

**PENGARUH *SELF-CONTROL* TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWI PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

OLEH
MAYRIANA AGNESIA BR. GINTING
18.860.0366



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDA
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 7/7/25

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

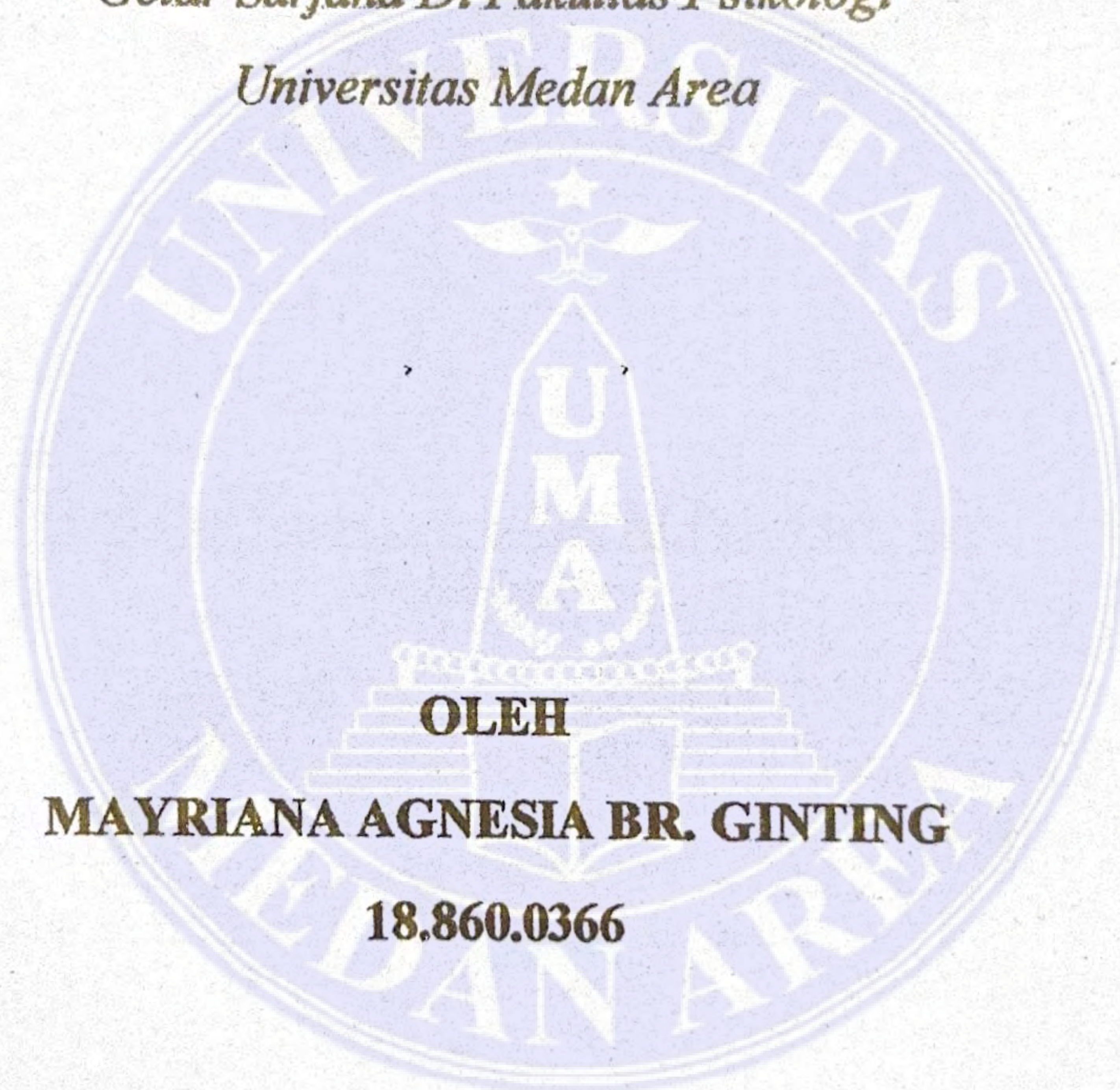
Access From (repository.uma.ac.id)7/7/25

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *SELF-CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA PASCASARJANA UNIVERSITAS MEDAN AREA

SKRIPSI

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



OLEH
MAYRIANA AGNESIA BR. GINTING
18.860.0366

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *SELF-CONTROL* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI
PASCASARJANA UNIVERSITAS MEDAN
AREA

NAMA : MAYRIANA AGNESIA BR. GINTING

NPM : 18.860.0366

FAKULTAS : PSIKOLOGI

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Pembimbing



Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Dekan

Faadhil, S. Psi, M.Psi., Psikolog
Kepala Program Studi

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar serjana 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 di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini

Medan, 16 April 2025



Mayriana Agnesia Br. Ginting

18.860.0366

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

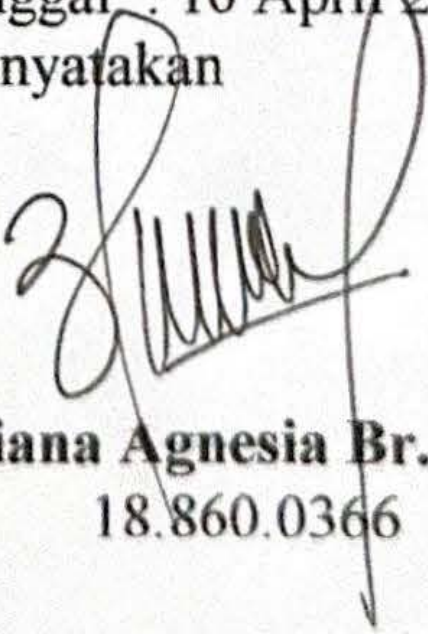
Nama : Mayriana Agnesia Br. Ginting
NPM : 18.860.0366
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area *Hak Bebas Royalti Noneksklusi (Non-exclusive Royalty Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH *SELF-CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWI PASCASARJANA UNIVERSITAS MEDAN AREA”**

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini, Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi skripsi 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 : 16 April 2025
Yang menyatakan


Mayriana Agnesia Br. Ginting
18.860.0366

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Mayriana Agnesia Br Ginting, anak dari Bapak Ir. Raswenta Ginting dan Ibu Sriwati Br Gurusinga. Penulis lahir pada tanggal 2 September 2000 di Medan. Pendidikan menengah atas ditempuh di SMA Santo Thomas 1 Medan dan diselesaikan pada tahun 2018. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Medan Area (UMA), Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, jenjang Strata 1 (S1).



ABSTRAK

PENGARUH *SELF-CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PASCASARJANA UNIVERSITAS MEDAN AREA

OLEH

MAYRIANA AGNESIA BR. GINTING

18.860.0366

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris dan mengetahui pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswi Pascasarjana Universitas Medan Area. Metode yang digunakan metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh seluruh Mahasiswi Pascasarjana Program Studi Magister Psikologi berjumlah 318 mahasiswi dengan sampel 117. Teknik sampel yang digunakan purposive sampling. Berdasarkan hasil dari analisis regresi sederhana dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, yang mana jika nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh antara self-control dengan perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana didapatkan hasil t hitung (7.457) dan t tabel (1.657), yang artinya t tabel > t hitung yaitu $7.457 > 1.657$ sehingga didapatkan hasil terdapat pengaruh self-control terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi, didapatkan nilai koefisien determinasi (r^2) ialah $r^2 = 0,403$. Hal ini memperlihatkan bahwasanya Self-Control mempunyai kontribusi terhadap Perilaku Konsumtif sebesar 40.3%. Berdasarkan hasil uji mean dapat diketahui bahwa Self-Control tergolong rendah dengan nilai mean hipotetik sebesar 70 dan mean empiriknya sebesar 56.39. Selanjutnya Perilaku Konsumtif memperoleh hasil tinggi dengan nilai hipotetik sebesar 70 dan nilai empiriknya sebesar 86.74.

Kata Kunci: Self-control, perilaku konsumtif, mahasiswi

ABSTRACT

THE EFFECT OF SELF-CONTROL ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN POSTGRADUATE STUDENTS AT UNIVERSITY OF MEDAN AREA

BY:
MAYRIANA AGNESIA BR. GINTING
NPM: 188600366

The aim of this research was to empirically examine and determine the effect of self-control on consumptive behavior in postgraduate students at University of Medan Area. The method used was a quantitative method. The population of this research was all postgraduate students of the Master of Psychology Program, totaling 318 students with a sample of 117. The sampling technique used was purposive sampling. Based on the results of simple regression analysis by comparing the t count value with the t table, where if the t count $>$ t table then there was an effect between self-control and consumptive behavior. Based on the results of the simple regression analysis, the t count was (7.457) and the t table was (1.657), which meant t count $>$ t table, that is $7.457 > 1.657$, indicating that there was an effect of self-control on consumptive behavior. Based on the results of the determination coefficient calculation, the coefficient of determination (r^2) was $r^2 = 0.403$. This showed that self-control contributed 40.3% to consumptive behavior. Based on the mean test results, it was found that self-control was categorized as low with a hypothetical mean of 70 and an empirical mean of 56.39. Furthermore, consumptive behavior was found to be high with a hypothetical mean of 70 and an empirical mean of 86.74.

Keywords: Self-Control, Consumptive Behavior, Female Students



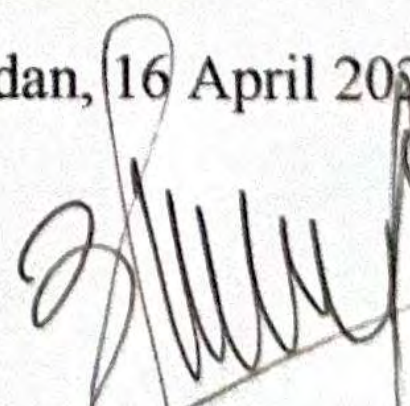
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME yang senantiasa memberikan karunia-Nya, dan juga kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dan mampu bertahan pada setiap kendala dan cobaan yang dihadapi selama menyelesaikan skripsi ini dengan selesai. Adapun maksud dan tujuan dari skripsi ini penelitian ini adalah untuk mengetahui “Pengaruh *Self-Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Medan Area”.

Terima kasih penulis sampaikan kepada ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing penulis, terimakasih telah menyediakan waktu untuk bimbingan ditengah rutinitas ibu yang padat dan telah banyak memberikan saran dan masukan dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi, perhatian dan dukungan dalam segala bentuk dan doa yang dipanjatkan untuk penulis. Disamping itu terima kasih penulis sampaikan kepada direktur pascasarjana Universitas Medan Area dan Mahasiswa Program Studi Magister Psikologi yang menjadi responden penulis. Terima kasih telah membantu penulis selama melaksanakan penelitian, serta penulis ingin mengucapkan terimakasih untuk seluruh orang yang telah terlibat dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis membuka diri untuk menerima saran maupun kritikan yang konstruktif dan membangun dari para pembaca demi penyempurnaannya dalam upaya menambah khasanah pengetahuan dan nilai dari proposal ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Medan, 16 April 2025



Mayriana Agnesia Br. Ginting
18.860.0366

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I - PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Hipotesis Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II - TINJUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Perilaku Konsumtif.....	8
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif	8
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif	9
2.1.3 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	15
2.1.4 Ciri-ciri Perilaku Konsumtif	17
2.2 Self-Control.....	20
2.2.1 Pengertian Self-control.....	20
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Self-control	21
2.2.3 Aspek-aspek Self-control	22
2.3 Pengaruh <i>Self-control</i> terhadap Perilaku Konsumtif	24

2.4 Kerangka Konseptual.....	29
BAB III - METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.2 Bahan dan Alat Penelitian.....	30
3.3 Metode Penelitian.....	30
3.3.1 Metode Pengumpulan Data	31
3.3.2 Metode Uji Coba Alat Ukur	32
3.3.3 Teknik Analisis Data.....	34
3.4 Identifikasi Variabel Penelitian.....	34
3.5 Defenisi Operasional Penelitian	35
3.5.1 Self-Control	35
3.5.2 Perilaku Konsumtif	35
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.6.1 Populasi	35
3.6.2 Sampel Penelitian.....	36
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel	36
3.7 Prosedur Penelitian	36
3.7.1 Persiapan Penelitian	36
3.7.2 Tahap Pelaksanaan	39
BAB IV - HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Hasil Uji Coba Alat Ukur	41
4.1.2 Hasil Analisis Data.....	43
4.1.3 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik	46
4.2 Pembahasan.....	47
BAB V - SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29



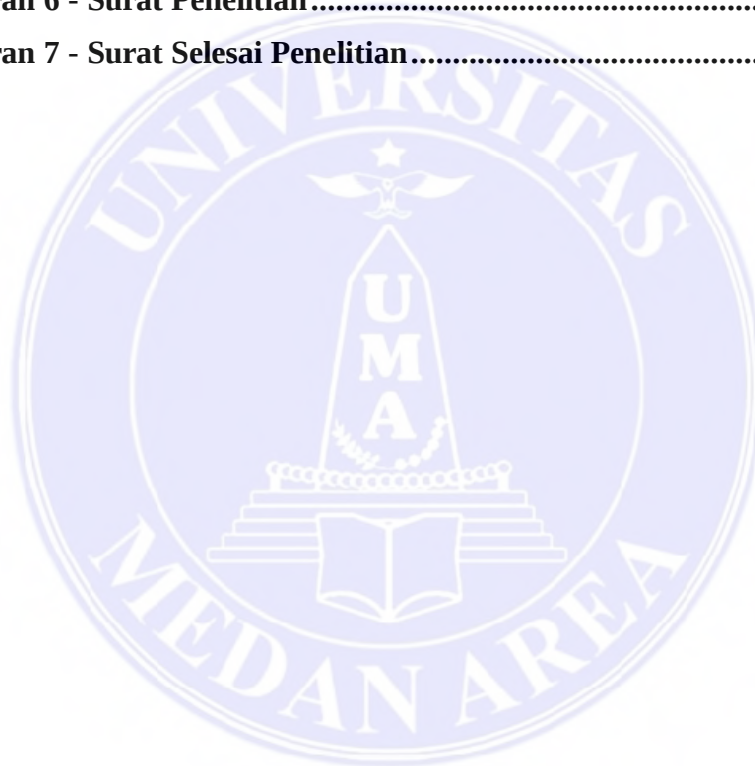
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Penyebaran skala self-control	38
Tabel 3.2 Penyebaran skala Perilaku Konsumtif	39
Tabel 4.1 Skala Self-Control setelah Uji Coba.....	41
Tabel 4.2 Skala Perilaku Konsumtif setelah Uji Coba	42
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.5 Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linearitas Hubungan	44
Tabel 4.6 Analisis Regresi Sederhana	44
Tabel 4.7 Rangkuman Analisa Korelasi <i>r Product Moment</i>	45
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 - Data Penelitian	58
Lampiran 2 - Skala Penelitian	75
Lampiran 3 - Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	85
Lampiran 4 - Uji Asumsi Klasik.....	94
Lampiran 5 - Uji Hipotesis	97
Lampiran 6 - Surat Penelitian	99
Lampiran 7 - Surat Selesai Penelitian	101



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman yang telah berkembang saat ini menuntut pula terhadap perubahan perilaku serta gaya hidup pada masyarakat. Zaman yang sangat serba modern sekarang ini dijuluki sebagai zamannya "*generasi milenial*" dimana masyarakat generasi sekarang ini cenderung bergantung pada kecanggihan teknologi yang dapat memudahkan kita dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Setiap individu memiliki kebutuhan diantaranya kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan untuk merasa memiliki, kebutuhan akan harga diri, dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri. Pertimbangan dalam mengkonsumsi adalah berdasarkan kebutuhan yang paling dasar terlebih dahulu, ketika kebutuhan yang paling dasar sudah terpenuhi maka kebutuhan yang memiliki tingkatan yang lebih tinggi akan muncul (Apriliyadi, 2015).

Kebutuhan didalam hidup manusia terbagi menjadi tiga yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer yaitu kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup manusia. Kebutuhan primer disebut juga kebutuhan pokok. Seandainya kebutuhan primer tidak dipenuhi, kelangsungan hidup manusia akan terganggu. Contoh kebutuhan primer, antara lain makan, minum, pakaian, dan tempat tinggal. Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan pokok terpenuhi. Kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan atau pelengkap kebutuhan pokok. Kebutuhan sekunder setiap orang dapat berbeda-beda. Contoh kebutuhan sekunder adalah radio, perabot rumah tangga, pendidikan, tas, sepeda motor,

meja, kursi, alat tulis, dan alat olah raga. Kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang dapat dipenuhi setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi dengan baik, Pada umumnya, pemenuhan kebutuhan tersier dilakukan oleh orang-orang yang berpenghasilan tinggi dan biasanya digunakan untuk menunjukkan status sosial. Contoh kebutuhan tersier, antara lain kebutuhan rumah mewah, perhiasan, berlian, dan mobil mewah.

Kebiasaan dan tuntutan gaya hidup masyarakat yang semakin meningkat menuntut dan menjadikan masyarakat tidak terkontrol dalam hal membeli apa yang dibutuhkan bahkan mau membeli hal-hal yang sebenarnya tidak diperlukan dan menjurus pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif juga dapat didefinisikan sebagai perilaku membeli barang atau jasa yang berlebihan, walaupun tidak dibutuhkan (Moningka, 2006).

Perilaku konsumtif seperti ini terjadi hampir pada seluruh lapisan masyarakat baik wanita maupun pria. Pada dasarnya, berbelanja merupakan hal yang disenangi bagi seseorang. Berbelanja bertujuan untuk memperoleh barang yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi menjadi hal yang berbeda dan juga sebuah permasalahan apabila seseorang berbelanja bukan untuk kebutuhan, tetapi hanya karena kesenangan semata tanpa berpikir penting tidaknya seseorang membeli suatu hal yang disebut perilaku konsumtif.

Menurut Anggasari (Sumartono, 2002) bahwa perilaku konsumtif adalah ketika pembelian atau pemakaian barang tidak lagi atas dasar nilai guna, melainkan karena keinginan semata untuk memiliki produk tersebut, merasa harus mengikuti tren, gengsi, keinginan untuk menaiki prestise, dan alasan lainnya yang kurang penting. Hal tersebut menjadi penyebab gaya hidup konsumtif meningkat.

Perilaku konsumtif merupakan sebuah kecenderungan individu dalam melakukan tindakan konsumsi tanpa mengenal batas serta membeli sesuatu dengan jumlah berlebih dan tidak terencana sebelumnya sehingga menimbulkan pemborosan (Chita & David, 2015).

Perilaku konsumtif yang tinggi dapat menimbulkan dampak merugikan. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Nina dan Koentjoro (dalam Astuti, 2013) perilaku konsumtif yang berlebihan menimbulkan masalah keuangan yang berkepanjangan. Perilaku konsumtif yang hanya didasari keinginan sesaat bukan kebutuhan menimbulkan dampak negatif yaitu pemborosan (Fransisca & Suryasa, 2005).

Ada pun ciri-ciri lain menurut Swastha & Handoko (2002) diantaranya adalah: (a) Keinginan individu untuk membeli barang yang kurang diperlukan, (b) Perasaan tidak puas individu untuk memiliki barang yang belum dimiliki, (c) Sikap individu yang berfoya-foya dalam membeli barang, (d) Kesenangan individu membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan nilai dan manfaatnya.

Hal tersebut sesuai dengan fenomena yang terjadi pada mahasiswa pascasarjana Universitas Medan Area terkhusus pada mahasiswa perempuan dimana mahasiswa-mahasiswa tersebut yang melakukan belanja secara online hanya karena kesenangan dan kebutuhan, hal yang biasa dibeli adalah barang yang menunjang kecantikan, seperti *make up*, *skincare*, serta *body care*. Perilaku tersebut berulang mereka lakukan hanya untuk memenuhi kepuasan diri.

Fenomena di atas, didukung dengan hasil wawancara dengan salah satu mahasiswi pascasarjana, dimana mahasiswi pascasarjana tersebut mengatakan bahwa sering sekali menghabiskan uang hanya untuk memenuhi keinginan mereka yang sesaat, hal yang paling sering dibeli ialah *skincare*, *make up*, dan *body care*, namun tidak menutup kemungkinan juga untuk membeli pakaian, barang-barang yang tidak terlalu berguna namun terlihat lucu, membeli barang tidak sesuai kebutuhan, terkadang sampai membeli banyak barang hanya untuk foya-foya. Kebanyakan mahasiswi-mahasiswi tersebut juga sudah bekerja dan memiliki penghasilan.

Didalam melakukan pembelian mereka rela mempergunakan uang yang diberikan untuk keperluan pokok dan keperluan rumah tangga, hanya untuk memenuhi keinginan berbelanjanya yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan sehingga pada akhirnya mereka kebingungan bagaimana menutupi pengeluaran yang sudah besar. Dorongan tersebut dikarenakan mahasiswi tidak dapat mengontrol diri untuk tidak melakukan belanja secara berlebihan.

Melihat fenomena keinginan masyarakat yang sangat tinggi dan berkembang pesat dalam belanja mendorong perusahaan berlomba dalam persaingan bisnis untuk menjuarai dalam persaingan pasar, selain itu perusahaan juga terdorong dalam menciptakan produk-produk baru yang lebih beragam agar tidak tertinggal dari pesaing bisnis lain. Dengan begitu konsumen juga akan tertarik untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan sesuai dengan trend yang ada, menjaring calon konsumen adalah salah satu dari tujuan strategi pemasaran.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kurangnya self-control. Menurut Chita, et.al (2015) bahwa self-control menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dari tujuan tertentu yang diinginkan. Remaja perlu mengontrol diri dengan budaya konsumtif yang semakin berkembang dengan cara mendapatkan latihan dalam meningkatkan *self-control* mengurangi tindakan *impulsive buying* (Shohibullana, 2014).

Menurut Munandar (2001) mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan mengendalikan dan mengontrol tingkah laku. Averill (dalam Ghufon dan Risnawita, 2011) menyatakan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengubah perilaku dan kemampuan memilah informasi yang penting untuk bertindak.

Menurut Fitriana dan Koenjoro (2009) kontrol diri berperan penting dalam proses membeli suatu barang, karena kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam berbelanja sesuatu. Individu yang mempunyai kontrol diri tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjanya sesuai dengan kebutuhan bukan hanya untuk memuaskan keinginan mereka, tidak mudah terpengaruh oleh tawaran dengan diskon yang besar, percaya diri dengan penampilan apa adanya, mampu menata uang lebih efisien dengan membelanjakannya untuk sesuatu yang bermanfaat sebagai aset perilaku.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Tripambudi & Indrawati, (2018) menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara

perilaku konsumtif dan kontrol diri. Renaldy et al., (2018) juga menemukan hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Temuan ini berarti semakin rendah kontrol diri pada individu, maka perilaku konsumtif semakin kuat, begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan penjelasan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk meneliti terkait perilaku konsumtif dengan *self-control* sebagai variabel bebasnya dengan judul penelitian **“Pengaruh *Self-control* terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Pascasarjana Universitas Medan Area”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswi Pascasarjana Universitas Medan Area?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris dan mengetahui pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswi Pascasarjana Universitas Medan Area.

1.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang, peneliti menarik hipotesis sebagai berikut, ada pengaruh negatif *self-control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi, dengan asumsi semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswi, begitupun sebaliknya semakin rendah *self-control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswi.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan secara empiris bagi perkembangan ilmu pengetahuan psikologi, khususnya pada bidang psikologi industri dan organisasi. Sehingga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti berikutnya yang terkait dengan perilaku konsumtif dan self-control.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini untuk mahasiswi adalah untuk menambah pengetahuan terkait pentingnya mengontrol diri agar tidak merasakan dampak dari perilaku konsumtif dengan berbelanja atau menghabiskan uang untuk membeli hal-hal yang berguna saja bukan untuk memenuhi kepuasan diri.

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Fromm (dalam Aryani, 2006) menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Lubis (dalam Sumartono, 2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang rasional lagi. Dahlan (dalam Sumartono, 2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, pengguna segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku untuk mendapatkan barang atau jasa dengan cara membeli produk yang ditawarkan tanpa berpikir secara rasional dan tidak didasari oleh kebutuhan yang sesungguhnya melainkan hanya hasrat dan kesenangan semata dan sifatnya berlebihan.

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada dua, yaitu eksternal dan internal (Kotler & Armstrong, 2018). Faktor eksternal terdiri dari faktor kebudayaan dan faktor sosial. Sedangkan faktor internal adalah faktor psikologis dan faktor kepribadian. Kotler menyimpulkan 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.
 1. Budaya Menurut Kotler & Armstrong (2018), 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, dimana perilaku pembeli tersebut berbeda antara budaya satu dan lainnya (Ginting, 2011).
 2. 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.

3. Kelas sosial. Menurut Kotler & Armstrong (2018), 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.
 1. 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 & Armstrong, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh (Yuliantari & Herdiyanto, 2015) 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.
 2. Keluarga. Faktor sosial juga mencakup keluarga, di mana keluarga memiliki peran besar dalam perkembangan perilaku konsumtif individu (Kotler & Armstrong, 2018). 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, serta kontrol diri

1. Usia. 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 (Kotler & Armstrong, 2018).
2. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi. Pekerjaan individu juga mempengaruhi pola konsumsinya (Kotler & Armstrong, 2018). 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 & Armstrong, 2018).
3. Gaya hidup. 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 & Armstrong, 2018).

4. Kepribadian. Kepribadian adalah ciri bawaan manusia seperti kepercayaan diri, kemampuan beradaptasi, kemampuan bersosialisasi dan pertahanan diri (Kotler & Armstrong, 2018). Masing-masing individu memiliki karakteristik kepribadian berbeda-beda, kepribadian berbeda inilah yang mempengaruhi perilaku pembeliannya.
 5. Konsep diri. Konsep diri adalah apa yang dipikirkan dan dirasakan tentang dirinya sendiri (Ghufron & Kusumaningratri, 2017). Parma mengatakan 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 (Anggraini & Santhoso, 2019).
 6. Kontrol diri. Penelitian yang dilakukan oleh (Shohibullana, 2014) 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.
1. Motivasi Motivasi adalah dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah bagi perilaku individu. Motivasi tersebut akan mendorong individu untuk melakukan sesuatu, termasuk melakukan pembelian (Kotler & Armstrong, 2018).

2. Persepsi 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.
3. Pembelajaran 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.
4. 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.

Menurut Engel, Blackwell & Miniard (2018) perilaku konsumtif terjadi karena dua faktor, yaitu:

a. Faktor Internal

1. Kepribadian dan Kontrol diri. Kemampuan untuk memilih atau membeli adalah suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakini atau disetujui. Kontrol pribadi dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih beberapa hal yang sama

memberatkan.

2. Gaya Hidup. Gaya Hidup merupakan pola hidup individu dan bagaimana cara mereka menghabiskan waktu dan uang miliknya.
 3. Demografi Demografi merupakan gambaran karakteristik suatu penduduk. Beberapa karakteristik demografi berguna untuk memahami konsumen, seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, Pendidikan, agama, suku, bangsa, pendapatan, jenis keluarga, status pernikahan, lokasi geografi, dan kelas sosial.
 4. Pengetahuan. Pengetahuan berguna untuk mengetahui informasi mengenai produk yang akan dibeli individu. Oleh sebab itu, individu perlu mencari tahu informasi mengenai barang yang akan dibelinya untuk memenuhi kriteria penilaian yang sesuai agar tidak terjadi perilaku konsumtif saat membeli.
- b. Faktor Eksternal
1. Kelas sosial. Kelas sosial merupakan pembagian dalam lingkungan masyarakat yang terdiri dari nilai, minat, perilaku, dan perbedaan status ekonomi dari yang rendah hingga ke yang tinggi.
 2. Budaya. Kebudayaan dapat mempengaruhi individu dalam membeli produk yang dapat dilihat dari pengaruh struktur konsumsi pada budaya itu sendiri, bagaimana kebudayaan mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, dan budaya sebagai penciptaan dan komunikasi makna dalam sebuah produk dengan contoh iklan yang mengisyaratkan kualitas produksi hasil karya seni masyarakat desa.

3. Keluarga Peran. keluarga adalah sebagai pusat pembelian, yang artinya keluarga merupakan refleksi kegiatan dan pengaruh individu yang membantu keluarga itu sendiri.
4. Pengaruh kelompok sebaya. Kelompok acuan adalah kelompok yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan, atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif, dan perilaku (Sumarwan, 2018).
5. Situasi. Situasi adalah hal yang melibatkan individu atau benda. Sehingga situasi akan menjadi faktor khusus untuk waktu dan tempat dari karakteristik konsumen dan objektif.

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

2.1.3 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Engel, Blackwell, & Miniard (2018) mengemukakan tiga aspek perilaku konsumtif, yaitu:

- a. *Impulsive* (impulsif). Impulsif merupakan perilaku individu dalam membeli yang didasari oleh Hasrat atau nafsu yang datang tiba-tiba, dan perilaku ini biasanya tidak memiliki pertimbangan dan perencanaan serta keputusan saat membeli. Pembelian impulsif dapat terjadi apabila barang yang dibeli tidak memiliki tujuan tertentu. Impulsif juga tidak memanfaatkan informasi yang ada untuk mempertimbangkan implikasi

dan tindakan sebelum membeli. Impulsif ditandai dengan kesulitan dalam mengontrol rangsangan atau dorongan hati yang datang tiba-tiba untuk melakukan sesuatu tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu.

- b. *Non-Rational* (Tidak Rasional) Tidak rasional merupakan perilaku membeli barang tanpa memikirkan kegunaannya terlebih dahulu. Xinhui & Han (2016) mengungkapkan bahwa tidak rasional merupakan tindakan individu yang tidak dapat mengontrol diri dan tidak dapat mempertimbangkan suatu produk yang dibeli, sehingga mereka tidak bisa lagi menilai apa kegunaan dan manfaat produk yang dibeli karena mereka hanya berfikir untuk memenuhi kepuasan diri.
- c. *Wasteful* (Pemborosan) Pemborosan merupakan perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas. Pemborosan merupakan pengeluaran guna membeli barang atau jasa yang tidak dikonsumsi dan mengakibatkan individu menghabiskan uang hanya untuk membeli barang yang bertentangan dengan kebaikan individu itu sendiri. Biasanya individu yang boros tidak memikirkan dampak buruk khususnya dalam perekonomian mereka.

Pembelian suatu produk yang berlebihan yang dilakukan oleh konsumen. Sedangkan menurut Tambunan (2001), ada dua aspek perilaku konsumtif yaitu :

- a. Adanya Suatu Keinginan untuk Mengonsumsi Secara Berlebih. Hal ini menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya, apalagi bagi remaja yang belum mempunyai penghasilan sendiri.

- b. Perilaku Tersebut Bertujuan untuk Mencapai Kepuasan Semata. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Padahal hal ini akan menimbulkan kecemasan. Rasa cemas disini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa aspek-aspek yang menjadiperilaku konsumtif yaitu aspek pembelian impulsive, aspek pembelian yang tidak rasional dan aspek pembelian boros atau berlebihan.

2.1.4 Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono, (2002) ada beberapa ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu, diantaranya:

- a. Membeli produk karena Iming-Iming hadiah

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

- b. Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terbujuik rayuan untuk membeli produk yang dengan rapi dan dihias dengan warna-warni yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang sangat tinggi, karena

pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya, dengan tujuan agar remaja selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Individu membelanjakan uangnya lebih banyak untuk mempercantik penampilan diri.

d. Membeli produk atas pertimbangan harga

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Individu mempunyai kemampuan membeli yang baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya, sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar dapat kelihatan lebih keren dimata orang lain.

f. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan

Individu cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya, cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan public figure tersebut.

g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri

Individu sangat mampu mendorong dirinya untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Dengan membeli produk yang mereka anggap mempercantik penampilan fisik mereka akan menjadi lebih percaya diri.

h. Mencoba lebih dari dua produk (merk berbeda)

Individu akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut habis dipakainya.

Ada pun ciri-ciri lain menurut Swastha & Handoko (2002) diantaranya adalah:

- a. Keinginan individu untuk membeli barang yang kurang diperlukan
- b. Perasaan tidak puas individu untuk memiliki barang yang belum dimiliki
- c. Sikap individu yang berfoya-foya dalam membeli barang
- d. Kesenangan individu membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan nilai dan manfaatnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri perilaku konsumtif diantaranya iming-iming hadiah, kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk hanya karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua produk, keinginan individu untuk

membeli barang yang kurang diperlukan, perasaan tidak puas individu untuk membeli barang yang belum dimiliki, sikap individu yang berfoya-foya dalam membeli barang, dan kesenangan individu membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan manfaatnya.

2.2 Self-Control

2.2.1 Pengertian Self-control

Self-control merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. *Self-control* juga dimasukdkan sebagai kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain dan menutupi perasaannya (Gufron et al., 2012).

Self-control mencakup regulasi impuls yang berhasil, peneliti sering menyamakan kontrol diri yang rendah dengan sifat impulsif, meskipun pada prinsipnya kekuatan impuls dan kontrol diri atau pengendalian berkontribusi secara independen terhadap apakah suatu perilaku diberlakukan (Baumister, 2018). Menurut Tangney, et.al (2004) mengatakan bahwa *self-control* adalah kemampuan untuk mengesampingkan atau mengubah respon batin seseorang, serta mencegah kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri dari melakukan perilaku tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa *self-control* merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya untuk melakukan sesuatu. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik, mampu menahan diri ketika melihat sesuatu dan mereka mampu membuat keputusan yang baik dan nantinya keputusan tersebut dapat bermanfaat untuk dirinya sendiri.

2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Self-control

Menurut Julia et.al (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri terdiri atas:

- a. Faktor Internal. Faktor internal yaitu dalam diri individu. Faktor internal yang ikut berperan dalam kontrol diri ialah usia. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol dirinya.
- b. Faktor Eksternal. Faktor Eksternal yaitu dari lingkungan luar. faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orangtua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Persepsi remaja terhadap penerapan disiplin orang tua yang semakin demokratis cenderung diikuti tingginya kemampuan mengontrol dirinya.

Berdasarkan pemikiran Ghufroon & Risnawati (2011) faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri terdiri dari:

- a. Faktor Internal. Faktor internal yang berpengaruh terhadap kontrol diri yaitu usia. Bertambahnya usia seseorang maka semakin baik kemampuan kontrol dirinya.

- b. Faktor eksternal. Faktor eksternal juga dipengaruhi oleh lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga ikut andil dalam mengontrol diri seseorang yaitu orang tua. Orang tua menerapkan kedisiplinan pada anaknya sejak dini mereka akan konsisten terhadap konsekuensi yang mereka buat apabila anaknya melakukan hal yang menyalahi apa yang telah ia terapkan, lalu sikap konsisten tersebut akan mendoktrin anaknya dalam mengikuti ajaran yang sama kemudian membentuk kontrol diri pada dirinya.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi baik buruknya *self-control* dari individu ialah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dapat berupa usia, sedangkan faktor eksternal dapat datang dari lingkungan keluarga.

2.2.3 Aspek-aspek Self-control

Berdasarkan konsep Averill (2014) yang merupakan aspek-aspek dari self-control yaitu:

- a. *Behavioral Control* (Mengontrol Perilaku), sesuatu penyedia respon yang langsung mempengaruhi suatu kondisi, kemampuan ini memiliki dua bagian yaitu, kemampuan mengontrol pelaksanaan yang menunjukkan seseorang mampu untuk mengarahkan atau menjalankan kondisi dirinya sendiri maupun bagian terluar dirinya, serta keahlian dalam mengontrol stimulus yang mempunyai keterampilan untuk memberi tahu dengan cara apa serta kapan stimulus tersebut yang tidak diinginkan yang harus dialami.

- b. *Cognitive Control* (Mengontrol Kognisi), kemampuan pandangan seseorang dalam menangani informasi yang ia tidak inginkan dengan proses menafsirkan, memperkirakan, atau menyatukan suatu peristiwa untuk mengurangi tekanan dari berbagai adaptasi psikologi atau kerangka berpikir individu. Kemampuan berikut memiliki dua komponen yaitu, kemampuan dalam memperoleh informasi, dengan informasi yang ia miliki membuat individu dapat memperhitungkan keadaan tersebut dengan mempertimbangkan secara objektif, serta kemampuan melaksanakan penilaian menunjukkan penilaian terhadap usaha dalam melihat danantisipasi suatu kejadian dengan cara mengamati dari pandangan yang positif serta rasional.
- c. *Decisional Control* (Mengontrol Keputusan), kemampuan mengontrol keputusan adalah keterampilan individu dalam memutuskan suatu tindakan yang didasari oleh keyakinannya.

Selain aspek diatas ada lima aspek *self-control* menurut Tangney, Baumeister dan Boone (2004) :

- a. *Self-Discipline*. Aspek ini menilai tentang kedisiplinan diri individu dalam melakukan suatu. Disiplin dalam hal ini individu bisa fokus pada tugas individu yang memiliki *self-discipline* maupun menahan diri dari hal-hal lain yang dapat mengganggu konsentrasinya.
- b. *Deliberate/Non-Impulsive*. Aspek ini menilai tentang kecenderungan individu untuk melakukan suatu tindakan yang tidak impulsive. Individu dengan kecenderungan deliberate mempunyai pertimbangan yang baik, bersifat hati-hati, dan tidak tergesa-gesa dalam pengambilan keputusan

atau bertindak.

- c. *Healty Habits*. Mengatur tentang kebiasaan atau pola hidup sehat individu. Individu dengan kecenderungan *healty habits* akan mampu menolak sesuatu yang dapat menimbulkan dampak buruk bagi dirinya meskipun hal tersebut menyenangkan. Individu tersebut akan mengutamakan hal-hal yang memberikan dampak positif meski dampak tersebut tidak diterima secara langsung.
- d. *Work Ethic*. Menilai tentang etika individu dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Individu yang memiliki *work ethic* mampu menyelesaikan tugas tanpa terpengaruh hal-hal yang ada diluar tugasnya.
- e. *Reliability*. Menilai kemampuan individu dalam menangani sebuah tantangan. Individu yang memiliki *eliabilitas* mampu melaksanakan rencana jangka panjang dalam pencapaian tertentu.

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan yaitu terdapat banyak aspek *self-control*. Namun, yang digunakan dalam penelitian ini untuk melihat *self-control* ialah *Behavioral Control* (Mengontrol Perilaku), *Cognitive Control* (Mengontrol Kognisi), *Decisional Control* (Mengontrol Keputusan).

2.3 Pengaruh *Self-control* terhadap Perilaku Konsumtif

Mahasiswi merupakan individu yang melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi yang memang diidentikkan dengan perilaku konsumtif karena dalam perkembangannya masih memiliki keinginan untuk menunjang penampilan untuk dinilai baik oleh masyarakat luas sehingga melakukan pembelian barang yang cukup konsumtif yang mana tidak dapat menahan emosionalnya (Kusumaningrum et al., 2018).

Mahasiswa cenderung tertarik dengan produk produk online karena menjaga penampilan sebagai wujud identitas diri (Fatmawati, 2020). Selain itu mahasiswa melakukan belanja online karena memiliki beragam kelebihan yaitu hemat waktu, hemat tenaga, dan hemat biaya, dimana hal tersebut diperjelas oleh penelitian Siska (Fatmawati, 2020) yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa ingin memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara instan tanpa harus membuang banyak tenaga dan waktu, serta harga yang ditawarkan di toko online tidak terlalu mahal. Namun, bukan berarti mahasiswa yang berbelanja offline tidak bisa berbelanja secara berlebihan.

Berdasarkan riset dari snapcart, kategori produk yang sering dibeli pada e-commerce antara lain fashion & aksesoris (pakaian, tas, jam tangan), kecantikan & perawatan diri (make up, skincare, obat-obatan, dan vitamin), bahan makanan & minuman, serta perlengkapan rumah (Makki, 2021). Perilaku konsumtif pada mahasiswa rantau juga dipengaruhi oleh uang saku. Mahasiswa rantau yang memiliki uang saku tinggi maka cenderung memiliki tingkat konsumsi yang tinggi pula (Rismayanti & Oktapiani, 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Melinda et al. (2022) mahasiswa yang mendapat kiriman satu kali dalam sebulan cenderung meminjam uang pada temannya, karena uang kiriman hanya cukup digunakan untuk membayar sewa tempat tinggal dan berbelanja beberapa kebutuhan. Informan mendapatkan tiga kali kiriman uang saku setiap bulan. Mahasiswa rantau tersebut mengungkapkan bahwa mereka seringkali kehabisan uang karena digunakan untuk membeli makanan instan serta membeli barang secara langsung maupun online (Melinda et al. 2022).

Peran *self-control* menurut penelitian Antonides (Fitriana & Koenjoro, 2009) memiliki perasaan yang penting dalam proses membeli suatu barang, karena kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu. Individu yang memiliki kontrol diri tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjanya sesuai dengan kebutuhan bukan hanya untuk memuaskan keinginan mereka, tidak mudah terpengaruh oleh tawaran dengan diskon yang besar, percaya diri dengan penampilan apa adanya, mampu menata uang lebih efisien dengan membelanjakannya untuk sesuatu yang bermanfaat sebagai asset perilaku.

Self control berguna untuk mengarahkan serta mengatur perilaku seseorang salah satunya perilaku berbelanja. Hal tersebut diperkuat oleh riset yang dilakukan oleh Achziger et al. (2015) yang menyatakan bahwa *self control* dapat menjadi prediktor negatif yang signifikan dari perilaku membeli. Penelitian yang dilakukan oleh Lubis & Lubis (2020) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *self control* dengan perilaku konsumtif. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sari & Irmayanti (2021) juga menyatakan adanya hubungan yang signifikan antara *self control* dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa.

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif merupakan perilaku pribadi, tidak didasari oleh keinginan yang kuat terhadap barang atau jasa, dan tidak menggunakan pemikiran rasional. Perilaku konsumen terjadi diantara individu yang membeli barang karena faktor keinginan. Menurut Nofsinger (dalam Nurhaini, 2018) idealnya individu yang mempunyai kontrol diri yang tinggi akan dapat mengendalikan pengeluaran dalam melawan keinginan atau

dorangan untuk belanja secara berlebihan dan tidak mudah terpengaruh oleh apapun. Kontrol diri sangat penting dalam kehidupan seseorang untuk mengatur dan memutuskan perilaku dalam kondisi.

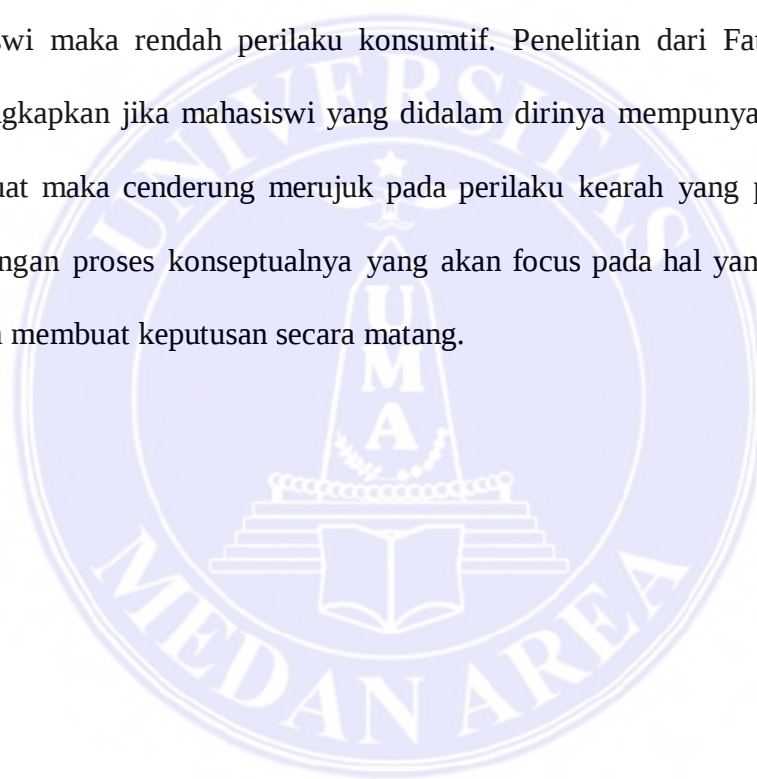
Self-control pada remaja merupakan kapasitas dalam diri yang dapat digunakan untuk mengontrol variable-variabel luar yang menentukan tingkah laku (Chita, dkk, 2015). Hal ini dikarenakan kondisi emosi remaja yang belum stabil sehingga mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar (Chita, dkk, 2015). Hal tersebut menjadikan peran kontrol diri menurut penelitian Antonides (dalam Fitriana & Koencor, 2009) memiliki peran yang penting dalam proses membeli suatu barang, karena kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu.

Anggreini dan Mariyanti (2014) menyatakan bahwa mahasiswi yang kontrol dirinya lemah ia tidak mampu dalam mengendalikan informasi yang diterima. Pada saat dihadapkan dengan produk-produk diskon, mahasiswi yang memiliki perilaku konsumtif cenderung akan lebih mudah dalam melaksanakan pembelian produk tersebut tanpa memikirkan kegunaan atau kebutuhannya terhadap produk tersebut. Berlainan halnya dengan mahasiswi yang memiliki kontrol diri dan kognitif yang baik, mereka terlebih dahulu mempertimbangkan produk tersebut sebelum memutuskan untuk membelinya.

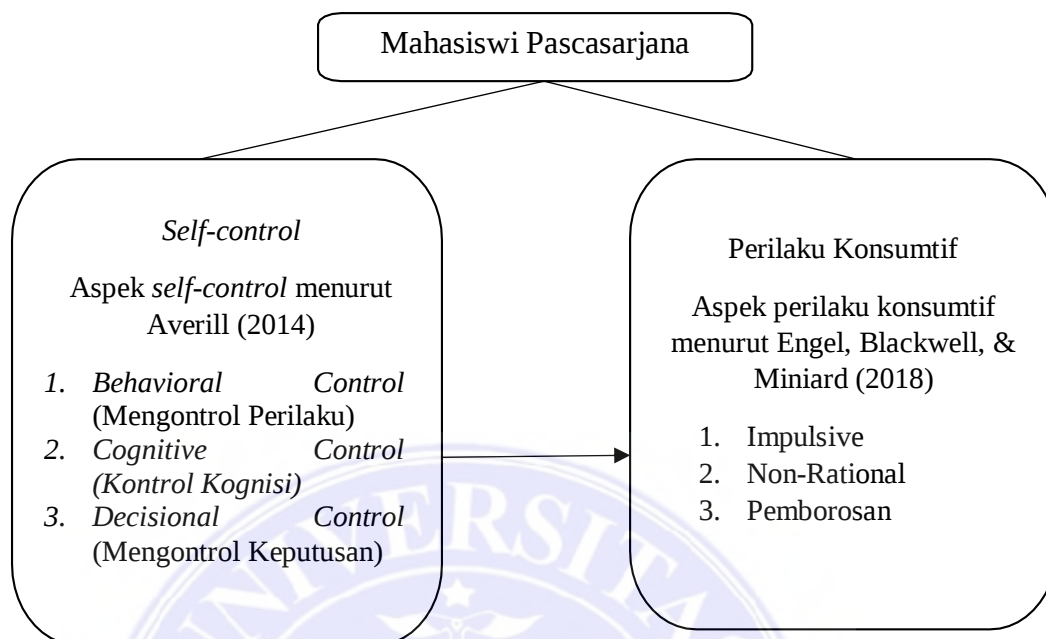
Berdasarkan dari teori yang dikemukakan dari penelitian terdahulu dan sesuai dalam penelitian ini berkaitan dengan kontrol diri dan perilaku konsumtif yang diteliti oleh Anggreini dan Mariyanti (2014) memiliki hasil yang signifikan, yaitu adanya hubungan negative antara kontrol diri dengan perilaku

konsumtif, kontrol diri yang dimiliki oleh mahasiswi apabila semakin kuat maka semakin kecil perilaku konsumtifnya begitu pula kebalikannya semakin rendah kontrol diri maka besar perilaku konsumtif mahasiswi.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Fitriani (2016) memperoleh hasil yang signifikan adanya hubungan negative antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada barang fashion online shop yang berarti semakin besar kontrol diri maka kecil perilaku konsumtifnya, semakin tinggi kontrol diri mahasiswi maka rendah perilaku konsumtif. Penelitian dari Fatimah (2013) mengungkapkan jika mahasiswi yang didalam dirinya mempunyai kontrol diri yang kuat maka cenderung merujuk pada perilaku kearah yang positif begitu pula dengan proses konseptualnya yang akan focus pada hal yang bermanfaat saja dan membuat keputusan secara matang.



2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini diperkirakan akan dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus – 20 Agustus 2024 di Pascasarjana Universitas Medan Area. Penelitian ini dilaksanakan di Kampus II Universitas Medan Area khususnya Pascasarjana Universitas Medan Area yang beralamat di Jalan Setia Budi No. 79 B Medan, Sumatera Utara.

3.2 Bahan dan Alat Penelitian

Dalam penelitian ini, alat ukur yang digunakan adalah berupa skala. Skala adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik individu (Siregar, 2013). Penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu skala *self-control* dan skala perilaku konsumtif.

3.3 Metode Penelitian

Pada penelitian ini akan digunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018).

3.3.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, alat ukur yang digunakan adalah berupa skala. Skala adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik individu (Siregar, 2013). Penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu skala *self-control* dan skala perilaku konsumtif.

a. Skala Perilaku Konsumtif

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala perilaku konsumtif yang diadaptasi menggunakan aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Engel, Blackwell, & Miniard (2018) yaitu Impulsive, Non-Rational, dan Pemborosan. Adapun bentuk skala mengacu pada model skala Likert, dimana masing-masing item berbentuk favourabel dan unfavourabel. Skala ini dimodifikasi dengan pilihan jawaban yang disediakan ada empat, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Dalam jawaban ini ditiadakan jawaban di tengah, yaitu Netral (N).

Untuk aitem favourabel, skor bergerak dari 4 untuk Sangat Sesuai (SS), 3 untuk Sesuai (S), 2 untuk Tidak Sesuai (TS), dan 1 untuk Sangat Tidak Sesuai (STS). Demikian juga untuk item unfavourabel, skor 1 untuk Sangat Sesuai (SS), 2 untuk Sesuai (S), 3 untuk Tidak Sesuai (TS), 4 untuk Sangat Tidak Sesuai (STS). Tidak ada skor 0 (nol) karena sifat jawaban tidak mutlak Ya atau Tidak.

b. Skala *Self-control*

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala *self-control* yang dikembangkan berdasarkan aspek-aspek *self-control* dari Averill (2004) yaitu *Behavioral Control* (Mengontrol Perilaku),

Cognitive Control (Mengontrol Kognisi), *Decisional Control* (Mengontrol Keputusan).

Adapun bentuk skala mengacu pada model skala Likert, dimana masing-masing item berbentuk favourable dan unfavourable. Skala ini dimodifikasi dengan pilihan jawaban yang disediakan ada empat, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Dalam jawaban ini ditiadakan jawaban di tengah, yaitu Netral (N).

Untuk aitem favourabel, skor bergerak dari 4 untuk Sangat Sesuai (SS), 3 untuk Sesuai (S), 2 untuk Tidak Sesuai (TS), dan 1 untuk Sangat Tidak Sesuai (STS). Demikian juga untuk item unfavourabel, skor 1 untuk Sangat Sesuai (SS), 2 untuk Sesuai (S), 3 untuk Tidak Sesuai (TS), 4 untuk Sangat Tidak Sesuai (STS). Tidak ada skor 0 (nol) karena sifat jawaban tidak mutlak Ya atau Tidak.

3.3.2 Metode Uji Coba Alat Ukur

Mengacu pada pendapat Sugiyono (2018) berpendapat agar hasil penelitian valid, dan reliabel, butir – butir pertanyaan dalam kuesioner perlu dilakukan uji validasi dan realibilitas.

a. Uji Validitas Alat Ukur

Menurut Mayer & Hansen (2007) validitas adalah apakah alat ukur benar-benar mengukur variabel yang ingin diteliti. Validitas ini bertujuan untuk mendapatkan data yang sesungguhnya terjadi dilapangan, karena jika data yang didapatkan tidak sama dengan data dilapangan maka hal tersebut bisa dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tidak valid. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (*construct validity*). Menurut Sugiyono (2007) validitas konstruk adalah validitas dengan menggunakan pendapat dari ahli

(*judgement experts*). Para ahli diminta pendapatnya tentang instrumen yang telah disusun. Jumlah tenaga ahli minimal tiga orang dan sesuai dengan lingkup yang diteliti.

Dalam penelitian ini, validitas alat ukur akan dipenuhi dengan validitas isi. Suatu alat ukur dikatakan sah apabila alat itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Dalam penyusunan alat ukur untuk penelitian ini, dipertimbangkan untuk menggunakan kesahihan isi (*content validity*). Kesahihan isi merupakan kelengkapan atau ketepatan pencuplikan isi instrument penelitian. Untuk mencapai hal ini, sebelumnya disusun kisi-kisi alat ukur penelitian secara rasional. Penggunaan validitas isi akan menunjukkan sejauh mana butir-butir dalam alat ukur mencakup keseluruhan kawasan ini yang hendak diukur oleh alat ukur tersebut (Azwar, 2001).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan agar penelitian yang dilakukan dalam waktu dan situasi yang berbeda tetap menghasilkan data yang sama. Reliabilitas merujuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006). Hasil suatu pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah (Azwar, 2001). Reliabilitas berarti konsistensi dan tingkat kepercayaan (Mayer & Hansen, 2007). Pada umumnya, reliabilitas dianggap memuaskan bila koefisiennya mencapai minimal $r_{xx'} = 0,900$ (Azwar, 2010).

3.3.3 Teknik Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan untuk melihat pengaruh self-control terhadap perilaku konsumtif menggunakan teknik analisis regresi sederhana dengan taraf kesalahan 5%. Analisis data ini menggunakan program *SPSS Versi 23.00 for Windows*. Sebelum diajukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan terhadap variabel-variabel penelitian yang meliputi:

- a. Uji Normalitas. Adapun maksud dari uji normalitas ini adalah untuk mengetahui apakah distribusi data dari penelitian masing-masing variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat telah menyebar secara normal. Uji normalitas dianalisis dengan teknik *Kolmogorov-Smirnov goodness of fit test* dengan menggunakan program *SPSS 23 for windows*.
- b. Uji Linearitas. Adapun maksud dari uji linearitas ini adalah untuk mengetahui apakah antar variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji linearitas menggunakan program *SPSS 23 for windows*.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Untuk dapat menguji hipotesa, terlebih dahulu dilakukan identifikasi variabel-variabel yang ada pada penelitian ini. Dalam penelitian ini variabel-variabel yang terlibat adalah:

- a. Variabel Independen (X) : Self-Control
- b. Variabel Dependen (Y) : Perilaku Konsumtif

3.5 Defenisi Operasional Penelitian

3.5.1 Self-Control

Self-control (pengendalian diri) didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengatur emosi, pikiran, dan perilaku dalam menghadapi godaan dan dorongan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Semakin tinggi *self-control* semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku. Dalam mengungkap self-control digunakan aspek-aspek self-control yaitu *Behavioral Control* (Mengontrol Perilaku), *Cognitive Control* (Mengontrol Kognisi), *Decisional Control* (Mengontrol Keputusan).

3.5.2 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang ditunjukkan individu dengan cara membeli produk pakaian, skincare maupun bodycare ditawarkan tanpa berpikir secara rasional dan tidak didasari oleh kebutuhan yang sesungguhnya melainkan hanya hasrat dan kesenangan semata dan sifatnya berlebihan. Dalam mengukur atau mengungkap perilaku konsumtif pada mahasiswi digunakan aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu *Impulsive*, *Non-Rational*, dan Pemborosan

3.6 Populasi dan Sampel Penelitian

3.6.1 Populasi

Menurut Djawranto (dalam Hidayat, 2017) Populasi atau universe adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda-benda, dst. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Pascasarjana Program Studi Magister Psikologi berjumlah 318 mahasiswa

3.6.2 Sampel Penelitian

Sampel atau contoh adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti (Djarwanto dalam Hidayat, 2017). Sampel yang baik, yang kesimpulannya dapat dikenakan pada populasi, sampel yang bersifat representatif atau yang dapat menggambarkan karakteristik populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian berjumlah 117 mahasiswi dengan rentang usia 22-35 tahun, dimana sampel tersebut didapat setelah melakukan *screening*.

3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode maupun teknik pengambilan sampel adalah cara yang digunakan untuk mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan prosedur tertentu, dalam jumlah yang sesuai, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili populasi (Hadi, 2000). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Teknik purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018) *Teknik purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang mana seluruh populasi dijadikan sampel penelitian, dengan kriteria sebagai berikut: berjenis kelamin perempuan, rentang usia 22-35 tahun, suka berbelanja.

3.7 Prosedur Penelitian

3.7.1 Persiapan Penelitian

Adapun yang menjadi persiapan yang akan peneliti lakukan dalam penelitian ini meliputi:

a. Persiapan administrasi

Penelitian dilaksanakan di Pascasarjana Universitas Medan Area, yang beralamat di Jalan Sei Serayu Nomor 70 A / Jalan Setia Budi Nomor 79 B, Medan

20112. Berdasarkan surat pengantar penelitian yang dikeluarkan dari fakultas psikologi. Peneliti melaksanakan penelitian setelah mendapatkan izin dari koordinator pihak pascasarjana yang kemudian diakhiri dengan keluarnya surat selesai penelitian yang menerangkan bahwasanya benar peneliti telah selesai pengambilan data penelitian di pascasarjana khususnya program studi Magister Psikologi Universitas Medan Area.

b. Persiapan alat ukur

Persiapan yang dimaksud adalah mempersiapkan alat ukur yang akan digunakan pada proses pengumpulan data. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *self-control* dan skala perilaku konsumtif yang diadaptasi dari skala *self-control* dan skala perilaku konsumtif menurut Fuadi (2018).

1. Skala *Self-control*

Skala *self-control* yang digunakan merupakan adaptasi skala *self-control* yang dibuat oleh dari Fuadi (2018), yang mana aspek-aspek *self-control* yang digunakan ialah *Behavioral Control* (Mengontrol Perilaku), *Cognitive Control* (Mengontrol Kognisi), *Decisional Control* (Mengontrol Keputusan). Skala ini terdiri dari 30 pernyataan yang disajikan dengan menggunakan skala likert yang mencakup 15 pernyataan Favourable (pernyataan yang mendukung) dan 15 pertanyaan Unfavourable (pernyataan tidak mendukung). Skala ini dimodifikasi dengan pilihan jawaban yang disediakan ada empat, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Dalam jawaban ini ditiadakan jawaban di tengah, yaitu Netral (N).

Untuk aitem favourabel, skor bergerak dari 4 untuk Sangat Sesuai (SS), 3 untuk Sesuai (S), 2 untuk Tidak Sesuai (TS), dan 1 untuk Sangat Tidak Sesuai (STS). Demikian juga untuk item unfavourabel, skor 1 untuk Sangat Sesuai (SS), 2 untuk Sesuai (S), 3 untuk Tidak Sesuai (TS), 4 untuk Sangat Tidak Sesuai (STS). Tidak ada skor 0 (nol) karena sifat jawaban tidak mutlak Ya atau Tidak. Berikut tabel distribusi penyebaran item skala *self-control*:

Tabel 3.1 Penyebaran skala self-control

Aspek-aspek Self-control	Indikator	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
Kontrol perilaku (behavioral control)	- Kemampuan mengontrol tingkah laku - Keahlian dalam mengontrol stimulus	1,3,5,7,9	2,4,6,8,10	10
Kontrol kognitif	- Kemampuan dalam memperoleh informasi. - Kemampuan melaksanakan penilaian	11,13,15,17,19	12,14,16,18,20	10
Kontrol dalam pengambilan keputusan	Keterampilan individu dalam memutuskan dan bertindak	21,23,25,27,29	22,24,26,28,30	10
Total		15	15	30

2. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif yang digunakan merupakan adaptasi skala perilaku konsumtif yang dibuat oleh Fuadi (2018), yang mana aspek-aspek perilaku konsumtif yang digunakan ialah aspek impulsive, aspek Non-rational dan aspek pemborosan. Skala ini terdiri dari 30 item pernyataan yang disajikan dengan menggunakan skala likert yang mencakup 18 pernyataan Favourable (pernyataan yang mendukung) dan 12 pertanyaan Unfavourable (pernyataan tidak mendukung). Skala ini dimodifikasi dengan pilihan jawaban yang disediakan ada empat, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Dalam jawaban ini ditiadakan jawaban di tengah, yaitu Netral (N).

Untuk aitem favourabel, skor bergerak dari 4 untuk Sangat Sesuai (SS), 3 untuk Sesuai (S), 2 untuk Tidak Sesuai (TS), dan 1 untuk Sangat Tidak Sesuai (STS). Demikian juga untuk item unfavourabel, skor 1 untuk Sangat Sesuai (SS), 2 untuk Sesuai (S), 3 untuk Tidak Sesuai (TS), 4 untuk Sangat Tidak Sesuai (STS). Tidak ada skor 0 (no) karena sifat jawaban tidak mutlak Ya atau Tidak.

Berikut tabel distribusi penyebaran item skala perilaku konsumtif:

Tabel 3.2 Penyebaran skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		Favorabel	unfavorabel	
Impulsif	- Tidak pertimbangan keputusan saat membeli - Tidak memanfaatkan informasi yang ada - Kesulitan dalam mengontrol rangsangan atau dorongan hati	1,3,5,7,9,10	2,4,6,8	10
Non-Rational	- Membeli barang tanpa memikirkan kegunaannya - Tidak dapat menilai kegunaan dan manfaat barang - Membeli hanya untuk memenuhi kepuasan diri	11,13,15,17,19,20	12,14,16,18	10
Pemborosan	- Menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas - Membeli barang secara berlebihan	21,23,25,27,29,30	22,24,26,28	10
Total		18	12	30

3.7.2 Tahap Pelaksanaan

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 24 Oktober – 2 November 2024 pada mahasiswi Pascasarjana Universitas Medan Area yang aktif dalam berbelanja. Mahasiswi yang ikut dalam penelitian ini sebanyak 117 orang. Langkah selanjutnya adalah memberikan skor atas jawaban yang diberikan subjek penelitian dengan langkah-langkah yaitu mengubah jawaban sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, sangat tidak sesuai dengan rentang angka sesuai jenis pernyataan

aitem pada skala *self-control* dan perilaku konsumtif kemudian diinput ke program *Microsoft excel*. Ini menjadi data induk penelitian, dimana yang menjadi variabel bebas (X) adalah *self-control* dan variabel terikat (Y) adalah perilaku konsumtif.

Pengambilan data penelitian ini menggunakan metode *tryout*. Pada metode *tryout*, peneliti melakukan penyebaran kuesioner atau pengambilan data dilakukan untuk mengetahui item-item mana saja yang gugur, nantikan item-item tersebut akan di buang/tidak digunakan pada saat penelitian dilakukan. *Tryout* dilaksanakan pada tanggal 23 Oktober 2024. Pada proses pelaksanaan *tryout* peneliti menggunakan 30 mahasiswi yang memiliki karakteristik sama dengan sampel penelitian.

Untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah dibuat valid dan reliable maka harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap alat ukur psikologi yang digunakan dalam penelitian. Selanjutnya setelah data didapatkan maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program SPSS versi 26 *for windows*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sesuai temuan penelitian yang diperoleh, bisa ditarik kesimpulan diantaranya:

1. Berdasarkan hasil dari analisis regresi sederhana dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, yang mana jika nilai t hitung $>$ t tabel maka terdapat pengaruh antara self-control dengan perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana didapatkan hasil t hitung (7.457) dan t tabel (1.657), yang artinya t tabel $>$ t hitung yaitu $7.457 > 1.657$ sehingga didapatkan hasil terdapat pengaruh self-control terhadap perilaku konsumtif.
2. Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi, didapatkan nilai koefisien determinasi (r^2) ialah $r^2 = 0,403$. Hal ini memperlihatkan bahwasanya Self-Control mempunyai kontribusi terhadap Perilaku Konsumtif sebesar 40.3%.
3. Berdasarkan hasil uji mean dapat diketahui bahwa Self-Control tergolong rendah dengan nilai mean hipotetik sebesar 70 dan mean empiriknya sebesar 56.39. Selanjutnya Perilaku Konsumtif memperoleh hasil tinggi dengan nilai hipotetik sebesar 70 dan nilai empiriknya sebesar 86.74.

5.2 Saran

Berdasarkan pada simpulan yang sudah diuraikan, selanjutnya dapat diberikan beberapa saran diantaranya:

1. Bagi Mahasiswi

Diharapkan mahasiswi untuk lebih mengontrol diri dalam membelanjakan uang seperti, membeli barang yang sesuai kebutuhan, memprioritaskan kebutuhan primer, serta jangan terpengaruh terhadap gaya hidup teman-teman atau keluarga, hal tersebut dapat menurunkan perilaku konsumtif.

2. Bagi Lembaga

Diharapkan lembaga dalam hal ini pascasarjana Universitas Medan Area untuk dapat memberikan kegiatan yang bersifat positif pada mahasiswa maupun mahasiswi seperti mengadakan kegiatan amal, seminar internasional, atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan program studi agar mahasiswi dapat mengontrol perilaku konsumtif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menyadari bahwasanya dalam penelitian ini ditemukan masih banyak kekurangan, disarankan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini untuk mempertimbangkan faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seperti keluarga, konsep diri, gaya hidup dan lain sebagainya. Diharapkan juga bagi peneliti selanjutnya untuk memilih sampel lebih banyak untuk data yang lebih beragam.

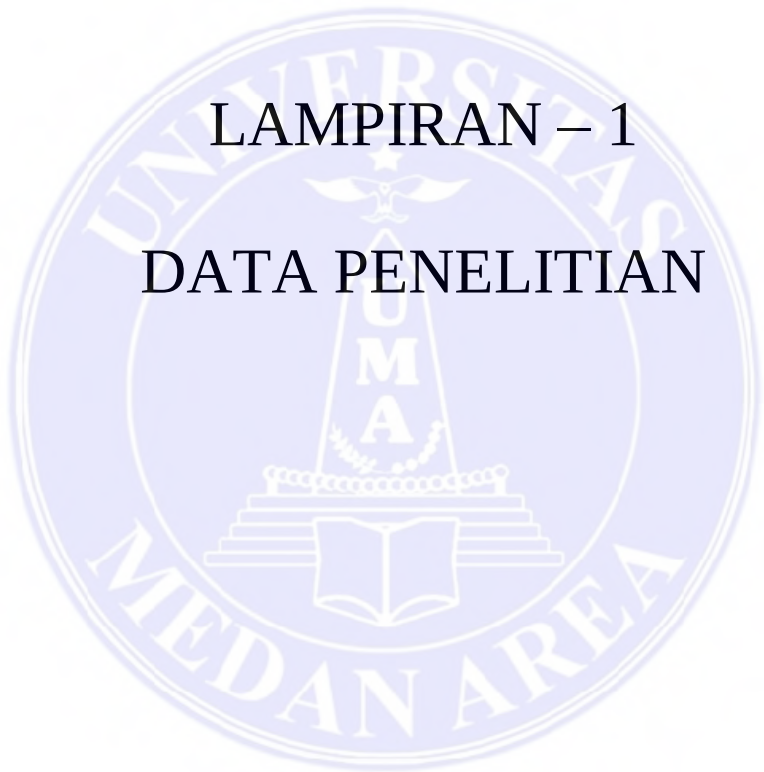
DAFTAR PUSTAKA

- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Raab, G., & Reisch, L. (2015). Debt out of control: The links between self-control, compulsive buying, and real debts. *Journal of Economic Psychology*, 49, 141–149. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.04.003>
- Anggraini, R., Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara Kontrol diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*. 12(21), 34-42.
- Aryani, G. (2006). *Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di SMA Negeri 1 Semarang Tahun Ajaran 2005/2006*. Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. *E-Journal Psikologi*, 1(2), 148-156.
- Averill, J.R. (2014). Personal Control over Aversive Stimuli and It's Relationship to Stress. *Psychological Bulletin*, No. 80. P. 286-303.
- Azwar, S. (2001). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control 11 dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswi fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik (eBm)*, 3(1), 297–302.
- Desmita. (2007). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Dewi K. D, & Sholichah, N. (2019). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswi. *Character*, 06, 1–8
- Engel, J.F. Blackwell, R.D. Miniard, P.W. (2018). *Perilaku Konsumen Edisi Keenam Jilid 2*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Fitriana, & Koentjoro, N. (2009). *Keranjingan Berbelanja Pada Wanita Bekerja.*, Vol 7, 48-57.
- Fitriyani, N., Widodo, B. P., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1). 56-86.
- Fransisca, & Suryasa, T. Y. (2005). Perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7(2), 172–199
- Ghufron, M. N., & Kusumaningratri, R. (2017). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media

- Ghufron, N., & Risnawita, R. (2011). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Ginting, N. F. H. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Yrama Widya.
- Heni, S. A. (2013). Hubungan SMA IT antara Kontrol Diri dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Abu Bakar Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*.
- Hidayat, A. (2017). *Populasi dan Sampel*. Statistikian.Com. <https://www.statistikian.com/2012/10/pengertian-populasi-dan-sampel.html/amp>. Diakses Tanggal 16 Februari 2024 pukul 11.34 WIB
- Indonesia, A. P. J. I. (2018). *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Apjii.
- Julia, J. I, Isrok'atun & Indra. (2017). *Prosoding Seminar Nasional. "Membangun Generasi Emas 2045 yang Berkarakter dan Melek IT" dan Pelatihan "Berpikir Suprarasional"*. Sumedang: UPI Sumedang Press
- Keitaro, J. (2021, January). *Perilaku Belanja Online di Kalangan Mahasiswi*. Kompasiana.Com.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17e, global edition ed.)*. Pearson.
- Kusumaningrum, A., Wicaksono, B., & Saniatuzzulfa, R. (2018). Hubungan Electronic Word of Mouth dan Hedonic Shopping Motivation dengan Perilaku Konsumtif Produk Make Up pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 14(1), 50. <https://doi.org/10.24014/jp.v14i1.4698>
- Lubis, L., & Lubis, H. K. (2020). The relationship of self control and conformity with consumptive behaviour of network computer engineering students at SMK Negeri 2 Binjai. *IJLRES-International Journal on Language, Research and Education Studies*, 4(2), 2580–6785. <https://doi.org/10.30575/2017/IJLRES-2020050802>
- Makki, S. (2021). Konsumen belanja online RI melonjak 88 persen pada 2021. Cnnindonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persenpada-2021#:~:text=Jakarta%2C%20CNN%20Indonesia%20%2D%2D,yang%20hanya%2017%20juta%20orang>
- Mayer, A., & Hansen, C. (2007). *Experimental Psychology, 6th edition*. Thomson: Wadsworth
- Melinda, M., Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku konsumtif dan kehidupan sosial ekonomi mahasiswa rantau. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 1-12.

- Monks, F.J & Siti R. H. (2006). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: UGM Press
- Munandar, A. S. (2001). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta: UI Press.
- Nam, L. G., & D  n, H. T. (2018). Impact of social media Influencer marketing on consumer at Ho Chi Minh City. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(5), 4710–4714. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v5i5.10>
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi penelitian sosial pendekatan kualitatif dan kuantitatif edisi 7*. Jakarta: Indeks
- Opreana, A., & Vinerean, S. (2015). A New Development in Online Marketing Introducing Digital Inbound Marketing. *Expert Journal of Marketing*, 3(2), 35–50.
- Riadi, E. (2006). *Statistika penelitian, analisis manual dan IBM SPSS*. CV. Andi Offset
- Rismayanti, T., & Oktapiani, S. (2020). Pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Nusantara Journal of Economics*, 02(02), 31–37. <https://doi.org/doi.org/10.37673/nje.v2i02.859>
- Santrock. (2011). *Life-Span Development: Perkembangan Masa-Hidup. Edisi 13. Jilid I. Alih Bahasa: Benedictine, W.* Jakarta: Erlangga
- Saragih, H. & Ramdhany R. (2012). Pengaruh Intensi Pelanggan dalam Berbelanja Online Kembali melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli Kaskus. *Journal of Informations Systems*. 8(2):100-12.
- Sari, C. A. (2015). Perilaku belanja online dikalangan mahasiswi antropologi Universitas Erlangga. *AntroUnaidotNet*, 4(2), 205–216.
- Sari, N. N., & Irmayanti, N. (2021). Hubungan self control terhadap perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Wijaya Putra*, 2(2), 32–41. <https://doi.org/doi.org/10.38156/psikowipa.v2i2.73>
- Shohibullana, H. I. (2014). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA (Ditinjau dari Lokasi Sekolah). *Jurnal Online Psikologi*, 02(01):46- 619
- Siallagan, D. F. (2011). *Fungsi dan Peranan Mahasiswa (online)* www.academia.edu.
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sitorus, R. J. (2013). Dampak penggunaan blackberry messenger terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMK Negeri 1 Samarinda dalam berbelanja online. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 28–37.

- Sitorus, R.J. (2013). Dampak Penggunaan Blackberry Messenger terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMK Negeri 1 Samarinda dalam Berbelanja Online. *Ejournal Ilmu Komunikasi*. 1(4):28-37
- Sofia, A., & Adiyanti, M. A. (2014). Hubungan pola asuh otoritatif orang tua dan konformitas teman sebaya terhadap kecerdasan moral. *Jurnal pendidikan progresif*, 4(2), 133-141.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Perasas Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sumarwan, U. (2018). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Swastha, B. H. D., & Handoko, S. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Tambunan, T.H. (2001). *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Penerbit Ghalia
- Tangney, J.P., Baumeister. R.F., & Boone, A.L (2004). High Self-Control Predict Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 7(2). 271-282.
- Thohiroh, A. Q. (2015). Perilaku konsumtif melalui online shopping fashion pada mahasiswi fakultas psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tesis (Tidak Diterbitkan), Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Xinhui, C & Han, D. (2016). Meta-Analysis of Costumer Irrational Purchase Behavior Based on Howard-Sheth Mode. *Jornal of Business and Retail Management Research*, Vol. 10, Hal.3.
- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol. 2, 89–99



LAMPIRAN – 1

DATA PENELITIAN

Uji Coba Self-control

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	1	4	3	4	1	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	4	1	1	4	1	1	1	4	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	1	4	1	1	4
7	3	2	1	4	2	1	2	4	4	3	4	4	4	1	4	3	4	1	4	1	4	3	2	4	4	4	4	1	3	4
8	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	2	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4
10	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	3	4	4	4	2
11	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
12	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2
13	4	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
14	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4
15	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3
16	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	3
17	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
18	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
19	2	1	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	3	1	4	4	3	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	1	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4

22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	1	
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
24	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
25	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
26	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
27	4	1	1	3	1	1	4	3	3	2	4	1	3	4	4	4	3	1	3	1	3	1	1	4	4	1	3	4	2	4
28	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	1	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
30	4	3	1	4	3	1	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	2



Data Uji Coba Perilaku Konsumtif

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	1	4	3	4	1	3	2	2	4	4	3	3	3	3	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	4	1	1	4	1	1	1	4	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	1	4	1	4	1
7	3	2	1	4	2	1	2	4	4	3	4	4	4	1	4	3	4	1	4	1	4	3	2	4	4	4	4	1	4	3
8	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	2	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3
10	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4
11	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
12	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3
13	4	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
14	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
15	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	S	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3
16	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	2	4	3
17	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3
18	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
19	2	1	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	3	1	4	4	3	4	4	4	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	1	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3

22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
24	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3
25	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
26	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
27	4	1	1	3	1	1	4	3	3	2	4	1	3	4	4	4	3	1	3	1	3	1	1	4	4	1	3	4	3
28	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	1	4	3	3	4	4	3	3	3	4
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
30	4	3	1	4	3	1	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3

Data Penelitian Self-Control

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	Jumlah
1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	42
2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	51
3	2	1	1	2	3	2	1	3	3	3	3	2	1	1	2	3	2	1	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	62
4	1	2	2	1	3	1	2	3	3	3	3	1	2	2	1	3	1	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	1	61
5	1	1	1	1	1	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	1	2	1	3	2	3	1	1	42
6	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	2	2	53
7	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	53
8	1	1	1	2	3	1	1	2	3	3	3	1	1	1	2	3	1	1	2	3	3	1	1	2	3	2	3	1	52
9	1	1	1	1	2	1	1	3	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	3	3	2	1	1	3	3	3	2	1	48
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
11	1	2	1	2	3	2	1	2	3	3	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	3	2	3	1	57
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
13	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	1	3	2	3	3	1	51
14	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	75
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
16	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	39
17	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	48
18	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
19	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	44
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
21	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	36

22	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	51
23	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
24	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	38
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
26	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	42
27	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	48
28	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	32
29	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	37
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
31	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	69
32	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	50
33	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	34
34	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	33
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
36	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	48
37	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	52
38	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	33
39	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	31
40	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
41	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	50
42	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
44	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	31
45	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	31	

46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56	
47	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	73
48	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2	54
49	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	76
50	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	62
51	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	42
52	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	51
53	2	1	1	2	3	2	1	3	3	3	3	2	1	1	2	3	2	1	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	62
54	1	2	2	1	3	1	2	3	3	3	3	1	2	2	1	3	1	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	1	61
55	1	1	1	1	1	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	1	2	1	3	2	3	1	1	42
56	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	2	2	53
57	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	53
58	1	1	1	2	3	1	1	2	3	3	3	1	1	1	2	3	1	1	2	3	3	1	1	2	3	2	3	1	52
59	1	1	1	1	2	1	1	3	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	3	3	2	1	1	3	3	3	2	1	48
60	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
61	1	2	1	2	3	2	1	2	3	3	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	3	2	3	1	57
62	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
63	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	1	3	2	3	3	1	51
64	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	75
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
66	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	39
67	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	48
68	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
69	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	44

70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56	
71	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	42
72	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	51
73	2	1	1	2	3	2	1	3	3	3	3	2	1	1	2	3	2	1	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	62
74	1	2	2	1	3	1	2	3	3	3	3	1	2	2	1	3	1	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	1	61
75	1	1	1	1	1	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	1	2	1	3	2	3	1	1	42
76	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	2	2	53
77	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	53
78	1	1	1	2	3	1	1	2	3	3	3	1	1	1	2	3	1	1	2	3	3	1	1	2	3	2	3	1	52
79	1	1	1	1	2	1	1	3	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	3	3	2	1	1	3	3	3	2	1	48
80	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
81	1	2	1	2	3	2	1	2	3	3	3	1	2	1	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	3	2	3	1	57
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
83	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	3	2	3	1	1	3	2	3	3	1	51
84	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	75
85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
86	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	39
87	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	48
88	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
89	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	44
90	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
91	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	36
92	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	51
93	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30

94	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	38
95	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
96	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	42
97	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	48
98	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	32
99	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	37
100	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
101	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	69
102	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	50
103	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	34
104	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	33
105	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
106	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	48
107	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	52
108	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	33
109	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	31
110	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
111	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	50
112	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
113	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
114	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	31
115	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	31
116	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	56
117	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	73

Data Penelitian Perilaku Konsumtif

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	Jumlah
1	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	88
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	88
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	105
5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	81
6	4	1	1	4	1	1	1	4	4	1	1	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	4	67
7	3	2	1	4	2	1	2	4	4	3	4	4	1	4	3	4	1	4	4	3	2	4	4	4	1	2	4	4	83
8	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	81
9	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	94
10	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	107
11	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	79
12	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	84
13	4	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	104
14	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	98
15	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	74
16	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	2	2	3	4	85
17	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	89
18	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	104
19	2	1	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	4	3	4	4	3	4	4	95
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
21	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	94

22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	109
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	109
24	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	95
25	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	78
26	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	110
27	4	1	1	3	1	1	4	3	3	2	1	3	4	4	4	3	1	3	3	1	1	4	1	3	4	4	73
28	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	87
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	86
30	4	3	1	4	3	1	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	92
31	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	4	3	2	2	4	3	3	3	4	88
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	88
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
34	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	105
35	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	81
36	4	1	1	4	1	1	1	4	4	1	1	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	4	1	4	1	1	67
37	3	2	1	4	2	1	2	4	4	3	4	4	1	4	3	4	1	4	4	3	2	4	4	4	1	2	83
38	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	81
39	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	94
40	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	107
41	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	79
42	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	84
43	4	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	104
44	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	98
45	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	74

46	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	2	2	3	4	85
47	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	89
48	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	104
49	2	1	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	4	3	4	4	3	4	4	95
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
51	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	94
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	109
53	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	109
54	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	95
55	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	78
56	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	110
57	4	1	1	3	1	1	4	3	3	2	1	3	4	4	4	3	1	3	3	1	1	4	1	3	4	4	3	3	73
58	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	87
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	86
60	4	3	1	4	3	1	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	92
61	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	88
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	88
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
64	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	105
65	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	81
66	4	1	1	4	1	1	1	4	4	1	1	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	4	67
67	3	2	1	4	2	1	2	4	4	3	4	4	1	4	3	4	1	4	4	3	2	4	4	4	1	2	4	4	83
68	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	81
69	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	94

70	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	107		
71	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	79		
72	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	84		
73	4	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	104		
74	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	98	
75	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	74	
76	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	2	2	3	4	85	
77	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	89	
78	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	104	
79	2	1	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	4	3	4	4	3	4	4	95	
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
81	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	94	
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	109	
83	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	109
84	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	95
85	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	78
86	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	110
87	4	1	1	3	1	1	4	3	3	2	1	3	4	4	4	3	1	3	3	1	1	4	1	3	4	4	3	3	73	
88	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	87	
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	86	
90	4	3	1	4	3	1	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	92	
91	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	87	
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	86	
93	4	3	1	4	3	1	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	92	

94	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	1	4	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	88
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	88
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
97	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	105
98	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	81
99	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	95
100	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	78
101	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	110
102	4	1	1	3	1	1	4	3	3	2	1	3	4	4	4	3	1	3	3	1	1	4	1	3	4	4	3	3	3	73
103	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	87
104	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	86
105	4	3	1	4	3	1	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	92
106	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	88
107	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	88
108	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
109	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	105
110	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	81
111	4	1	1	4	1	1	1	4	4	1	1	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	4	4	67
112	3	2	1	4	2	1	2	4	4	3	4	4	1	4	3	4	1	4	4	3	2	4	4	4	4	1	2	4	4	83
113	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	89
114	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	104
115	2	1	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	4	3	4	4	3	4	4	95	
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
117	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	94	



LAMPIRAN – 2

SKALA PENELITIAN

KATA PENGANTAR

Saya adalah mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Medan Area yang bernama Mayriana Agnesia Br. Ginting. Saat ini, saya sedang melakukan tugas akhir (Skripsi) untuk mengetahui persepsi para responden terkait self-control dan perilaku konsumtif.

Terdapat 2 (dua) macam skala dalam penelitian ini sebagai alat perolehan data dengan masing-masing item/ butir pernyataan di dalamnya. Skala 1 memiliki 30 item pernyataan, dan skala 2 memiliki 30 item pernyataan (total seluruhnya adalah 60 item pernyataan). Estimasi waktu yang dibutuhkan dalam mengisi skala tersebut adalah 15 hingga 20 menit.

Oleh karena itu, saudara diminta kesediaan untuk ikut berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini. Keseluruhan data dalam penelitian ini akan diolah hanya untuk kepentingan penelitian dan akan dijamin kerahasiaannya. Apabila dalam proses pengisian saudara tidak ingin menyelesaikannya, maka saudara diperbolehkan berhenti mengisi skala ini.

Saudara diberikan kesempatan untuk menanyakan hal yang belum jelas sehubungan dengan penelitian ini. Bila sewaktu-waktu saudara membutuhkan keterangan lebih lanjut, dapat menghubungi:

1. Mayriana Agnesia Br. Ginting: +62 852-6088-9563

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI PARTISIPAN PENELITIAN

Saya telah membaca lembar pengantar penelitian ini dan memahami hak dan kewajiban saya sebagai responden penelitian. Oleh karena itu, saya menyatakan

☐ Bersedia

☐ Tidak Bersedia

Untuk berpartisipasi dalam penelitian ini tanpa paksaan dari pihak manapun

Medan, Oktober 2024
Partisipan

()*

Beri tanda ✓ pada ☐ untuk memilih jawaban yang sesuai

*Anda dapat mengosongkan kolom nama

PETUNJUK PENGISIAN SKALA

1. Tulislah identitas terlebih dahulu pada kolom identitas yang telah disediakan secara lengkap dan jelas.
2. Bacalah setiap pernyataan dengan seksama sebelum anda memilih jawaban.
3. Pilihlah satu dari jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.
4. Pilihlah jawaban yang tersedia yaitu:
 - **SS** (Sangat Sesuai), apabila anda sangat sesuai dengan pernyataan tersebut.
 - **S** (Sesuai), apabila anda sesuai dengan pernyataan tersebut.
 - **TS** (Tidak Sesuai), apabila anda tidak sesuai dengan pernyataan tersebut.
 - **STS** (Sangat Tidak sesuai), apabila anda sangat tidak sesuai dengan pernyataan tersebut.
5. Berilah tanda silang (X) pada kolom jawaban yang anda anggap paling sesuai.

Contoh:

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mampu berbelanja 6 kali dalam sebulan			X	

Artinya, menurut anda bahwa anda tidak pernah berbelanja lebih dari 6 kali dalam sebulan.

Jika anda ingin mengganti jawaban anda, beri tanda (=) pada jawaban yang salah dan berikan tanda silang pada kolom jawaban yang anda anggap sesuai.

Contoh:

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mampu berbelanja 6 kali dalam sebulan	X		X	

Artinya, menurut anda bahwa anda benar dalam sebulan dapat berbelanja sebanyak 6 kali.

6. Skala ini bukan tes, sehingga setiap orang bisa mempunyai jawaban yang berbeda. Tidak ada jawaban salah atau benar karena jawaban anda adalah sesuai dengan kondisi diri anda sebenarnya.
7. Semua jawaban hanya digunakan untuk keperluan penelitian karya ilmiah. Setelah selesai mengisi skala, pastikan anda mengecek kembali jawaban yang telah anda isi

Selamat Mengerjakan & Terimakasih



IDENTITAS DIRI

Nama (Inisial) :

Usia :

Jenis Kelamin :

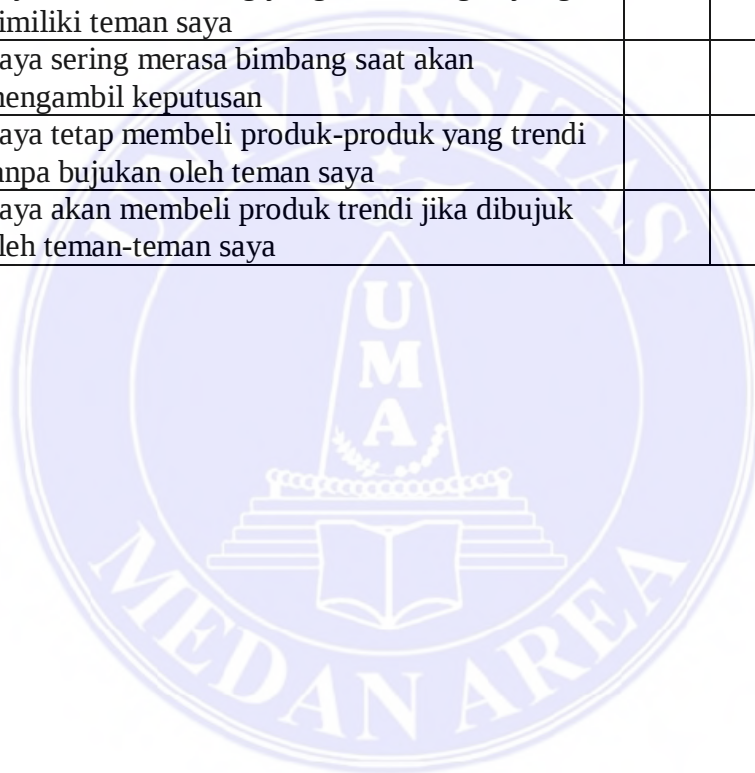
Berapa Kali belanja / Bulan :



Skala 1

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya membeli barang yang dibutuhkan saja				
2	Saya selalu memberi barang tanpa memikirkan dibutuhkan atau tidak				
3	Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli produk fashion				
4	Saya selalu membawa barang belanjaan ketika pulang dari mall				
5	Saya mampu mengontrol diri untuk tidak berbelanja ketika ke mall				
6	Saya tidak mempertimbangkan kebutuhan saat membeli barang				
7	Ketika melihat barang yang saya suka modelnya dan limited edition, saya langsung membelinya saat itu juga				
8	Saya sulit menempatkan diri di segala situasi				
9	Saya akan menegur teman saya jika terlalu sering membeli barang-barang yang menurut saya kurang dibutuhkan				
10	Saya akan membiarkan teman saya membeli barang yang tidak diperlukan				
11	Ketika teman saya memberikan informasi tentang produk fashion, saya akan mendengarkan dengan seksama				
12	Saya mengabaikan teman saya ketika teman saya memberikan informasi				
13	Saya selalu mencari informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan produk yang akan saya beli				
14	Saya tidak akan mencari informasi mengenai produk yang akan saya beli				
15	Saya memikirkan terlebih dahulu barang apa yang ingin saya beli				
16	Saya membeli barang tanpa perencanaan				
17	Saya selalu memikirkan kebutuhan pokok daripada berbelanja				
18	Saya tetap membeli barang tanpa mempedulikan kebutuhan pokok				
19	Saya memprioritaskan hal-hal yang penting daripada memberlanjkan uang untuk barang				
20	Saya tetap membelanjakan uang saya untuk membeli barang, walaupun hal tersebut bukan prioritas dalam hidup saya				

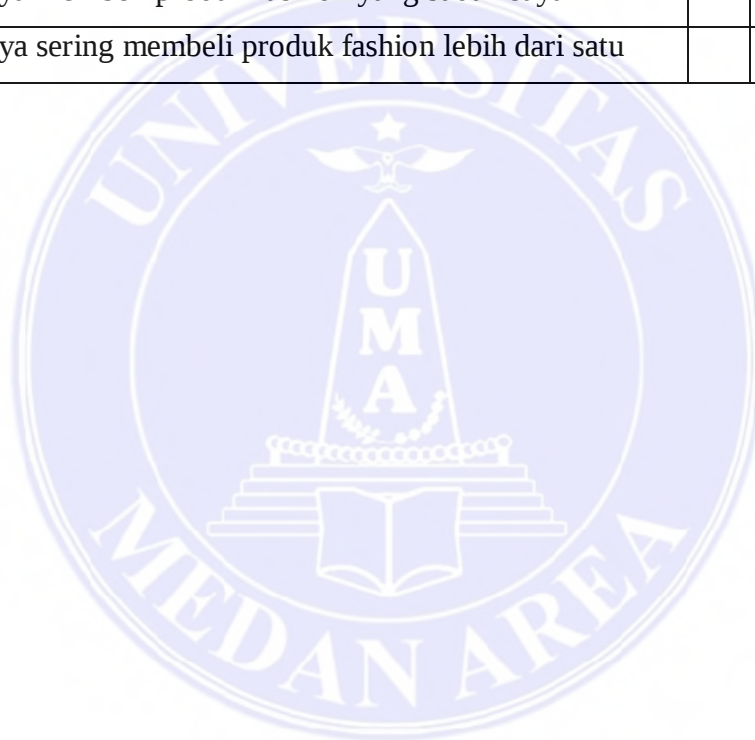
NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
21	Saya selalu mempertimbangkan konsekuensinya sebelum mengambil keputusan				
22	Saya tidak memikirkan konsekuensi saat mengambil keputusan				
23	Saya memikirkan dengan matang sebelum berbelanja				
24	Saya tergesa-gesa dalam mengambil keputusan				
25	Saya percaya diri dengan keputusan yang saya ambil				
26	Saya membeli barang karena dipengaruhi teman-teman saya				
27	Saya membeli barang yang sama dengan yang dimiliki teman saya				
28	Saya sering merasa bimbang saat akan mengambil keputusan				
29	Saya tetap membeli produk-produk yang trendi tanpa bujukan oleh teman saya				
30	Saya akan membeli produk trendi jika dibujuk oleh teman-teman saya				



Skala 2

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya membeli produk fashion tanpa melihat manfaatnya				
2.	Saya memperhitungkan dahulu harga produk make-up yang saya ingin beli				
3.	Saya membeli produk make-up tanpa memikirkan harganya				
4.	Saya membeli produk fashion sesuai yang saya butuhkan				
5.	Saya membeli produk sesuai keinginan saya				
6.	Saya dapat menahan diri dari godaan rayuan penjual				
7.	Saya senang membeli produk keluaran terbaru				
8.	Saya mudah menahan diri untuk tidak membeli produk yang saya sukai				
9.	Saya akan membeli produk make-up yang terlihat menarik dengan harga berapapun				
10.	Saya membeli produk tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu				
11.	Saya membeli produk make-up karena tertarik dengan warnanya				
12.	Saya membeli produk fashion berdasarkan kualitas bukan merek				
13.	Saya tergoda dengan barang yang dimiliki teman saya				
14.	Saya membatalkan membeli produk make-up yang saya inginkan				
15.	Membeli produk make-up membuat saya merasa senang				
16.	Saya hanya membeli produk yang saya perlukan saja				
17.	Saya segera membeli barang yang menarik perhatian saya				
18.	Saya merasa menyesal jika tidak membeli produk yang saya inginkan				
19.	Saya merasa puas jika membeli barang yang saya sukai				
20.	Saya membeli baju tanpa memikirkan manfaatnya				
21.	Saya membeli produk fashion setiap ada trend baru				
22.	Saya mempertimbangkan setiap membeli produk fashion yang mahal				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
23.	Saya membeli produk fashion yang sama dengan warna yang berbeda				
24.	Saya memperhitungkan dengan rinci setiap uang yang keluar untuk membeli produk fashion				
25.	Saya membeli produk fashion keluaran terbaru				
26.	Saya membeli produk fashion yang sedang diskon				
27.	Saya membelanjakan uang saya untuk membeli produk fashion yang saya inginkan				
28.	Saya mampu menahan diri agar tidak tergoda membeli produk fashion yang saya inginkan				
29.	Saya membeli produk fashion yang sudah saya miliki				
30.	Saya sering membeli produk fashion lebih dari satu				





LAMPIRAN – 3

UJI VALIDITAS DAN UJI

RELIABILITAS

Uji Coba Skala Penelitian

Reliability

Scale: Self-Control

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.23	.817	30
VAR00002	2.63	.850	30
VAR00003	2.93	.907	30
VAR00004	3.63	.615	30
VAR00005	3.00	.830	30
VAR00006	2.93	.907	30
VAR00007	3.13	.681	30
VAR00008	3.57	.568	30
VAR00009	3.43	.679	30
VAR00010	2.97	.809	30
VAR00011	3.37	.809	30
VAR00012	3.13	.819	30
VAR00013	3.50	.572	30
VAR00014	3.17	.791	30
VAR00015	3.70	.535	30
VAR00016	3.17	.834	30
VAR00017	3.57	.568	30
VAR00018	3.07	.828	30
VAR00019	3.43	.679	30
VAR00020	2.13	1.008	30
VAR00021	3.60	.498	30
VAR00022	3.10	.759	30
VAR00023	2.63	.850	30
VAR00024	3.70	.535	30
VAR00025	3.37	.809	30
VAR00026	3.13	.819	30
VAR00027	3.50	.572	30
VAR00028	3.17	.791	30
VAR00029	2.97	.809	30
VAR00030	3.37	.809	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	113.23	201.426	.394	.930
VAR00002	113.83	199.109	.475	.929
VAR00003	113.53	194.464	.630	.927
VAR00004	112.83	201.730	.522	.929
VAR00005	113.47	196.395	.607	.928
VAR00006	113.53	194.464	.630	.927
VAR00007	113.33	200.092	.553	.928
VAR00008	112.90	201.955	.554	.929
VAR00009	113.03	203.826	.358	.930
VAR00010	113.50	197.293	.584	.928
VAR00011	113.10	207.197	.145	.933
VAR00012	113.33	194.575	.699	.927
VAR00013	112.97	201.137	.601	.928
VAR00014	113.30	196.493	.636	.927
VAR00015	112.77	203.151	.511	.929
VAR00016	113.30	196.769	.588	.928
VAR00017	112.90	201.955	.554	.929
VAR00018	113.40	193.628	.734	.926
VAR00019	113.03	203.826	.358	.930
VAR00020	114.33	213.195	.502	.937
VAR00021	112.87	203.637	.516	.929
VAR00022	113.37	195.137	.732	.926
VAR00023	113.83	199.109	.475	.929
VAR00024	112.77	203.151	.511	.929
VAR00025	113.10	207.197	.445	.933
VAR00026	113.33	194.575	.699	.927
VAR00027	112.97	201.137	.601	.928
VAR00028	113.30	196.493	.636	.927
VAR00029	113.50	197.293	.584	.928
VAR00030	113.10	207.197	.145	.933

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
116.47	211.223	14.534	30

Reliability Scale: Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.28	.797	30
VAR00002	2.66	.857	30
VAR00003	2.93	.923	30
VAR00004	3.66	.614	30
VAR00005	3.00	.845	30
VAR00006	2.93	.923	30
VAR00007	3.14	.693	30
VAR00008	3.62	.494	30
VAR00009	3.45	.686	30
VAR00010	2.97	.823	30
VAR00011	3.38	.820	30
VAR00012	3.14	.833	30
VAR00013	3.55	.506	30
VAR00014	3.17	.805	30
VAR00015	3.76	.435	30
VAR00016	3.17	.848	30
VAR00017	3.62	.494	30
VAR00018	3.07	.842	30
VAR00019	3.45	.686	30
VAR00020	2.07	.961	30
VAR00021	3.62	.494	30
VAR00022	3.10	.772	30
VAR00023	2.66	.857	30
VAR00024	3.76	.435	30
VAR00025	3.38	.820	30
VAR00026	3.14	.833	30
VAR00027	3.55	.506	30
VAR00028	3.17	.805	30
VAR00029	3.55	.426	30
VAR00030	3.17	.535	30

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	87.10	119.167	.337	.908
VAR00002	87.72	115.421	.517	.905
VAR00003	87.45	111.470	.685	.901
VAR00004	86.72	118.850	.482	.905
VAR00005	87.38	112.815	.676	.901
VAR00006	87.45	111.470	.685	.901
VAR00007	87.24	116.904	.553	.904
VAR00008	86.76	120.118	.491	.906
VAR00009	86.93	120.138	.337	.908
VAR00010	87.41	115.323	.547	.904
VAR00011	87.00	124.286	.039	.914
VAR00012	87.24	112.404	.712	.901
VAR00013	86.83	119.433	.541	.905
VAR00014	87.21	114.313	.622	.903
VAR00015	86.62	121.244	.442	.906
VAR00016	87.21	115.027	.546	.904
VAR00017	86.76	120.118	.491	.906
VAR00018	87.31	111.007	.786	.899
VAR00019	86.93	120.138	.337	.908
VAR00020	88.31	123.579	.555	.915
VAR00021	86.76	120.261	.477	.906
VAR00022	87.28	112.493	.768	.900
VAR00023	87.72	115.421	.517	.905
VAR00024	86.62	121.244	.442	.906
VAR00025	87.00	124.286	.039	.914
VAR00026	87.24	112.404	.712	.901
VAR00027	86.83	119.433	.541	.905
VAR00028	87.21	114.313	.622	.903
VAR00029	86.62	121.244	.442	.906
VAR00030	87.38	112.815	.676	.901

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
90.38	125.672	11.210	30

Setelah Uji Coba Skala

Reliability Scale: Self-control

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	117	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	117	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	1.58	.529	117
VAR00002	1.62	.585	117
VAR00003	1.54	.580	117
VAR00004	1.62	.600	117
VAR00005	1.88	.709	117
VAR00006	1.55	.594	117
VAR00007	1.57	.546	117
VAR00008	1.93	.716	117
VAR00009	1.91	.664	117
VAR00010	1.88	.709	117
VAR00011	1.88	.709	117
VAR00012	1.58	.529	117
VAR00013	1.62	.585	117
VAR00014	1.54	.580	117
VAR00015	1.62	.600	117
VAR00016	1.88	.709	117
VAR00017	1.55	.594	117
VAR00018	1.57	.546	117
VAR00019	1.93	.716	117
VAR00020	1.91	.664	117
VAR00021	1.88	.709	117
VAR00022	1.55	.594	117
VAR00023	1.57	.546	117
VAR00024	1.93	.716	117
VAR00025	1.91	.664	117
VAR00026	1.93	.716	117
VAR00027	1.88	.709	117
VAR00028	1.58	.529	117

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	53.81	175.913	.422	.959
VAR00002	53.78	173.812	.516	.959
VAR00003	53.85	172.918	.581	.958
VAR00004	53.78	171.002	.686	.958
VAR00005	53.51	166.355	.834	.956
VAR00006	53.85	174.114	.488	.959
VAR00007	53.82	174.252	.525	.959
VAR00008	53.46	168.354	.713	.957
VAR00009	53.48	170.390	.651	.958
VAR00010	53.51	166.355	.834	.956
VAR00011	53.51	166.355	.834	.956
VAR00012	53.81	175.913	.422	.959
VAR00013	53.78	173.812	.516	.959
VAR00014	53.85	172.918	.581	.958
VAR00015	53.78	171.002	.686	.958
VAR00016	53.51	166.355	.834	.956
VAR00017	53.85	174.114	.488	.959
VAR00018	53.82	174.252	.525	.959
VAR00019	53.46	168.354	.713	.957
VAR00020	53.48	170.390	.651	.958
VAR00021	53.51	166.355	.834	.956
VAR00022	53.85	174.114	.488	.959
VAR00023	53.82	174.252	.525	.959
VAR00024	53.46	168.354	.713	.957
VAR00025	53.48	170.390	.651	.958
VAR00026	53.46	168.354	.713	.957
VAR00027	53.51	166.355	.834	.956
VAR00028	53.81	175.913	.422	.959

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
56.39	182.120	10.495	28

Reliability Scale: Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	117	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	117	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.25	.765	117
VAR00002	2.64	.814	117
VAR00003	2.87	.905	117
VAR00004	3.62	.598	117
VAR00005	2.98	.799	117
VAR00006	2.87	.905	117
VAR00007	3.12	.659	117
VAR00008	3.56	.547	117
VAR00009	3.40	.683	117
VAR00010	2.97	.760	117
VAR00011	3.14	.798	117
VAR00012	3.50	.551	117
VAR00013	3.15	.773	117
VAR00014	3.71	.510	117
VAR00015	3.15	.837	117
VAR00016	3.56	.547	117
VAR00017	3.04	.814	117
VAR00018	3.40	.683	117
VAR00019	3.56	.498	117
VAR00020	3.07	.751	117
VAR00021	2.64	.814	117
VAR00022	3.71	.510	117
VAR00023	3.14	.798	117
VAR00024	3.50	.551	117
VAR00025	3.15	.773	117
VAR00026	3.15	.773	117
VAR00027	3.71	.510	117
VAR00028	3.15	.837	117

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	77.50	108.649	.326	.926
VAR00002	78.10	104.834	.536	.922
VAR00003	77.87	101.923	.640	.920
VAR00004	77.12	108.089	.482	.923
VAR00005	77.76	102.822	.678	.919
VAR00006	77.87	101.923	.640	.920
VAR00007	77.62	106.323	.565	.922
VAR00008	77.18	108.528	.491	.923
VAR00009	77.34	109.037	.346	.925
VAR00010	77.77	105.214	.555	.922
VAR00011	77.61	102.620	.692	.919
VAR00012	77.24	107.873	.546	.922
VAR00013	77.59	104.037	.622	.921
VAR00014	77.03	109.516	.437	.923
VAR00015	77.59	104.813	.521	.922
VAR00016	77.18	108.528	.491	.923
VAR00017	77.70	100.901	.787	.917
VAR00018	77.34	109.037	.346	.925
VAR00019	77.18	109.166	.482	.923
VAR00020	77.68	102.118	.774	.918
VAR00021	78.10	104.834	.536	.922
VAR00022	77.03	109.516	.437	.923
VAR00023	77.61	102.620	.692	.919
VAR00024	77.24	107.873	.546	.922
VAR00025	77.59	104.037	.622	.921
VAR00026	77.61	102.620	.692	.919
VAR00027	77.24	107.873	.546	.922
VAR00028	77.59	104.037	.622	.921

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
86.74	114.434	10.697	28



LAMPIRAN – 4

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Self-Control	Perilaku Konsumtif
N		117	117
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	56.39	86.74
	Std. Deviation	10.495	10.697
Most Extreme Differences	Absolute	.110	.107
	Positive	.110	.107
	Negative	-.095	-.102
Test Statistic		.110	.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111 ^c	.102 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Linearitas

Means

Case Processing Summary

	Included		Cases Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku Konsumtif * Self-Control	117	100.0%	0	0.0%	117	100.0%

Report

Perilaku Konsumtif	Mean	N	Std. Deviation
Self-Control			
32	86.50	2	7.778
35	80.00	9	10.524
36	89.25	4	5.188
37	80.25	4	8.770
38	73.50	2	2.121
39	76.50	2	2.121
41	81.00	2	4.243
43	80.50	2	4.950
44	80.50	2	4.950
45	77.33	3	20.033
48	80.80	5	10.849
49	69.33	3	3.512
50	81.33	3	3.786
54	72.33	3	9.018
55	72.75	4	15.714
56	77.20	5	8.438
57	64.00	2	8.485
58	86.13	8	10.803
59	79.20	5	8.815
60	77.75	4	13.099
61	77.33	3	20.033

64	82.09	22	11.612
65	77.00	3	7.000
70	88.33	3	11.930
71	88.00	3	4.583
72	100.00	1	.
79	87.50	2	14.849
83	82.50	2	2.121
87	87.00	4	4.243
Total	80.74	117	10.697

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Self-Control	Between Groups	(Combined)	3372.715	28	120.454	11.071	.002
		Linearity	240.444	1	240.444	12.137	.000
		Deviation from Linearity	3132.271	27	116.010	21.031	.102
	Within Groups		9901.593	88	112.518		
	Total		13274.308	116			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku Konsumtif * Self-Control	-.635	.403	.804	.954



LAMPIRAN – 5

UJI HIPOTESIS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Self-Control ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	-.635 ^a	.403	.310	10.646

a. Predictors: (Constant), Self-Control

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	240.444	1	240.444	22.121	.000 ^b
	Residual	13033.864	115	113.338		
	Total	13274.308	116			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

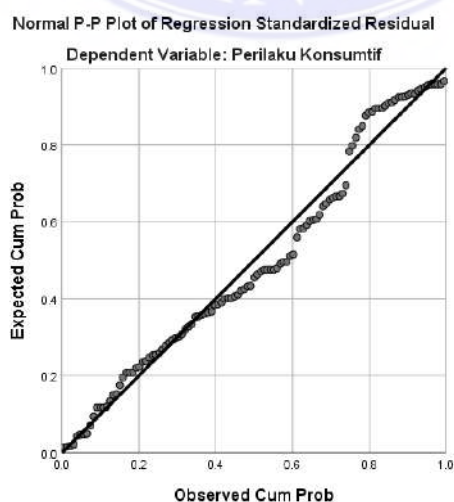
b. Predictors: (Constant), Self-Control

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	21.834	4.175		17.924	.000
	Self-Control	-2.107	1.073	1.135	7.457	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Charts





LAMPIRAN – 6

SURAT PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Seljabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 3524/FPSI/01.10/X/2024

24 Oktober 2024

Lampiran : -

Hal : Penelitian

Yth. Bapak **Wakil Rektor Bidang Mutu SDM dan Perekonomian**
Universitas Medan Area
di -
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami berharap Bapak berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **Pascasarjana Universitas Medan Area** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Mayriana Agnesia Br. Ginting
Nomor Pokok Mahasiswa : 188600366
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul **Pengaruh Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Medan Area**. Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di Pascasarjana Universitas Medan Area. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area. Penelitian mahasiswa tersebut dibimbing oleh Ibu **Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Psi**.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu dalam memfasilitasi proses pengambilan data yang diperlukan. Selain itu, apabila proses penelitian telah selesai, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

An. Dekan,
Ketua Program Studi Psikologi


Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip





