung dengan bantuan program IBM SPSS Versi 25 *for window*.

Sebelum melakukan analisis data, semua data yang diperoleh dari subjek penelitian terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yang meliputi :

3.6.1 Uji normalitas

Uji normalitas adalah usaha untuk menentukan apakah data variabel yang kita miliki mendekati populasi distribusi normal atau tidak. Bahasa lainnya apakah data kita terdistribusi normal atau tidak. Data yang terdistribusi normal adalah data yang memiliki kurva normal (dalam belajar otodidak SPSS pasti bisa, Sufren Yonathan 2014).

3.6.2 Uji Linearitas

Uji Linearitas, yaitu untuk mengetahui apakah data dari variabel bebas memiliki pengaruh yang linear dengan variabel terika



BAB V

SIMPULAN & SARAN

5.1 Simpulan

1. Hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel X (Kontrol Diri) diperoleh nilai $t_{hitung} = -3.697 < 2,010 = t_{tabel}$ dan $sig = 0,001 < 5\%$, sehingga H_0 ditolak. Hal ini berarti variabel kontrol diri berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel dependen perilaku konsumtif.
2. Nilai $R^2 = 0,222 = 22,2\%$. Hal ini berarti variabel bebas kontrol diri mempengaruhi variabel dependen perilaku konsumtif sebesar 20,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan uraian dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif tergolong tinggi dengan nilai mean hipotetik sebesar 147,5 dan mean empirik sebesar 167,62. Selanjutnya kontrol diri tergolong rendah karena mean hipotetik 90 dan mean empiriknya sebesar 68,76.

5.2 Saran

Sejalan dengan kesimpulan yang telah dibuat, maka berikut ini dapat diberikan beberapa saran, antara lain :

1. Saran Kepada Subjek Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan agar mengontrol perilaku konsumtif antara lain dengan cara mengikuti kegiatan yang lebih bermanfaat agar

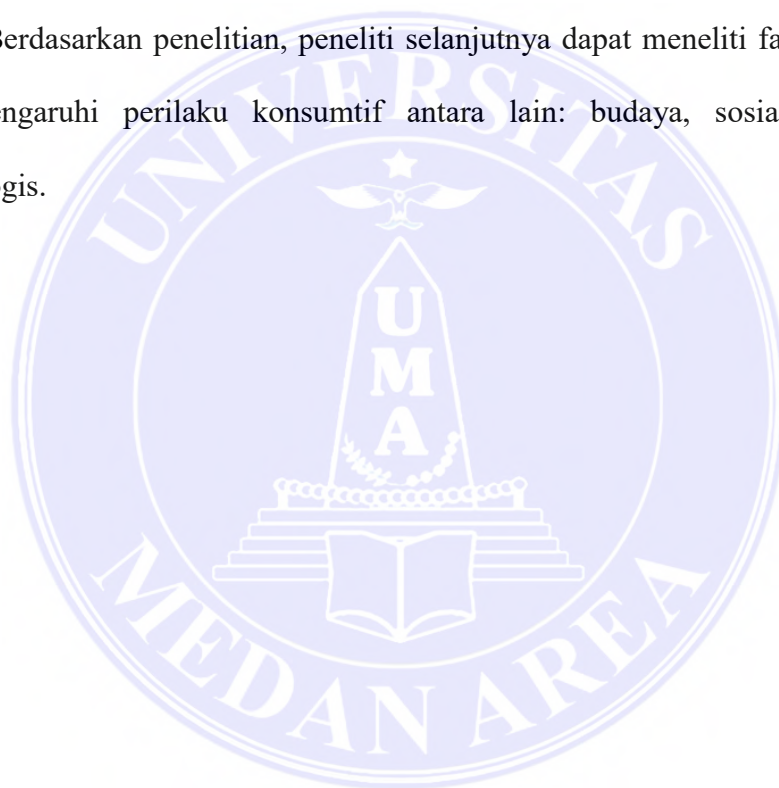
sikap ingin belanja secara berlebihan akan mudah teralihkan. Selain itu diharapkan untuk mengikuti seminar terkait masalah perilaku konsumtif.

2. Saran Untuk Platform Belanja Online

Diharapkan dapat meningkatkan transparansi harga dan batasi promosi yang dapat mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan.

3. Saran Bagi Peneliti Berikutnya

Berdasarkan penelitian, peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain: budaya, sosial, dan faktor psikologis.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 126664.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2001. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. : Rineka Cipta
- Ahmadi.2005. *Faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi belajar mengajar*.Bandung:Pustaka Setia.
- Blackwell, D. Roger, Paul W. M (Tempatpenampung2)iniard, James F. Engels. 2015 *Consumer Behavior*. South-Western Collage Pub.
- Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Liberty Edisi Pertama.
- Chen, T. (2011). Personality Traits Hierarchy of Online Shoppers. *Journal of Marketing Studies*, 3 (4), Online. <http://www.ccsenet.org/>. Diakses 5 Desember 2015.
- Chita, R.C.M., David, L., Pali, C. 2015. *Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Univertas Sam Ratulangi Angkatan 2011*. *Jurnal e-Biomedik*. Vol 3. No 1. Hal 297-302.
- Departemen Pendidikan Nasional . 2008 .*Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 27 Tahun 2008 Tentang Standar akademik dan Kompetensi Konselor*.[On Line]. Tersedia : <http://www.bnspp-indonesia.org/document.php?id=44>. Di akses 22 Mei 2012 08.30
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Hartaji, Damar A. (2012). *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma
- Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung :CV Yrama Widya.
- Haryani, I. (2015). *Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Akuntansi UIN SUSKA RIAU* (Doctoral dissertaton, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

- Hurlock, Elizabeth B. (2011). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Erlangga
- Heni, S.A. 2013. Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*.
- KBBI, 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online] Available at: <http://kbbi.web.id/pusat>, [Diakses 21 Juni 2016].
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT IndeksKelompok Gramedia
- Lu, H. P & Kuo, L. H. (2010). The Influence of Extro/Introversion on the Intention to Pay for Social Networking Sites. *Journal of Information & Management*, 47 (3), Online. <http://www.researchgate.net>. Diakses 5 Desember 2014.
- Mangkunegara, A. P. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Munandar, A.S. (2006). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Monks, dkk. 2013. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Patriana, P. (2007). *Hubungan Antara Kemandirian Dengan Motivasi Bekerja Sebagai Pengajar Les Privat Pada Mahasiswa Di Semarang*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Puspitadewi, Indah, C. I., & Rahyuda, H. (2016). Pengaruh DER, ROA, PER dan EVA Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Food And Beverage di BEI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 5, No. 3, 2016: 1429-1456.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen*. (Alih Bahasa: Zulkifli Kasif). Jakarta: Indeks.
- Spiegel, Murray .R. 1961. *Theory and Problem of Statistics*, New York: Mc Graw Hill.
- Setiadi, J. (2003). *Perilaku Kosnumen, Konsep dan Implikas untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bogor: Kencana.
- Schiffman&Kanuk. 2004. *PerilakuKonsumen (edisi 7)*. Jakarta: Prentice Hall

- Shohibullana, I. H. (2014). *Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA (Ditinjau dari Lokasi Sekolah)*. *Jurnal Psikologia*. 2 (1), Online. <http://ejournal.umm.ac.id/>. Diakses 3 Desember 2013.
- Siallagan, A. M., Derang, I., & Nazara, P. G. (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung Husada*, 8(1), 54-61.
- Siswoyo. Dkk. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2003). *Landasan Psikologi Proses Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Suryabrata, Sumadi. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suryabrata, Sumadi. 2013. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Swastha, B. *Pemasaran Yogyakarta*. (2008). Modern. Manajemen Liberty:
- Tambunan, Tulus T.H. 2001. *Transformasi Ekonomi di Indonesia: Teori dan Penemuan Empiris, Edisi Pertama*, Jakarta: Salemba Empat.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(2), 597-603.
- Wagner. (2009). *Gaya Hidup Shopping Mall sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif pada Remaja di Perkotaan*. Skripsi. Online. <http://repository.ipb.ac.id/>. Diakses 3 Desember 2015.
- Wardani. 2009. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Winkel, 2010. *Bimbingan dan Konseling di Institusi Pendidikan*, Yogyakarta : MediaAbadi



LAMPIRAN A
ALAT UKUR PENELITIAN

KATA PENGHANTAR

Dengan hormat, dalam memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Psikologi Universitas Medan Area, saya bermaksud mengadakan penelitian. Untuk itu saya berharap dan memohon bantuan dan kerjasama saudara-saudara untuk mengisi skala ini sebagai data dalam penelitian saya.

Skala ini terdiri dari sekelompok pernyataan untuk dijawab sesuai dengan daftar pilihan yang dijelaskan dalam petunjuk pengisian. Untuk itu saya berharap agar saudara-saudara memperhatikan setiap petunjuk pengisian dengan baik.

Dalam memilih daftar pilihan, tidak ada jawaban benar atau salah. Untuk itu sangat diharapkan agar saudara-saudara menjawab dengan jujur dan tidak mendiskusikannya dengan orang lain. Semua jawaban akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini saja.

Bantuan dan kerja sama saudara-saudara dalam menjawab pernyataan pada skala ini merupakan bantuan yang amat besar bagi keberhasilan penelitian ini. Atas bantuan dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Hormat saya

Peneliti

Isilah data-data berikut ini dengan keadaan diri saudara :

1. Inisial :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :

Petunjuk Pengisian Skala

1. Tulislah Identitas Anda pada tempat yang telah disediakan.
2. Di dalam skala ini akan disajikan sejumlah pernyataan, bacalah setiap pernyataan dengan teliti. Tugas Anda adalah memilih salah satu alternatif jawaban yang paling sesuai dengan keadaan diri Anda. Jawaban diberikan dengan memberikan **tanda silang (X)** pada kolom yang telah disediakan di setiap butir butir pernyataan. Dan setiap butir pernyataan jangan sampai terlewat. Adapun pilihan jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:

SS : Bila merasa **SANGAT SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.

S : Bila merasa **SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.

TS : Bila merasa **TIDAK SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.

STS : Bila merasa **SANGAT TIDAK SESUAI** dengan pernyataan yang diajukan.

2. Anda diharapkan menjawab semua pernyataan, **jangan sampai ada yang terlewatkan.**
3. Angket ini bukanlah suatu tes, jadi tidak ada jawaban yang salah. Semua jawaban adalah benar, asal benar-benar sesuai dengan kenyataan yang ada pada diri Anda.
4. Kesungguhan dan jawaban yang sesuai keadaan yang sebenarnya dalam memilih tanggapan sangat menentukan kualitas penelitian ini.

Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya membeli barang dengan kemasan yang lucu				
2.	Saya tidak tertarik memiliki barang yang dilihat dari kemasannya				
3.	Saya membeli barang mahal agar terlihat lebih dari teman yang lain				
4.	Dengan membeli barang baru saya menjadi pusing karena mendapatkan hadiah yang tidak bermanfaat				
5.	Saya sangat senang bisa mendapatkan potongan harga				
6.	Saya tidak mampu membeli barang yang dimiliki teman saya				
7.	Saya membeli barang karena potongan harga				
8.	Saya tidak tertarik membeli barang baru meskipun ada potongan harga				
9.	Membeli sepatu model terbaru, saya segera membelinya, walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu				
10.	Saya membeli produk tidak untuk coba-coba				
11.	Saya membeli barang diskon meskipun memakai tabungan				
12.	Ketika melihat iklan saya tidak berniat untuk membelinya				
13.	Saya percaya barang mahal bisa memuaskan				
14.	Saya malas melihat kemasan yang aneh				
15.	Membeli barang karena mendapatkan hadiah				
16.	Saya tidak ingin terlihat lebih dari teman lain				
17.	Bonus dari belanja sangat menggurikan				
18.	Saya tidak tertarik dengan hadiah dari produk				
19.	Saya membeli barang karena bentuknya yang langka				
20.	Kemasan yang kreatif bisa dimiliki semua produk				
21.	Saya memiliki barang yang teman saya tidak mampu membelinya				
22.	Mendapatkan potongan harga sudah biasa				
23.	Saya senang berbelanja jika mendapatkan hadiah				
24.	Bonus belanja tidak mampu menarik perhatian				
25.	Saya suka dilihat berbeda karena produk yang saya pakai memiliki kemasan yang berbeda dari yang lain				
26.	Saya membeli barang tidak karena gengsi				
27.	Saya membeli barang atau jasa untuk menjaga penampilan diri dan gengsi				
28.	Saya membeli barang jika saya butuhkan tanpa melihat diskon				

29.	Meskipun barang milik saya masih bagus, saya tetap mengganti dengan yang baru				
30.	Saya tidak tertarik membeli barang baru meskipun diskon				
31.	Saya membeli barang atau jasa karena mengidolakan model yang mengiklan				
32.	Menurut saya promosi disosial media belum tentu menjamin barang tersebut				
33.	Saya mengikuti tren memakai hp terbaru				
34.	Saya tidak tertarik mengikuti hp yang sedang booming				
35.	Membeli barang meskipun harganya mahal				
36.	Saya tidak mengidolakan produk tertentu				
37.	Saya membeli produk baru karena rasa ingin tahu				
38.	Saya membeli barang tidak karena bintang iklannya				
39.	Saya memburu barang diskon setiap minggu				
40.	Membeli barang jika dibutuhkan				
41.	Saya tertarik membeli barang karena iklan				
42.	Saya memakai sepatu yang nyaman tanpa harus mahal				
43.	Merasa tertarik dengan tayangan iklan kemudian melakukan pembelian				
44.	Saya mengganti barang yang saya butuhkan jika sudah tidak layak lagi				
45.	Memakai barang bermerk membuat saya lebih leluasa tampil di depan umum				
46.	Saya membeli parfume karena wanginya saya suka				
47.	Membeli barang karena mengoleksi bentuknya				
48.	Saya membeli barang bukan karena symbol status				
49.	Saya membeli barang atau jasa karena simbol status				
50.	Membeli barang yang harganya terjangkau				
51.	Setiap belanja saya membeli barang yang sama dengan merk yang berbeda				
52.	Saya tidak belanja dengan barang yang berbeda merk				
53.	Saya memilih barang dengan merk yang saya puas untuk memakainya				
54.	Saya puas memakai barang murah				

55.	Suka membeli produk yang membuat penampilan menjadi lebih keren, gaul dan trendy				
56.	Saya tidak suka membeli barang berlebih				
57.	Membandingkan kualitas produk dengan jalan membeli dan menggunakan dua produk sejenis dengan merek yang berbeda				
58.	Saya membeli produk yang membuat saya terlihat sopan				
59.	Saya mencoba barang yang sama dengan merek berbeda				
60.	Saya tidak suka membandingkan merk barang yang saya gunakan				
61.	Saya senang membeli barang dari promosi yang ada di social media				
62.	Saya tetap percaya diri dengan penampilan apa adanya				
63.	Saya memburu barang sale setiap minggu				
64.	Saya tidak mempercayai sepenuhnya barang yang mahal				

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mengevaluasi tugas-tugas yang diberikan				
2.	Saya tidak mampu menutupi kesedihan				
3.	Saya mencari kesibukan disaat menunggu seseorang				
4.	Saya tidak bisa meredakan amarah				
5.	Saya menghindari kesalahan dalam membuat tugas-tugas				
6.	Saya tidak mampu mengerjakan pekerjaan sendiri				
7.	Saya mempertimbangkan tindakan dengan hati-hati				
8.	Saya meninggalkan pekerjaan yang berat				
9.	Sesuatu yang saya kerjakan dipengaruhi oleh orang lain				
10.	Saya tidak memikirkan akibat dari perbuatan saya				
11.	Saya tidak menunjukkan kesedihan saya dihadapan orang lain				
12.	Saya menerima informasi dari siapa saja				
13.	Dalam menerima informasi saya akan memikirkannya kembali				
14.	Saya menghindari tugas yang tidak bisa saya selesaikan				
15.	Saya mengerjakan sesuatu yang bermanfaat untuk mengisi waktu luang				
16.	Saya malas mengevaluasi tugas yang diberikan				
17.	Saya berhati-hati berbuat, karena setiap perbuatan mendapat balasan yang setimpal				
18.	Saya melampiaskan kemarahan saya sama siapapun				
19.	Menghindari orang yang sedang marah, daripada terpengaruh				
20.	Saya marah jika menunggu orang dalam waktu yang lama				
21.	Saya menarik nafas beberapa kali saat marah agar terasa lebih tenang				
22.	Saya terpancing jika dekat dengan orang yang sedang emosi				
23.	Saya berusaha menyelesaikan pekerjaan				
24.	Saya tidak suka di nasehati				
25.	Saya biasa menepati janji supaya merasa nyaman				
26.	Saya sering terlibat dengan persoalan orang lain				
27.	Saya tidak marah saat dikritik				
28.	Waktu luang saya gunakan untuk tidur				
29.	Agar kesalahan atau kegagalan masa lalu tidak terulang, saya berusaha untuk tidak terlibat dengan persoalan yang serupa				
30.	Saya marah jika ada yang mengkritik saya				

31.	Menerima kritik dengan lapang dada meski terasa pedas				
32.	Saya sulit menepati janji				
33.	Menghargai nasehat yang diberikan oleh teman saya, meskipun menyinggung perasaan saya				
34.	Saya tersinggung meskipun yang memberi kritikan adalah teman sendiri				
35.	Saya menghindar bila ditantang berkelahi				
36.	Saya merespon tantangan dari teman				



LAMPIRAN B

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS



Scale: PERILAKU KONSUMTIF**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	64

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PK1	2.28	.671	50
PK2	2.52	.614	50
PK3	2.30	.580	50
PK4	2.42	.538	50
PK5	2.42	.575	50
PK6	2.42	.609	50
PK7	2.48	.646	50
PK8	2.58	.785	50
PK9	2.50	.707	50
PK10	2.36	.693	50
PK11	2.38	.697	50
PK12	2.50	.763	50
PK13	2.38	.667	50
PK14	2.40	.639	50
PK15	2.50	.707	50
PK16	2.66	.717	50
PK17	2.54	.762	50
PK18	2.44	.787	50
PK19	2.36	.827	50
PK20	2.54	.788	50
PK21	2.34	.717	50
PK22	2.40	.639	50
PK23	2.32	.513	50
PK24	2.54	.503	50
PK25	2.40	.639	50
PK26	2.40	.606	50
PK27	2.52	.677	50
PK28	2.54	.762	50
PK29	2.56	.705	50
PK30	2.36	.663	50
PK31	2.44	.705	50
PK32	2.48	.762	50
PK33	2.42	.702	50
PK34	2.42	.673	50
PK35	2.58	.673	50

PK36	2.64	.722	50
PK37	2.58	.731	50
PK38	2.40	.700	50
PK39	2.46	.706	50
PK40	2.62	.753	50
PK41	2.18	.691	50
PK42	2.36	.525	50
PK43	2.42	.538	50
PK44	2.48	.646	50
PK45	2.42	.609	50
PK46	2.50	.614	50
PK47	2.60	.606	50
PK48	2.52	.762	50
PK49	2.20	.700	50
PK50	2.46	.542	50
PK51	2.38	.635	50
PK52	2.46	.613	50
PK53	2.40	.700	50
PK54	2.40	.728	50
PK55	2.44	.733	50
PK56	2.54	.734	50
PK57	2.54	.706	50
PK58	2.38	.667	50
PK59	2.40	.728	50
PK60	2.52	.789	50
PK61	2.44	.644	50
PK62	2.44	.611	50
PK63	2.54	.646	50
PK64	2.60	.756	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	154.74	431.666	.387	.948
PK2	154.50	429.235	.523	.947
PK3	154.72	431.308	.468	.947
PK4	154.60	430.898	.525	.947
PK5	154.60	433.061	.398	.948
PK6	154.60	431.143	.451	.947
PK7	154.54	427.519	.560	.947
PK8	154.44	424.741	.543	.947
PK9	154.52	430.949	.391	.948
PK10	154.66	438.025	.152	.949
PK11	154.64	427.786	.508	.947
PK12	154.52	428.540	.437	.947
PK13	154.64	428.929	.490	.947
PK14	154.62	429.057	.508	.947
PK15	154.52	426.989	.528	.947
PK16	154.36	428.807	.458	.947
PK17	154.48	431.765	.334	.948
PK18	154.58	431.718	.324	.948
PK19	154.66	424.637	.516	.947
PK20	154.48	427.438	.456	.947
PK21	154.68	431.120	.379	.948
PK22	154.62	425.955	.628	.947
PK23	154.70	434.622	.376	.948
PK24	154.48	430.296	.592	.947
PK25	154.62	433.220	.349	.948
PK26	154.62	429.710	.511	.947
PK27	154.50	427.806	.523	.947
PK28	154.48	423.071	.615	.946
PK29	154.46	431.437	.375	.948
PK30	154.66	437.698	.172	.948
PK31	154.58	431.147	.385	.948
PK32	154.54	426.294	.510	.947
PK33	154.60	428.531	.478	.947
PK34	154.60	425.837	.599	.947

PK35	154.44	430.007	.447	.947
PK36	154.38	425.383	.572	.947
PK37	154.44	430.251	.400	.948
PK38	154.62	432.200	.352	.948
PK39	154.56	427.639	.506	.947
PK40	154.40	426.041	.525	.947
PK41	154.84	429.280	.460	.947
PK42	154.66	431.617	.505	.947
PK43	154.60	431.837	.483	.947
PK44	154.54	427.723	.553	.947
PK45	154.60	431.184	.449	.947
PK46	154.52	431.193	.445	.947
PK47	154.42	429.514	.519	.947
PK48	154.50	422.133	.645	.946
PK49	154.82	427.620	.512	.947
PK50	154.56	428.211	.642	.947
PK51	154.64	432.521	.378	.948
PK52	154.56	428.700	.545	.947
PK53	154.62	432.363	.346	.948
PK54	154.62	425.832	.551	.947
PK55	154.58	429.065	.439	.947
PK56	154.48	428.581	.454	.947
PK57	154.48	435.357	.240	.948
PK58	154.64	436.031	.231	.948
PK59	154.62	430.077	.407	.948
PK60	154.50	425.847	.505	.947
PK61	154.58	435.106	.275	.948
PK62	154.58	429.596	.511	.947
PK63	154.48	426.785	.589	.947
PK64	154.42	421.840	.660	.946

$$59 \times 5 / 2 = 147,5$$

Reliability

Scale: KONTROL DIRI

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	36

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KD1	2.06	.620	50
KD2	2.00	.535	50
KD3	2.06	.586	50
KD4	2.04	.638	50
KD5	1.90	.678	50
KD6	2.04	.638	50
KD7	2.00	.571	50
KD8	1.94	.620	50
KD9	1.98	.515	50
KD10	2.10	.614	50
KD11	1.94	.767	50
KD12	2.10	.763	50
KD13	2.12	.773	50
KD14	2.14	.808	50
KD15	2.10	.707	50
KD16	2.04	.755	50
KD17	1.96	.605	50
KD18	2.02	.622	50
KD19	1.96	.533	50
KD20	2.10	.678	50
KD21	2.02	.685	50
KD22	1.98	.714	50
KD23	1.96	.727	50
KD24	1.94	.712	50
KD25	2.06	.712	50
KD26	2.00	.670	50
KD27	1.98	.515	50
KD28	2.06	.512	50
KD29	2.02	.589	50
KD30	2.06	.712	50

KD31	2.04	.755	50
KD32	2.04	.781	50
KD33	2.10	.789	50
KD34	2.04	.699	50
KD35	1.96	.781	50
KD36	1.98	.769	50



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KD1	70.78	272.828	.647	.969
KD2	70.84	277.076	.511	.969
KD3	70.78	274.747	.586	.969
KD4	70.80	272.286	.654	.969
KD5	70.94	270.629	.690	.969
KD6	70.80	273.347	.603	.969
KD7	70.84	273.566	.665	.969
KD8	70.90	273.602	.609	.969
KD9	70.86	278.327	.458	.969
KD10	70.74	272.686	.660	.969
KD11	70.90	268.010	.711	.968
KD12	70.74	267.870	.722	.968
KD13	70.72	266.532	.766	.968
KD14	70.70	267.194	.704	.968
KD15	70.74	267.951	.778	.968
KD16	70.80	268.408	.707	.968
KD17	70.88	274.312	.588	.969
KD18	70.82	274.232	.575	.969
KD19	70.88	275.577	.599	.969
KD20	70.74	270.890	.678	.969
KD21	70.82	269.702	.724	.968
KD22	70.86	270.735	.248	.969
KD23	70.88	267.373	.780	.968
KD24	70.90	268.500	.748	.968
KD25	70.78	268.828	.734	.968
KD26	70.84	269.607	.746	.968
KD27	70.86	277.674	.497	.969
KD28	70.78	277.481	.512	.969
KD29	70.82	274.518	.595	.969

KD30	70.78	269.277	.714	.968
KD31	70.80	267.633	.739	.968
KD32	70.80	267.959	.699	.968
KD33	70.74	265.625	.786	.968
KD34	70.80	267.755	.797	.968
KD35	70.88	266.312	.766	.968
KD36	70.86	267.184	.243	.968

$$34 \times 5 / 2 = 86$$





NPar Tests**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		PERILAKU KONSUMTIF	KONTROL DIRI
N		50	50
Normal Parameters ^a	Mean	167.62	68.78
	Std. Deviation	18.224	16.240
Most Extreme Differences	Absolute	.125	.248
	Positive	.092	.248
	Negative	-.125	-.166
Kolmogorov-Smirnov Z		.881	1.753
Asymp. Sig. (2-tailed)		.420	.124
a. Test distribution is Normal.			

Means**Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERILAKU KONSUMTIF * KONTROL DIRI	50	100.0%	0	.0%	50	100.0%

Report

PERILAKU KONSUMTIF

KON TROL DIRI	Mean	N	Std. Deviation
53	127.50	2	13.435
54	107.00	1	.
55	125.67	3	12.662
56	139.00	1	.
58	152.67	3	3.215
59	134.50	2	17.678
60	139.86	7	20.078
61	149.20	5	9.039
62	137.20	5	7.430
65	150.33	3	4.509
66	144.00	2	2.828
68	143.50	2	14.849
71	123.00	1	.
72	137.50	2	6.364
80	106.00	1	.
83	118.00	1	.
86	140.00	1	.
87	135.00	1	.
93	123.50	2	34.648
96	104.00	1	.
97	140.00	1	.
98	83.00	1	.
118	105.00	1	.
122	113.00	1	.
Total	167.62	50	18.224

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU KONSUMTIF * KONTROL DIRI	10962.823	23	476.644	2.333	.019
Linearity	3429.504	1	3429.504	16.789	.000
Deviation from Linearity	7533.318	22	342.424	1.676	.104
Within Groups	5310.957	26	204.268		
Total	16273.780	49			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PERILAKU KONSUMTIF * KONTROL DIRI	-.459	.211	.821	.674

Correlations

Correlations

		PERILAKU KONSUMTI F	KONTROL DIRI
PERILAKU KONSUMTIF	Pearson Correlation	1	-.459**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	50	50
KONTROL DIRI	Pearson Correlation	-.459**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Regression**Correlations**

		PERILAKU KONSUMTI F	KONTROL DIRI
Pearson Correlation	PERILAKU KONSUMTIF	1.000	-.459
	KONTROL DIRI	-.459	1.000
Sig. (1-tailed)	PERILAKU KONSUMTIF		.000
	KONTROL DIRI	.000	
N	PERILAKU KONSUMTIF	50	50
	KONTROL DIRI	50	50

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KONTROL DIRI ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.459 ^a	.211	.194	16.358	.211	12.816	1	48	.001	1.418

a. Predictors: (Constant), KONTROL DIRI

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3429.504	1	3429.504	12.816	.001 ^a
	Residual	12844.276	48	267.589		
	Total	16273.780	49			

a. Predictors: (Constant), KONTROL DIRI

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	170.053	10.164		16.731	.000					
KONTR OL DIRI	-.515	.144	-.459	3.580	.001	-.459	-.459	-.459	1.000	1.000

a. Dependent Variable:
PERILAKU KONSUMTIF



LAMPIRAN D
SURAT PENELITIAN



Nomor : 0091/FPSI/01.10/1/2023
Lampiran : -
Hal : Penelitian

14 Januari 2023

Yth. Bapak/Ibu Pimpinan
Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga
di
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Hocklay Kornelius Sipahutar
NPM : 188600421
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga, Jl. Sisingamangaraja No. 444 Sibolga guna penyusunan skripsi yang berjudul "*Pengaruh Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga*".

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Sekolah Tinggi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.


An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
Pengabdian Kepada Masyarakat



Pati-Indaga, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip





SEKOLAH TINGGI PERIKANAN SIBOLGA
 SK Menteri Pendidikan Nasional RI No. 101/D/O-2001
 Jl. Simanjorangraja No. 44 A/B Sibolga Sumatera Utara Telp. 0651 327040
 Website: <http://stpsibolga.ac.id>, e-mail: stpsibolga@stpsibolga.ac.id

SURAT KETERANGAN
 Nomor: SK/1.089/PK.1/STPS/1/2023

Yang beranda surat dibawah ini:

Nama	E. Adesari Sihajak, M.Pd
NIDN	0130049103
Nama PI	Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga
Jabatan	Penyantar Ketua I Bidang Akademik

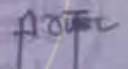
Meyatakan bahwa:

Nama	Hocklay Kornelius Sipahutar
NPM	188500121
Fakultas	Biologi
Universitas	Medan Area
Judul	Pengaruh Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga

Adalah benar telah melaksanakan Penelitian di Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga Pada Tanggal 13 Januari 2023 sampai dengan 26 Januari 2023 di Lingkungan Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Sibolga, 26 Januari 2023
 Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga
 Penyantar Ketua I Bidang Akademik


 E. Adesari Sihajak, M.Pd
 NIDN : 01.3004.9103