

**HUBUNGAN *SELF-CONTROL* DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE *PAYLATER*
PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

OLEH:

Nadra Khairunnisa Nasution

218600291



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 29/12/25

Access From (repositori.uma.ac.id)29/12/25

**HUBUNGAN *SELF-CONTROL* DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE *PAYLATER* PADA
MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Guna
Memenuhi Syarat dalam Meraih Gelar Sarjana



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 29/12/25

Access From (repositori.uma.ac.id)29/12/25

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan *Self-Control* dengan Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee
PayLater Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
Nama : Nadra Khairunnisa Nasution
NPM : 218600291
Fakultas : Psikologi

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing



Yunita, S.Pd, M.Psi, Kons.
Pembimbing



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

Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Ka. Prodi

Tanggal disetujui: 25 Agustus 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

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

Medan, 25 Agustus 2025



Nadra Khairunnisa Nasution
218600291

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nadra Khairunnisa Nasution

NPM : 218600291

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Psikologi

Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul: Hubungan *Self-Control* dengan Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *PayLater* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan 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: 25 Agustus 2025

Yang menyatakan



(Nadra Khairunnisa Nasution)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Hubungan *Self-Control* dengan Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *PayLater* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area.

Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti telah mendapatkan banyak dukungan, arahan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang mendalam peneliti sampaikan kepada Ibu Yunita, S.Pd., M.Psi., Kons. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi ini. Bapak Azhar Aziz, S.Psi., M.A., Psikolog selaku Ketua Penguji, atas kesediaan waktu, perhatian, serta masukan yang sangat berarti dalam proses ujian skripsi ini. Ibu Sairah, S.Psi., M.Psi. selaku Sekretaris Penguji, atas waktu, perhatian, serta kontribusinya selama proses ujian skripsi berlangsung, dan atas saran-saran membangunnya yang sangat membantu peneliti. Ibu Siti Aisyah, S.Psi., M.Psi., Dr. selaku Dosen Pembanding, yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang sangat berarti bagi perbaikan dan

penyempurnaan skripsi ini. Terima kasih atas arahan, motivasi, dan bimbingannya yang sangat berarti bagi peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh jajaran Universitas Medan Area, khususnya Fakultas Psikologi, yang telah memberikan fasilitas, dukungan, dan kesempatan kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, sehingga data yang dibutuhkan dapat terkumpul dengan baik.

Kepada Ayah dan Almh. Mama tercinta. Dua sosok yang paling berjasa dalam hidup saya, yang tidak pernah lelah berusaha agar anak terakhirnya ini dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Tanpa kasih sayang, doa, pengorbanan, serta kerja keras kalian, saya tidak akan pernah bisa berdiri di titik ini.

Kepada Ayah, terima kasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan menjadi lembar demi lembar uang demi tercapainya pendidikan saya hingga sampai pada tahap akhir ini. Engkau rela mengorbankan waktu, tenaga, bahkan kebahagiaanmu sendiri hanya untuk memastikan anakmu dapat meraih gelar sarjana. Segala perjuanganmu adalah bukti nyata kasih seorang ayah yang tidak tergantikan, dan untuk itu saya akan selalu menghormati, menghargai, serta berusaha membalas setiap pengorbananmu dengan keberhasilan yang membanggakan.

Untuk Almh. Mama, meskipun ragamu sudah tiada, doa, pesan, dan harapanmu selalu hidup dalam hati saya. Terima kasih atas segala motivasi dan kasih sayang tanpa

batas yang engkau curahkan semasa hidup. Terima kasih atas kesabaran, pengorbanan, serta teladan yang engkau tinggalkan, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam setiap langkah saya. Kehadiranmu dalam doa dan kenangan adalah cahaya yang tidak pernah padam, yang selalu menuntun saya untuk tetap kuat, tabah, dan bersemangat dalam menyelesaikan perjalanan ini.

Ayah dan Mama adalah alasan terbesar saya untuk terus berjuang, tidak menyerah, dan tetap melangkah meskipun jalan terasa berat. Keberhasilan kecil ini saya persembahkan sepenuhnya kepada kalian berdua, sebagai wujud cinta, bakti, dan penghormatan yang tidak akan pernah sebanding dengan segala yang telah kalian berikan. Terima kasih atas segalanya yang tidak mungkin dapat saya hitung atau balas dengan kata-kata, karena kasih dan pengorbanan kalian adalah anugerah terbesar dalam hidup saya.

Kepada diri sendiri, Nadra. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih sudah berjuang untuk menjadi pribadi yang lebih baik, serta mampu menikmati setiap proses meski tidak mudah. Tangis dan kesedihan telah menjadi bagian dari perjalanan ini, namun tetap mampu disimpan rapat tanpa ingin membebani orang lain. Tidak pernah ditunjukkan amarah atau kesedihan kepada sekitar, melainkan memilih untuk menampilkan kebahagiaan agar orang lain tetap tersenyum, meski di balik itu semua ada perasaan yang tak banyak diketahui. Terima kasih, Nadra, karena sudah bertahan sejauh ini.

Kepada kedua abangku tersayang. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan perhatian yang kalian berikan selama ini. Kalian adalah sosok yang selalu hadir memberi semangat, nasihat, serta perlindungan ketika adikmu ini merasa lemah. Terima kasih sudah menjadi teladan dalam kehidupan, yang dengan caranya masing-masing mengajarkan arti tanggung jawab, kerja keras, dan kasih sayang. Kehadiran kalian menjadi kekuatan tersendiri bagi saya untuk tetap melangkah dan menyelesaikan setiap perjuangan. Semoga keberhasilan kecil ini dapat menjadi kebanggaan bagi kalian berdua.

Kepada keluarga besar. Terima kasih atas doa, dukungan, serta kasih sayang yang selalu mengiringi langkah saya. Kehangatan dan kebersamaan yang tercipta dari keluarga besar menjadi sumber semangat dan motivasi untuk terus berjuang hingga titik ini. Semoga keberhasilan ini juga dapat menjadi kebanggaan bersama.

Kepada sepupu saya, Nichi. Terima kasih atas segala dukungan dan kebersamaan yang telah menemani saya dari kecil hingga dewasa. Engkaulah teman yang selalu ada dalam setiap langkah, mendengarkan keluh kesah, tangis, canda, dan tawa, bahkan sesekali menjadi teman berdebat sekaligus *partner* liburan terbaik. Terima kasih sudah selalu ada, dan semoga kita tetap bersama hingga tua nanti.

Kepada M. Ryan Fadillah, pacar saya. Terima kasih sudah menjadi sosok yang begitu baik dalam hidup saya. Kamu selalu hadir dengan kesabaran, ketulusan, dan perhatian yang tidak pernah setengah-setengah. Dalam setiap masa sulit saat menyusun skripsi, kamu tetap ada untuk menemani, memberi semangat, dan meyakinkan saya bahwa saya mampu melewati semuanya. Terima kasih karena tidak pernah lelah

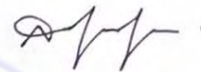
mendengarkan keluh kesah saya, memahami setiap emosi saya, bahkan ketika saya berada di titik terendah. Kamu selalu tahu bagaimana membuat saya merasa lebih tenang dan kembali bersemangat. Kebaikanmu, dukunganmu, serta caramu menjaga perasaan saya adalah hal yang sangat berarti dan tidak akan pernah saya lupakan. Kamu bukan hanya sekadar pasangan, tetapi juga sahabat, pendengar terbaik, dan sumber kekuatan di saat saya rapuh.

Kepada sahabat-sahabat perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan selama menempuh pendidikan ini. Kalian adalah orang-orang yang selalu hadir dalam setiap proses, berbagi tawa, keluh kesah, hingga saling menyemangati di masa-masa sulit. Terima kasih karena kebersamaan kalian membuat perjalanan kuliah saya lebih berwarna dan penuh makna. Kepada sahabat-sahabat di luar perkuliahan. Terima kasih telah menjadi tempat pulang yang penuh kehangatan, yang selalu mendukung dan menemani di luar dunia akademik. Kalian adalah sosok yang mendengarkan cerita saya tanpa lelah, berbagi kebahagiaan, bahkan menemani di saat-saat sulit. Terima kasih karena selalu hadir dengan tulus dan menjadikan hidup saya lebih indah.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, baik dari segi isi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu, peneliti dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif, baik bagi dunia pendidikan, khususnya dalam bidang ilmu psikologi, maupun bagi masyarakat yang ingin memahami lebih dalam mengenai *self-control* dan perilaku konsumtif di era digital saat ini.

Medan, 25 Agustus 2025



Nadra Khairunnisa Nasution
208600291



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Hipotesis Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Perilaku Konsumtif.....	9
2.1.1. Definisi Perilaku Konsumtif	9
2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	12
2.1.3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	21
2.1.4. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif	25
2.2. <i>Self-Control</i>	28
2.2.1. Definisi <i>Self-Control</i>	28
2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Self-Control</i>	31
2.2.3. Aspek-Aspek <i>Self-Control</i>	35
2.2.4. Ciri-Ciri <i>Self-Control</i>	39
2.3. Hubungan <i>Self-Control</i> dengan Perilaku Konsumtif.....	43

2.4. Kerangka Konseptual	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	48
3.2. Bahan dan Alat Penelitian	49
3.3. Metodologi Penelitian	49
3.4. Identifikasi Variabel	49
3.5. Definisi Operasional	50
3.5.1. Perilaku Konsumtif	50
3.5.2. <i>Self-Control</i>	50
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	51
3.6.1. Populasi	51
3.6.2. Sampel	51
3.6.3. Teknik Pengambilan Sampel	52
3.7. Prosedur Kerja	52
3.7.1. Persiapan Administrasi	52
3.7.2. Persiapan Alat Ukur Penelitian	53
3.7.3. Uji Coba Alat Ukur Penelitian	53
3.7.4. Pelaksanaan Penelitian	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Hasil	55
4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.1.2. Uji Normalitas	58
4.1.3. Uji Linearitas	59
4.1.4. Uji Hipotesis	60
4.1.5. Mean Empirik dan Mean Hipotetik	60
4.2. Pembahasan	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Simpulan	70
5.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian	48
Tabel 4.1 Distribusi Skala <i>Self-Control</i> Setelah Uji Validitas	56
Tabel 4.2 Distribusi Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Validitas	57
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Self-Control</i> dan Skala Perilaku Konsumtif ...	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Linearitas	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Hipotesis	60
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	47
Gambar 2 Kurva Normal Perilaku Konsumtif	62
Gambar 3 Kurva Normal <i>Self-Control</i>	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Penelitian	80
Lampiran 2 <i>Scoring</i> Data Penelitian	87
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	91
Lampiran 4 Hasil Analisis Data	96
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	99



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Aktivitas konsumsi merupakan bagian integral dari kehidupan manusia modern, terlebih dalam era globalisasi dan digitalisasi seperti saat ini. Perilaku konsumtif menjadi fenomena yang semakin meluas, tidak hanya di kalangan masyarakat urban, tetapi juga menjangkau berbagai lapisan usia dan profesi, termasuk remaja dan mahasiswa. Meningkatnya intensitas belanja *online*, tren gaya hidup yang dibentuk media sosial, serta dorongan untuk memenuhi kepuasan instan menjadi ciri utama dinamika konsumsi kontemporer. Zhang (2021) menjelaskan bahwa konsumsi impulsif mahasiswa sangat dipengaruhi oleh rendahnya kemampuan *self-control* dan tingginya eksposur terhadap stimulus visual dan emosional dari media digital. Hal ini diperparah oleh kemudahan akses terhadap fitur-fitur kredit digital seperti Shopee *PayLater*, yang menurut Agustin (2022), memperkuat kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian secara instan tanpa perhitungan finansial yang matang.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi dewasa awal tengah berada dalam masa transisi menuju kemandirian yang penuh tantangan. Mereka dihadapkan pada dilema antara kebutuhan dan keinginan, serta tekanan sosial untuk mengikuti standar hidup yang ditampilkan di media sosial. Lestari *et al.* (2023) menemukan bahwa mahasiswa dengan tingkat *self-control* rendah lebih mudah terdorong pada perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks belanja *online*. Nofri dan Hafifah

(2018) juga menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumtif mahasiswa kerap kali dipengaruhi oleh faktor emosional dan norma kelompok, bukan pertimbangan rasional terhadap kebutuhan. Perilaku ini semakin kompleks ketika kemajuan teknologi menghadirkan berbagai kemudahan dalam bertransaksi. Fitur cicilan tanpa kartu kredit seperti Shopee *PayLater* menawarkan kenyamanan sekaligus risiko. Anatasya *et al.* (2024) mencatat bahwa gaya hidup konsumtif, minimnya literasi keuangan, dan lemahnya kontrol diri membentuk kombinasi berbahaya yang mendorong mahasiswa ke arah pola konsumsi yang tidak sehat.

Tekanan sosial dan kebutuhan untuk tampil sesuai tren menjadi dorongan kuat dalam membentuk keputusan konsumsi mahasiswa. Wu (2022) menjelaskan bahwa eksklusi sosial atau rasa takut tidak diterima dalam kelompok dapat melemahkan kontrol perilaku dan memicu konsumsi impulsif sebagai bentuk kompensasi emosional. Dalam situasi ini, konsumsi bukan lagi tentang memenuhi kebutuhan, tetapi tentang membangun citra diri dan mendapatkan pengakuan. Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) menegaskan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh pembelian impulsif, berulang, dan tidak terencana, yang lebih dipengaruhi oleh emosi dan tekanan eksternal daripada logika kebutuhan. Triyaningsih (2011) menambahkan bahwa individu dengan perilaku konsumtif cenderung mudah tergoda oleh iklan, kurang realistis, dan memiliki keinginan kuat untuk tampil sesuai harapan lingkungan. Ramadhani (dalam Lutfiah *et al.*, 2019) juga menyoroti pentingnya faktor sosial-psikologis seperti rasa gengsi, keinginan mengikuti tren, dan kebutuhan untuk mendapat pengakuan sebagai pemicu dominan perilaku konsumtif pada remaja dan mahasiswa.

Dalam mengendalikan dorongan tersebut, kemampuan *self-control* memegang peranan penting. Baumeister dan Heatherton (1996) menjelaskan bahwa *self-control* adalah kapasitas individu untuk menahan dorongan sesaat demi mencapai tujuan jangka panjang. Zhang (2021) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri yang baik cenderung mampu mengelola pengeluaran dan menahan keinginan konsumsi yang tidak mendesak. Sebaliknya, mereka yang lemah dalam *self-control* lebih mudah tergoda oleh promosi, diskon, dan fitur cicilan ringan yang marak di *platform* digital. Fenomena ini sejalan dengan Teori *Planned Behavior* dari Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa persepsi individu terhadap kontrol perilaku sangat menentukan apakah seseorang akan mengikuti dorongan konsumtif atau mampu menahannya. Ketika persepsi terhadap kontrol finansial rendah, maka keputusan konsumsi lebih mudah dipengaruhi oleh lingkungan eksternal, sebagaimana dijelaskan pula oleh Wu (2022) dalam konteks eksklusivitas sosial dan tekanan kelompok.

Fenomena penggunaan Shopee *PayLater* di kalangan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area merupakan contoh konkret dari dinamika konsumsi digital masa kini. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara terhadap tiga mahasiswa pengguna fitur tersebut, terungkap bahwa pembelian yang mereka lakukan bukan didasari oleh kebutuhan pokok, melainkan lebih kepada dorongan emosional dan gaya hidup. Fadila dan Rembulan (2020) mencatat bahwa tekanan sosial, norma kelompok, serta popularitas *PayLater* di kalangan mahasiswa menjadi pendorong utama perilaku konsumtif. Penelitian dari Universitas Brawijaya (2024) juga memperkuat temuan ini dengan menyebutkan bahwa

rendahnya literasi keuangan mahasiswa memperbesar kemungkinan penggunaan *PayLater* secara tidak bijak, terutama untuk barang-barang yang bersifat simbolik seperti kosmetik, *fashion*, dan merchandise hobi.

Responden dalam studi ini menggambarkan beragam motif konsumsi impulsif. Ada yang membeli produk viral demi aktualisasi diri, ada pula yang merasa bangga saat membeli merchandise *K-Pop* atau barang *anime* meskipun menyadari adanya konsekuensi finansial. Zhang (2021) menyatakan bahwa pembelian simbolik seperti ini erat kaitannya dengan kebutuhan emosional untuk membangun identitas diri di tengah pengaruh budaya populer dan tekanan sosial. Agustin (2022) menegaskan bahwa kepuasan instan setelah berbelanja cenderung mengaburkan kesadaran akan risiko keuangan jangka panjang. Semua ini mengindikasikan lemahnya pengendalian diri mahasiswa dalam menghadapi godaan konsumsi digital yang kian masif.

Penelitian yang dilakukan oleh Nofri dan Hafifah (2018) menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif yang signifikan antara tingkat *self-control* dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Lestari *et al.* (2023) pun sampai pada kesimpulan yang serupa, bahwa kontrol diri yang rendah membuat mahasiswa lebih rentan terhadap godaan belanja impulsif, terutama ketika berhadapan dengan iklan, tren, dan kemudahan pembayaran digital. Implikasi dari temuan ini sangat penting karena menyiratkan bahwa penguatan *self-control* dapat menjadi intervensi efektif dalam mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan.

Melihat seluruh dinamika tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa bukan hanya disebabkan oleh kebutuhan

ekonomi, tetapi lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial seperti lemahnya kontrol diri, tekanan media sosial, serta rendahnya literasi keuangan. Yue *et al.* (2022) memperingatkan bahwa meskipun kemajuan *digital finance* seperti *PayLater* dapat meningkatkan inklusi keuangan, namun juga membawa risiko besar dalam bentuk konsumsi berbasis utang tanpa kontrol. Wu (2022) menambahkan bahwa tanpa adanya strategi pengendalian diri dan kesadaran psikologis, mahasiswa berpotensi terjebak dalam siklus konsumsi kompulsif yang merugikan secara jangka panjang.

Fenomena mahasiswa terjebak dalam penggunaan Shopee *PayLater* seringkali disebabkan oleh kemudahan akses, promosi menggoda, dan fleksibilitas pembayaran yang membuat batas antara konsumsi wajar dan konsumsi impulsif menjadi kabur. Studi kualitatif oleh Felix *et al.* (2024) menekankan bahwa meskipun *PayLater* memberikan kenyamanan yang sangat dibutuhkan oleh mahasiswa, fitur ini juga memicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali seperti pembelian barang yang tidak diperlukan, impulsif karena diskon, dan penundaan pembayaran yang berpotensi menyebabkan masalah finansial di masa depan.

Lebih lanjut, penelitian oleh Darsono *et al.* (2025) menemukan bahwa gaya hidup hedonistik, tekanan sosial teman sebaya, dan motivasi konsumsi sebagai sarana aktualisasi diri berkontribusi signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee *PayLater*, dengan koefisien determinasi sebesar 58,9 %. Temuan ini menunjukkan bahwa *PayLater* bukan sekadar alat transaksi, melainkan juga menjadi pemicu psikologis yang memperkuat dorongan

untuk konsumsi yang sebenarnya lebih bersifat simbolik daripada kebutuhan mendasar.

Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian ilmiah yang mendalam mengenai hubungan antara *self-control* dan perilaku konsumtif pada mahasiswa, khususnya pengguna layanan kredit digital seperti Shopee *PayLater*. Anatasya *et al.* (2024) merekomendasikan penguatan literasi keuangan dan pendidikan psikologis sebagai langkah preventif untuk membentuk perilaku konsumsi yang sehat dan bertanggung jawab. Selain itu, Vosgerau, Scopelliti, dan Huh (2019) menyatakan bahwa konflik antara keinginan jangka pendek dan tujuan jangka panjang harus ditelaah secara psikologis agar strategi intervensi yang dirancang benar-benar mampu memperkuat kapasitas mahasiswa dalam membuat keputusan konsumsi yang sadar, bijak, dan sesuai dengan nilai pribadi mereka

Dalam rangka memahami lebih lanjut fenomena ini, perlu dilakukan kajian ilmiah yang mendalam mengenai hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa pengguna Shopee *PayLater*. Pemahaman mengenai hubungan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam bentuk intervensi psikologis atau edukatif, baik bagi mahasiswa, dosen pembimbing, maupun pihak universitas dalam membentuk pola konsumsi yang sehat dan bertanggung jawab. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya *self-control*, mahasiswa diharapkan dapat mengelola keuangan secara bijak, meskipun dihadapkan pada godaan-godaan digital yang semakin masif. Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji fenomena ini lebih lanjut dalam suatu penelitian ilmiah yang berjudul: "Hubungan

Antara *Self-Control* dengan Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *PayLater* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area." Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu psikologi konsumen serta kontribusi praktis dalam meningkatkan kesadaran dan kemampuan pengendalian diri di kalangan mahasiswa.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah penelitian ialah: Apakah terdapat hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi Universitas Medan Area pengguna Shopee *PayLater*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui hubungan *self-control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi Universitas Medan Area pengguna Shopee *PayLater*.

1.4. Hipotesis Penelitian

Penelitian ini memiliki hipotesis yaitu adanya hubungan negatif antara *self-control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi Universitas Medan Area pengguna Shopee *PayLater*. Dimana asumsi dinyatakan semakin tinggi *self-control*, maka semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya

semakin rendah *self-control*, maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi Universitas Medan Area pengguna Shopee *PayLater*.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmiah tentang hubungan antara *self-control* dan perilaku konsumtif, khususnya pada mahasiswa yang belum berpenghasilan tetapi menggunakan Shopee *PayLater*. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada bidang psikologi konsumen, terutama dalam memahami perilaku konsumtif di era *digital*, serta mendukung penelitian sebelumnya terkait *self-control* dan pengelolaan keuangan.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi mahasiswa dengan meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya *self-control* dalam mengelola keuangan, terutama dalam menggunakan fasilitas kredit seperti Shopee *PayLater*. Penelitian ini juga bermanfaat bagi masyarakat dan platform *e-commerce* dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai masukan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengelolaan kredit secara bijak. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih lanjut tentang hubungan *self-control* dengan perilaku konsumtif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Konsumtif

2.1.1. Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk lebih mengutamakan gaya hidup dan kepuasan pribadi dibandingkan dengan kebutuhan yang sebenarnya. Umumnya, manusia menunjukkan perilaku ini karena beberapa alasan, seperti belum pernah mencoba suatu produk, melihat orang lain menggunakan produk serupa dengan merek berbeda, tertarik pada potongan harga, atau sekadar mengikuti tren yang sedang populer. Perilaku ini juga menggambarkan konsumsi barang atau jasa secara berlebihan, yang sering kali tidak didasari oleh kebutuhan melainkan oleh keinginan semata. Menurut Lubis (dalam Fatmawatie, 2022), perilaku konsumtif merupakan tindakan yang dilakukan tanpa pertimbangan rasional dan hanya didorong oleh keinginan, sehingga secara tidak sadar bisa menyebabkan pemborosan serta pengeluaran yang besar.

Menurut Albarry (dalam Fatmawatie, 2022), perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai sikap atau kebiasaan hidup yang cenderung boros, yakni menggunakan barang atau jasa secara berlebihan. Ia juga menjelaskan bahwa perilaku ini ditandai dengan konsumsi yang mengutamakan keinginan ketimbang kebutuhan, tanpa memperhatikan skala prioritas, dan bahkan bisa mencerminkan gaya hidup yang mewah.

Kotler dan Keller (2012) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan kajian tentang bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman guna memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka. Sementara itu, Waluyo (dalam Fitri, 2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif mencerminkan gaya hidup seseorang yang cenderung menghabiskan uang tanpa mempertimbangkan secara matang terlebih dahulu. Adapun menurut Wahyudi (dalam Fitri, 2013), perilaku konsumtif adalah tindakan konsumsi yang tidak lagi didasarkan pada pemikiran atau pertimbangan yang rasional.

Menurut Dharmmesta & Handoko (dalam Mujahidah, 2020), perilaku konsumtif ditandai dengan kondisi di mana konsumen tidak lagi mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Hidayah (dalam Mujahidah, 2020) menambahkan bahwa perilaku konsumtif muncul ketika seseorang terdorong untuk membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, semata-mata demi kepuasan pribadi. Dalam bidang psikologi, fenomena ini dikenal sebagai *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja), yakni kondisi di mana seseorang kehilangan kemampuan untuk membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Sementara itu, Lubis (dalam Sumartono, 2002) menyebut perilaku konsumtif sebagai tindakan yang tidak lagi dilandasi oleh pertimbangan rasional, melainkan dorongan keinginan yang telah melampaui batas kewajaran.

Pendapat-pendapat di atas menunjukkan bahwa perilaku konsumsi yang berlebihan tidak lagi mencerminkan upaya manusia dalam menggunakan uang

secara efisien. Sebaliknya, perilaku konsumtif dijadikan sebagai cara untuk membentuk citra diri dengan cara yang kurang tepat. Pola konsumsi semacam ini bersifat tidak rasional dan cenderung kompulsif, sehingga dari sisi ekonomi dapat menyebabkan pemborosan dan ketidakefisienan pengeluaran. Sementara itu, dari sudut pandang psikologis, perilaku ini bisa menimbulkan perasaan cemas dan ketidaknyamanan emosional.

Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif merupakan suatu pola hidup yang ditandai dengan kecenderungan menjalani kehidupan secara mewah dan berlebihan. Individu dengan perilaku ini cenderung memilih barang-barang yang dianggap paling mahal demi mendapatkan kepuasan serta kenyamanan fisik yang maksimal. Selain itu, perilaku ini menunjukkan bahwa kehidupan seseorang didorong dan dikendalikan oleh keinginan untuk memenuhi kesenangan pribadi semata.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah dorongan dalam diri seseorang untuk membeli dan memiliki barang bukan karena kebutuhan yang mendesak, melainkan demi memenuhi keinginan pribadi secara berlebihan guna mencapai rasa puas dalam diri. Akibatnya, muncul tindakan pemborosan, di mana konsumen membuat keputusan pembelian terhadap barang yang sebenarnya belum dibutuhkan dan bukan merupakan prioritas utama. Hal ini sering dipicu oleh keinginan untuk mengikuti tren, mencoba produk baru, atau bahkan demi mendapatkan pengakuan sosial, dengan dominasi faktor emosional yang kuat sehingga memunculkan perilaku konsumtif. Selain itu, perilaku konsumtif juga

mencerminkan aktivitas membeli barang secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional, karena lebih mengutamakan keinginan dibandingkan manfaat dan kebutuhan barang tersebut.

2.1.2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Fatmawatie (2022), terdapat faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yakni internal dan eksternal.

1. Faktor Internal, yang terdiri dari:

a. Motivasi

Motivasi adalah suatu tindakan ajakan yang digunakan untuk menggambarkan kekuatan-kekuatan yang terdapat dalam organisme untuk membangkitkan dan mengarahkan perilakunya.

b. Proses dan pengalaman belajar

Konsumen melihat dan mempelajari sesuatu berupa berita yang mereka dapatkan. Akibatnya, proses observasi dan pembelajaran tergantung pada subjek yang diamati. Jika akibat subjek membeli barang yang tidak perlu, maka hal ini dapat diikuti oleh konsumen.

c. Kepribadian

Kepribadian adalah perilaku yang sudah ada pada diri seseorang yang telah menjadi kebiasaan dan tetap ada pada diri seseorang.

d. Konsep diri

Konsep diri diartikan sebagai pedoman atau cara melihat diri sendiri dan pada waktu tertentu menjadi gambaran dari apa yang kita pikirkan.

e. Keadaan ekonomi

Memilih dan membeli suatu produk sangat ditentukan oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya lebih hati-hati dari pada orang yang memiliki ekonomi tinggi.

f. Gaya Hidup

Gaya hidup berarti suatu konsep konsumsi yang menerapkan pilihan bagaimana individu menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup merupakan salah satu konsep atau model gaya hidup yang diikuti oleh individu saat ini, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

Perilaku Konsumtif menurut Kotler (2013) dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

1. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Faktor budaya antara lain terdiri dari:

a. Peran Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan merupakan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga lembaga penting lain.

b. Sub Budaya

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

c. Kelas Sosial Pembeli

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata sosial tersebut biasanya terbentuk sistem kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah kenggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

2. Faktor Sosial

Selain dari faktor budaya, perilaku individu dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial antara lain:

a. Kelompok Acuan

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk aktual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabot dan pakaian.

b. Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orangtua dan saudara kandung. Melalui orangtua, individu mendapatkan orientasi agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

c. Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi beberapa perilaku pembelian. Setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.

3. Faktor Personal

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi terdiri dari:

a. Pekerjaan

Seorang pekerja akan membeli pakaian kerja dan sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasikan kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka.

b. Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu), tabungan dan aktiva (kepemilikan aset, kekayaan).

c. Gaya Hidup

Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

4. Faktor Psikologis

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kondisi psikologis individu yang terdiri dari:

1. *Self-Control*

Self-control sangat dibutuhkan untuk segala jenis aktivitas yang akan dilakukan oleh individu. Salah satunya *self-control* terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian dan mempertimbangkan secara rasional.

2. Persepsi

Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, hal tersebut karena terpengaruh oleh persepsi mengenai situasi dan kondisi. Perbedaan

persepsi yang dialami individu akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian.

3. Konsep diri

Konsep diri didefinisikan sebagai cara seseorang melihat dirinya dalam waktu tertentu sebagai gambaran mengenai apa yang dipikirkan. Setiap orang memiliki konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan atau persepsi yang berbeda-beda pula terhadap produk, baik berupa ataupun jasa.

4. Kepribadian

Kepribadian merupakan bentuk dan sifat yang terdapat pada diri individu dan memiliki pengaruh pada perubahan-perubahan perilaku. Kepribadian individu sangat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motif, IQ, emosi spiritualitas, maupun persepsi, dan faktor eksternal, seperti lingkungan, keluarga, serta masyarakat.

5. Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif, yang merupakan kekuatan pada diri individu dan menyebabkan individu bertindak atau berbuat. Setiap orang memiliki motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan suatu produk.

6. Pengalaman Belajar

Belajar merupakan proses yang membawa perubahan dalam penampilan sebagai akibat dari pengalaman sebelumnya. Jadi perilaku

yang terjadi pada konsumen dipelajari karena dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan.

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

1. Kebudayaan

Kebudayaan dapat dicirikan sebagai akibat imajinasi manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam sebagai anggota masyarakat.

2. Kelas Sosial

Kelas sosial mempengaruhi perilaku pembeli dalam cara individu menghabiskan energi mereka, waktu mereka produk yang dibeli dan berbelanja.

3. Kelompok Referensi

Kelompok referensi atau kelompok acuan merupakan individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai pengaruh nyata bagi individu. Kelompok ini lebih kuat pengaruhnya pada seseorang karena akan membentuk kepribadian dan perilaku seseorang tersebut. Peran kelompok referensi yang besar dapat mendorong individu untuk mengonsumsi produk yang sama secara terus menerus sehingga memungkinkan munculnya kecenderungan perilaku konsumtif pada kelompoknya.

4. Keadaan

Faktor situasional, misalnya, lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, temperamen, dan keadaan individu sangat memengaruhi perilaku pembelian.

5. Keluarga

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

6. Kepribadian

Kepribadian sering diartikan sebagai karakteristik individual yang merupakan perpaduan dari sifat, temperamen, kemampuan umum dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya. Kepribadian juga diartikan sebagai karakteristik yang ada dalam diri individu yang melibatkan berbagai proses psikologis yang akan menentukan kecenderungan dan respon seseorang terhadap lingkungan.

7. Konsep Diri

Konsep diri dapat memengaruhi persepsi individu dan perilaku pembelian. Ada beberapa jenis pembeli dalam konsep diri, yaitu konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri yang disadari, konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri idealnya dan konsumen yang memenuhi konsep diri menurut orang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku membelinya.

8. Motivasi

Motivasi dapat didefinisikan sebagai proses dimana individu mengenal kebutuhannya dan mengambil tindakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut.

9. Pengalaman Belajar

Pengalaman belajar seseorang akan memutuskan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya.

10. Gaya hidup

Gaya hidup adalah ide yang umumnya normal dan memahami perilaku pembelanja. Gaya hidup adalah contoh kehidupan rutin dan latihan individu dalam menginvestasikan energi dan uang.

Berdasarkan beberapa faktor dari tokoh-tokoh di atas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi, kepribadian, konsep diri, pengalaman belajar, gaya hidup, serta kondisi ekonomi, dan faktor eksternal seperti budaya, sub budaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, peran sosial, serta situasi lingkungan. Perilaku ini umumnya tidak didasari oleh kebutuhan nyata, melainkan oleh keinginan untuk mendapatkan kepuasan pribadi, mengikuti tren, atau memperoleh pengakuan sosial. Dominasi aspek emosional dan persepsi terhadap diri sendiri juga turut mendorong individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional, yang pada akhirnya dapat menyebabkan pemborosan dan ketidakefisienan dalam pengelolaan keuangan.

2.1.3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Fromm (2017) aspek aspek perilaku konsumtif yakni pembelian impulsif (*Impulsive buying*), pemborosan (*Wasteful buying*), mencari kesenangan (*Non rational buying*).

1. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang individu berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

2. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros yaitu menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif juga cenderung bermakna pemborosan yang dampak negatifnya bagi kehidupan individu. Menurut pandangan psikologi agama, ajaran agama membuat norma-norma yang dapat dijadikan pedoman oleh pemeluknya dalam bersikap dan berperilaku.

3. Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat individu yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya *trend*.

Menurut tokoh lainnya menyatakan tentang aspek-aspek perilaku konsumtif dari Suminar & Meiyuntari (2015) antara lain:

1. Aspek intensitas

Aspek intensitas merupakan tingkatan dimana seseorang ingin membeli barang tertentu. Intensitas cenderung meningkat pada perilaku konsumtif.

2. Aspek kebutuhan

Aspek kebutuhan mengacu pada kebutuhan seseorang untuk membeli sesuatu.

3. Aspek kepuasan

Aspek kepuasan mengarah kepada rasa puas yang dialami seseorang ketika membeli sesuatu atau membeli suatu barang.

4. Aspek *prestige*

Aspek ini mengarah kepada prestige atau ketenaran atau popularitas. Jika membeli suatu barang bermerk maka prestige seseorang yang menggunakan barang tersebut akan meningkat.

5. Aspek status sosial, kekayaan dan keistimewaan

Aspek ini mengungkapkan kedudukan sosial seseorang; jika seseorang membeli barang kelas atas, kemungkinan besar mereka berasal dari kelas atas atau memiliki status sosial yang tinggi.

Menurut (Asri, 2012), aspek aspek perilaku konsumtif yakni adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan dan perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan.

1. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya, apalagi individu yang belum mempunyai penghasilan sendiri.

a. Pemborosan

Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

b. Inefisiensi Biaya

Pola konsumsi seseorang terbentuk pada individu yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

2. Perilaku tersebut dilakukan 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 justru akan menimbulkan kecemasan. Rasa cemas disini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

a. Mengikuti Mode

Individu yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, mall sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.

b. Memperoleh Pengakuan Sosial

Perilaku konsumtif pada individu sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia individu tersebut sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Individu ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya yang menyebabkan individu berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang *trend*.

Berdasarkan beberapa faktor dari tokoh-tokoh di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif terdiri dari berbagai aspek seperti pembelian impulsif yang didorong oleh keinginan sesaat tanpa pertimbangan rasional, pemborosan yang menyebabkan pengeluaran dana berlebihan tanpa kebutuhan jelas, serta perilaku mencari kesenangan untuk memperoleh kenyamanan dan status sosial. Intensitas keinginan membeli, kepuasan pribadi, dan pencarian prestige serta status sosial juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu, perilaku ini seringkali dipicu oleh keinginan mengikuti tren dan memperoleh pengakuan sosial, terutama

pada individu yang sedang mencari identitas diri, sehingga mengarah pada konsumsi berlebihan yang tidak rasional dan berpotensi menimbulkan pemborosan serta ketidakstabilan emosional.

2.1.4. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif

Menurut Ramadhani (dalam Lutfiah *et al.*, 2019) ciri-ciri perilaku konsumtif remaja atau mahasiswa yaitu:

1. Memiliki rasa gengsi yang tinggi

Sifat ini memang kerap menjadi pendorong seseorang untuk menjadi konsumtif karena di dalam hidupnya mereka ingin terlihat mampu dalam segala hal. Rasa gengsi juga bisa menyebabkan persaingan ekonomi melihat orang lain membeli sesuatu yang mewah dia pun tidak mau ketinggalan untuk membeli barang tersebut namun terkadang dengan sesuatu yang lebih mewah lagi.

2. Selalu mengikuti *trend*

Mengikuti tren terkadang bagi sebagian orang merupakan hal yang positif, namun jika terlalu berlebihan juga akan menjadi hal yang negatif. Beberapa *trend* yang selalu mereka ikuti yaitu *trengedget*, tren *fashion*, dan lainnya. Mengikuti tren juga merupakan salah satu pendorong seseorang untuk konsumtif karena mereka akan selalu membeli sesuai dengan tren-tren yang akan datang walaupun sebenarnya mereka sudah memiliki barang tersebut. Sama hal nya dengan anak remaja sekarang yang senang akan *K-Pop*, dia akan selalu membeli barang barang yang dia suka dari idola nya tersebut.

3. Terbiasa hidup bermewahan

Hidup mewah memang di inginkan oleh setiap orang. Hasrat ingin memiliki barang-barang yang mewah dan fasilitas lainnya merupakan seseorang menjadi konsumtif.

4. Suka dikagumi oleh orang lain.

Menggunakan pakaian-pakaian yang branded membuat seseorang terlihat indah bila dilihat oleh orang lain. Orang lain akan selalu memuji nya sehingga perasaannya langsung senang. Ini yang membuat seseorang bersikap konsumtif ingin selalu terlihat indah dengan fashionfashion yang digunakannya.

Selain itu, ciri perilaku konsumtif menurut Triyaningsih (2011) adalah sebagai berikut:

1. Mudah tertarik pada mode
2. Mudah terbujuk iklan
3. Mudah terbujuk rayuan penjual
4. Tidak hemat
5. Kurang realistik dalam berbelanja
6. Tampil beda
7. Melakukan pembelian secara berulang-ulang
8. Suka membayangkan hal-hal yang mewah
9. Suka membeli perhiasan mewah
10. Menyukai barang-barang mewah
11. Menyukai barang elektronik yang lagi tren

12. Suka memakai produk yang berkualitas

13. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan percaya diri

Menurut Tim Abdi Guru (2007) perilaku manusia yang bersifat konsumtif memiliki beberapa aspek positif, seperti:

1. Menjaga kestabilan ekonomi
2. Membuka lapangan kerja untuk para pedagang barang konsumsi
3. Mendukung berlangsungnya kegiatan produksi
4. Mendukung kegiatan distribusi dan konsumsi

Sedangkan perilaku manusia yang bersifat konsumtif jika dilihat dari aspek negatifnya antara lain sebagai berikut:

1. Mengkondisikan manusia berperilaku boros
2. Menghabiskan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui
3. Memiliki sifat ketergantungan yang sulit ditinggalkan
4. Memiliki kecenderungan untuk hidup berfoya-foya yang dapat menimbulkan kecemburuan sosial
5. Tidak memiliki keinginan untuk menyisihkan pendapatan untuk menabung atau investasi.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh kecenderungan untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan demi memenuhi keinginan, bukan kebutuhan. Ciri-cirinya antara lain memiliki rasa gengsi yang tinggi, selalu mengikuti tren, terbiasa hidup mewah, ingin dikagumi, mudah terpengaruh iklan atau rayuan penjual, tidak hemat, serta menyukai barang-barang mahal dan bermerek. Perilaku ini

umumnya dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial, serta sering kali dilakukan untuk meningkatkan citra diri atau status sosial di mata orang lain.

2.2. Self-Control

2.2.1. Definisi Self-Control

Self-control merupakan salah satu fungsi penting yang dimiliki oleh individu. *Self-control* bisa dikembangkan dan dimanfaatkan oleh seseorang untuk meraih keberhasilan dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Istilah *self-control* mengacu pada kemampuan untuk mengatur reaksi diri sendiri, terutama guna menyesuaikan diri dengan standar yang telah ditetapkan, seperti cita-cita, nilai-nilai, moral, dan harapan sosial, serta untuk mendukung pencapaian tujuan jangka panjang (Baumeister, Vohs, dan Tice, 2007).

Goldfried dan Merbaum (dalam Sari, 2011) menjelaskan bahwa *self-control* adalah kemampuan untuk merancang, membimbing, mengatur, dan mengarahkan perilaku seseorang agar menghasilkan dampak positif. *Self-control* juga mencerminkan keputusan yang diambil individu berdasarkan pertimbangan kognitif, dengan tujuan menyatukan perilaku yang telah direncanakan demi mencapai hasil dan tujuan tertentu sesuai keinginan.

Baumeister (dalam Ardilasari, 2017) menyatakan bahwa *self-control* adalah kemampuan untuk menyediakan alternatif kondisi dan respons tertentu. *Self-control* merupakan pola respons baru yang dimulai untuk menggantikan respons lama, misalnya dengan mengalihkan perhatian dari sesuatu yang

diinginkan, mengelola emosi, atau menahan dorongan tertentu demi meningkatkan kinerja.

Messina & Messina (dalam Gunarsa, 2009) menyatakan bahwa *self-control* adalah kumpulan perilaku yang berfokus pada menghindari tindakan yang merugikan diri sendiri (*self-destructive*), rasa percaya diri, kemandirian (*autonomy*), serta kebebasan dari pengaruh orang lain. Selain itu, *self-control* juga mencakup kebebasan dalam menentukan tujuan, kemampuan memisahkan perasaan dari pemikiran rasional, dan serangkaian perilaku yang menekankan tanggung jawab terhadap diri sendiri.

Chaplin (2011) mendefinisikan *self-control* sebagai kemampuan untuk mengarahkan perilaku diri sendiri, yaitu kemampuan seseorang dalam menahan atau menghambat impuls atau tindakan impulsif. *Self-control* ini berkaitan dengan seberapa kuat individu memegang nilai dan kepercayaan sebagai pedoman saat bertindak atau membuat keputusan. Sementara itu, Calhoun dan Acocella (dalam Sari, 2011) menjelaskan *self-control* sebagai pengelolaan proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang, atau dengan kata lain, serangkaian proses yang membentuk identitas individu itu sendiri.

Tangney *et al.* (2004) berpendapat bahwa *self-control* adalah kemampuan individu untuk mengarahkan perilakunya berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai, dan aturan dalam masyarakat agar menghasilkan perilaku yang positif. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self-control* merupakan kecakapan individu dalam peka terhadap berbagai situasi diri dan lingkungan, serta kemampuan untuk

mengatur dan mengelola perilaku sesuai dengan kondisi yang dihadapi, sehingga dapat dijadikan pedoman saat bertindak.

Kopp (dalam Sari, 2011) menyatakan bahwa *self-control* adalah kemampuan untuk mengatur keinginan dengan menyesuaikan perilaku sesuai dengan situasi, baik dengan mempercepat atau menunda tindakan, serta berperilaku sesuai norma sosial tanpa pengaruh dari pihak lain. Individu menggunakan *self-control* untuk menetapkan standar bagi kinerjanya sendiri dan memberikan penghargaan atau hukuman terhadap dirinya berdasarkan pencapaian standar tersebut.

External control dari orang lainlah yang menetapkan standar serta memberikan penghargaan atau sanksi. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika *self-control* dianggap sebagai keterampilan yang sangat berharga (Ghuffron & Rini, 2010). Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa *self-control* adalah kemampuan individu untuk menentukan sikap dan menyesuaikan diri dengan aturan serta norma yang berlaku di lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan pendapat-pendapat dari para tokoh di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *self-control* adalah kemampuan individu untuk mengatur dan mengarahkan perilaku sesuai dengan standar tertentu, seperti nilai-nilai moral, cita-cita, dan harapan sosial. *Self-control* melibatkan kemampuan untuk menekan dorongan impulsif, mengelola emosi, serta membuat keputusan yang mendukung tujuan jangka panjang. Individu dengan *self-control* yang baik mampu membaca situasi dan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan kondisi

yang dihadapi, baik dalam konteks pribadi maupun sosial. *Self-control* ini sangat penting dalam mencapai kesuksesan dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Self-Control*

Faktor-faktor yang mempengaruhi *self-control* menurut Saputra (2014) yaitu:

1. Kepribadian

Kepribadian mempengaruhi *self-control* dalam konteks bagaimana seseorang dengan tipikal tertentu bereaksi dengan tekanan yang dihadapinya dan berpengaruh pada hasil yang akan diperolehnya.

2. Situasi

Situasi merupakan faktor yang berperan penting dalam proses *self-control*. Setiap orang mempunyai strategi yang berbeda pada situasi tertentu, dimana strategi tersebut memiliki karakteristik yang unik.

3. Etnis

Etnis atau budaya mempengaruhi *self-control* dalam bentuk keyakinan atau pemikiran, dimana setiap kebudayaan tertentu memiliki keyakinan atau nilai yang membentuk cara seseorang berhubungan atau bereaksi dengan lingkungan. Budaya telah mengajarkan nilai-nilai yang akan menjadi salah satu penentu terbentuknya perilaku seseorang, sehingga seseorang yang hidup dalam budaya yang berbeda akan menampilkan reaksi yang berbeda dalam menghadapi situasi yang menekan, begitu pula strategi yang digunakan.

4. Pengalaman

Pengalaman akan membentuk proses pembelajaran pada diri seseorang. Pengalaman yang diperoleh dari proses pembelajaran lingkungan keluarga juga memegang peran penting dalam *self-control* seseorang, khususnya pada masa anak-anak. Pada masa selanjutnya seseorang bereaksi dengan menggunakan pola pikir yang lebih kompleks dan pengalaman terhadap situasi sebelumnya untuk melakukan tindakan, sehingga pengalaman yang positif akan mendorong seseorang untuk bertindak yang sama, sedangkan pengalaman negatif akan dapat merubah pola reaksi terhadap situasi tersebut.

5. Usia

Bertambahnya usia pada dasarnya akan diikuti dengan bertambahnya kematangan dalam berpikir dan bertindak. Hal ini dikarenakan pengalaman hidup yang telah dilalui lebih banyak dan bervariasi, sehingga akansangat membantu dalam memberikan reaksi terhadap situasi yang dihadapi. Orang yang lebih tua cenderung memiliki *self-control* yang lebih baik dibanding orang yang lebih muda.

Ghufron & Risnawati (2011) menyatakan bahwa *self-control* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Faktor internal yang ikut andil terhadap *self-control* adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang itu.

2. Faktor eksternal diantaranya adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orangtua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Bila orangtua menerapkan disiplin kepada anaknya sikap disiplin secara intens sejak dini, dan orangtua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang dilakukan anak bila ia menyimpang dari yang sudah ditetapkan, maka sikap konsisten ini akan diinternalisasi oleh anak dan kemudian akan menjadi *self-control* baginya.

Adapun faktor-faktor lain yang mempengaruhi *self-control* individu menurut Dayakisni & Hudaniah (2003) adalah:

1. Kepribadian

Kepribadian mempengaruhi *self-control* dalam konteks bagaimana seseorang dengan tipikal tertentu bereaksi dengan tekanan yang dihadapinya dan berpengaruh pada hasil yang akan diperolehnya. Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda (unik) dan hal inilah yang akan membedakan pola reaksi terhadap situasi yang dihadapi.

2. Situasi

Situasi merupakan faktor yang berperan penting dalam proses *self-control*. Setiap orang mempunyai strategi yang berbeda pada situasi tertentu, dimana strategi tersebut memiliki karakteristik yang unik. Situasi yang dihadapi akan dipersepsi berbeda oleh setiap orang, bahkan terkadang situasi yang sama dapat dipersepsi yang berbeda pula sehingga akan mempengaruhi cara memberikan reaksi terhadap situasi tersebut.

3. Etnis

Etnis atau budaya mempengaruhi *self-control* dalam bentuk keyakinan atau pemikiran, dimana setiap kebudayaan tertentu memiliki keyakinan atau nilai yang membentuk cara seseorang berhubungan atau bereaksi dengan lingkungan. Budaya telah mengajarkan nilai-nilai yang akan menjadi salah satu penentu terbentuknya perilaku seseorang, sehingga seseorang yang hidup dalam budaya yang berbeda akan menampilkan reaksi yang berbeda dalam menghadapi situasi yang menekan, begitu pula strategi yang digunakan.

4. Pengalaman

Pengalaman akan membentuk proses pembelajaran pada diri seseorang, pengalaman yang diperoleh dari proses pembelajaran lingkungan keluarga juga memegang peran penting dalam *self-control* seseorang khususnya pada masa anak-anak. Pada masa selanjutnya seseorang bereaksi dengan menggunakan pola pikir yang lebih kompleks dan pengalaman terhadap situasi sebelumnya untuk melakukan tindakan, sehingga pengalaman yang positif akan mendorong seseorang untuk bertindak yang sama, sedangkan pengalaman negatif akan dapat merubah pola reaksi terhadap situasi tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *self-control* (*self-control*) meliputi faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi *self-control* antara lain kepribadian, pengalaman, dan usia. Kepribadian seseorang mempengaruhi

bagaimana ia bereaksi terhadap tekanan, sementara pengalaman dan usia dapat meningkatkan kemampuan untuk mengelola situasi dengan cara yang lebih matang. Faktor eksternal yang berperan penting adalah situasi dan etnis, di mana setiap individu memiliki strategi yang berbeda dalam menghadapi tekanan berdasarkan konteks budaya dan situasi tertentu. Selain itu, lingkungan keluarga juga memiliki pengaruh besar, terutama melalui penerapan disiplin yang konsisten sejak dini.

2.2.3. Aspek-Aspek *Self-Control*

Averill (dalam Sari, 2011), terdapat 3 aspek *self-control*, yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), Kontrol kognitif (*cognitive control*), dan mengontrol keputusan (*decisional control*).

a. Kontrol Perilaku (*Behavioral Control*)

Merupakan kesiapan atau tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini terbagi menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan, dirinya sendiri atau sesuatu diluar dirinya. Individu yang kemampuan mengontrol dirinya baik akan mampu mengatur perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal.

Kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui

bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan, yaitu mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu di antara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan membatasi intensitasnya.

b. Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*)

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

c. Kontrol dalam Mengambil Keputusan (*Decisional Control*)

Merupakan kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. *Self-control* dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Smet (dalam Rukaiyah, 2016) kemampuan mengontrol diri memiliki 5 aspek yaitu:

a. *Behavioral control* (kemampuan mengontrol keputusan)

Kemampuan dalam mengambil tindakan nyata untuk mengurangi stressor, kemungkinan tindakan ini dapat mengurangi tingkat ketegangan suatu atau mempersingkat durasi masalah.

b. *Cognitive control* (kemampuan mengontrol kognitif)

Kemampuan seseorang dalam menggunakan proses berfikir atau strategi ketika menghadapi masalah. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memfokuskan pikiran terhadap hal-hal yang menyenangkan, netral, atau suatu sensasi yang berbeda dengan situasi yang dihadapi.

c. *Decisional control* (Kemampuan mengontrol informasi)

Suatu kesempatan untuk memilih antar pilihan alternative atau tindakan yang umum.

d. *Informational control* (Kemampuan mengontrol informasi)

Meliputi hal-hal yang berkaitan dengan pengetahuan tentang masalah yang dihadapinya seperti apa yang akan terjadi, mengapa dan konsekuensi apa yang akan diterimanya.

e. *Retrospective control* (Kontrol retrospektif)

Kontrol terhadap pengalaman masa lalu adalah keyakinan terhadap apa atau siapa yang menyebabkan suatu permasalahan tersebut. Seseorang seringkali mencoba untuk mencari arti dari berbagai kejadian dalam kehidupannya.

Menurut Tangney *et al.* (2004), terdapat lima dimensi atau aspek dari *self-control*, yaitu sebagai berikut:

a. Disiplin diri (*Self-discipline*)

Disiplin diri yaitu mengacu pada kemampuan individu dalam melakukan disiplin diri seperti tindakan mengikuti peraturan yang ada di lingkungan sosialnya.

b. Tindakan atau aksi yang tidak impulsif (*Deliberate/Non-impulsive*)

Menilai tentang kecenderungan individu untuk melakukan tindakan yang tidak impulsif (memberikan respon kepada stimulus dengan pemikiran yang matang).

c. Kebiasaan baik (*Healthy habits*)

Kebiasaan baik merupakan kemampuan individu dalam mengatur pola perilaku menjadi sebuah kebiasaan yang pada akhirnya menyehatkan. Biasanya individu yang memiliki kebiasaan baik akan menolak sesuatu yang dapat menimbulkan dampak buruk walaupun hal tersebut menyenangkan baginya.

d. Etika Kerja (*Work-ethic*)

Etika kerja berkaitan dengan penilaian individu terhadap regulasi dirinya dalam layanan etika kerja. Biasanya individu mampu memberikan perhatian penuh pada pekerjaan yang dilakukan. Kemampuan mengatur diri individu tersebut di dalam layanan etika.

e. Keterandalan (*Reliability*)

Keterandalan merupakan dimensi yang terkait dengan penilaian individu terhadap kemampuan dirinya dalam pelaksanaan rancangan jangka panjang untuk pencapaian tertentu. Biasanya individu secara konsisten akan mengatur perilaku untuk mewujudkan setiap perencanaannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *self-control* (*self-control*) terdiri dari beberapa aspek penting, yaitu kontrol perilaku (kemampuan mengatur tindakan dalam situasi sulit), kontrol kognitif (kemampuan mengolah informasi dan menilai situasi), serta kontrol dalam mengambil keputusan (kemampuan memilih tindakan yang tepat). Selain itu, aspek lain seperti disiplin diri, kemampuan untuk bertindak tidak impulsif, membentuk kebiasaan baik, etika kerja, dan keterandalan juga berperan penting dalam pengelolaan diri untuk mencapai tujuan jangka panjang secara efektif.

2.2.4. Ciri-Ciri *Self-Control*

Menurut Thompson (dalam Smet, 1994) ciri-ciri *self-control* antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan untuk mengontrol perilaku atau tingkah laku impulsif yang ditandai dengan kemampuan menghadapi stimulus yang tidak diinginkan dengan cara mencegah menjauhi stimulus, merapatkan tenggang waktu diantara stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum berakhir dan membatasi intensitas stimulus, kemampuan membuat perencanaan dalam hidup, mampu mengatasi frustrasi dan ledakan emosi

serta kemampuan untuk menentukan siapa yang mengendalikan perilaku, dalam hal ini bila individu tidak mampu mengontrol dirinya sendiri, maka individu menggunakan faktor eksternal.

2. Kemampuan menunda kepuasan dengan segera untuk keberhasilan mengatur perilaku dalam mencapai sesuatu yang lebih berharga atau diterima dalam masyarakat. Kemampuan mengantisipasi peristiwa yaitu kemampuan untuk mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan secara relatif obyektif. Hal ini didukung dengan adanya informasi yang dimiliki individu. Kemampuan menafsirkan peristiwa yaitu kemampuan untuk menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subyektif. Kemampuan mengontrol keputusan yaitu kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya (Shohib, 2007).

Menurut Calhoun dan Acocella (dalam Fajarani 2017), *self-control* memiliki ciri-ciri, yaitu:

1. Kemampuan mengendalikan perilaku, yaitu kemampuan yang dimiliki individu untuk menghadapi suatu situasi dan kondisi yang dapat merugikan dengan cara mencegah atau menghindari situasi yang dapat menyebabkan individu kesulitan.
2. Kemampuan dalam menunda kepuasan, yaitu kemampuan dalam mengelola dan mengatur perilaku ketika harus melakukan komunikasi dengan masyarakat sekitar, sehingga individu dapat diterima dalam masyarakat.

3. Kemampuan mengantisipasi peristiwa, individu mampu menghadapi berbagai pertimbangan secara objektif dalam mengantisipasi peristiwa yang akan datang dan bisa mempertimbangkan sebab dan akibat dari hal-hal yang akan di dilakukan.
4. Kemampuan menafsirkan peristiwa, individu mampu mengevaluasi perilaku yang telah ditampilkannya dan menafsirkan perilakunya sesuai dengan keadaan.
5. Kemampuan mengendalikan keputusan, yaitu kemampuan individu dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan berdasarkan sesuatu yang dipercaya dan diyakini oleh individu.

Menurut Ghufroon dan Risnawati (2018), ciri-ciri *self-control* yang baik antara lain:

1. Mampu mengatur pelaksanaan dan memodifikasi perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi
2. Mampu mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi atau menghubungkan suatu kejadian dalam kerangka kognitif
3. Memiliki kemampuan untuk memilih hasil atau keputusan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujui.

Menurut Retnowati dan Kuswanto (2020), ciri-ciri *self-control* yang baik meliputi:

1. Mampu mengendalikan emosi dan tidak mudah terpancing oleh situasi yang tidak menyenangkan

2. Dapat menahan diri dari godaan atau dorongan untuk melakukan sesuatu yang merugikan
3. Mampu mengambil keputusan dengan mempertimbangkan konsekuensi yang akan diterima

Menurut Putri dan Primana (2019), ciri-ciri individu dengan *self-control* yang baik antara lain:

1. Memiliki kemampuan untuk mengatur dan mengarahkan perilaku sesuai dengan tujuan yang diinginkan
2. Mampu menunda kepuasan dan menahan diri dari godaan sesaat
3. Dapat berpikir secara rasional dan mempertimbangkan konsekuensi sebelum bertindak

Menurut Suprpti dan Primastuti (2019), ciri-ciri *self-control* yang baik meliputi:

1. Mampu mengontrol emosi dan tidak mudah terbawa emosi yang berlebihan
2. Mampu mengendalikan perilaku sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku
3. Dapat menunda kepuasan untuk mencapai tujuan yang lebih penting

Menurut Fitri dan Nisfiannoor (2020), ciri-ciri individu dengan *self-control* yang baik antara lain:

1. Memiliki disiplin diri yang tinggi dan dapat mengatur perilaku dengan baik
2. Mampu mengendalikan keinginan atau dorongan yang bertentangan dengan nilai-nilai yang dianut

3. Dapat berpikir secara rasional dan mempertimbangkan konsekuensi sebelum bertindak

Berdasarkan pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri individu yang memiliki *self-control* yang baik antara lain adalah mampu mengendalikan emosi dan perilaku impulsif, dapat menunda kepuasan demi tujuan jangka panjang, serta mampu membuat keputusan berdasarkan pertimbangan rasional dan nilai yang diyakini. Individu dengan *self-control* juga mampu menyesuaikan perilaku dengan situasi dan norma yang berlaku, berpikir objektif dalam mengantisipasi dan menafsirkan peristiwa, serta memiliki disiplin diri untuk mengelola dorongan atau godaan yang bisa merugikan diri sendiri maupun orang lain.

2.3. Hubungan *Self-Control* dengan Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan salah satu fenomena yang cukup menonjol di kalangan mahasiswa, terlebih dengan kemudahan teknologi saat ini. Mahasiswa cenderung berada dalam tahap perkembangan yang dinamis, di mana mereka mulai mandiri secara ekonomi dan sosial, namun juga masih mudah terpengaruh oleh dorongan emosional, lingkungan sosial, serta paparan media. Dalam konteks ini, perilaku konsumtif tidak hanya menjadi aktivitas ekonomi, tetapi juga berkaitan erat dengan aspek psikologis, seperti pengendalian diri atau *self-control*.

Self-control merupakan kemampuan individu untuk menahan impuls, mengatur emosi, serta mengarahkan perilaku sesuai tujuan jangka panjang dan nilai-nilai sosial yang diterima (Ghufron & Risnawita, 2011). Dalam kehidupan

sehari-hari, *self-control* memengaruhi berbagai aspek tindakan manusia, termasuk keputusan dalam melakukan pembelian. Individu dengan tingkat *self-control* tinggi cenderung mampu mempertimbangkan antara kebutuhan dan keinginan, serta tidak mudah terpengaruh oleh godaan sesaat.

Menurut Averill (1973), *self-control* memungkinkan seseorang menunda kepuasan (*delayed gratification*), menolak dorongan impulsif, dan menciptakan tindakan yang lebih rasional. Dalam konteks konsumsi, mahasiswa dengan *self-control* yang tinggi tidak akan mudah tergoda untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan, bahkan jika tawaran diskon atau fitur cicilan seperti Shopee PayLater terasa menggiurkan. Sebaliknya, mahasiswa dengan *self-control* rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif yang tidak terencana.

Perilaku konsumtif, seperti dijelaskan oleh Ancok (1995), merupakan kebiasaan membeli barang berdasarkan dorongan emosional, bukan atas dasar kebutuhan nyata. Ini sejalan dengan temuan Sarwono (2003), yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada remaja dan dewasa awal sering kali dipicu oleh keinginan untuk mengikuti tren, mencari identitas diri, atau memperoleh pengakuan sosial. Perilaku semacam ini menunjukkan lemahnya *self-control*, yang pada akhirnya dapat berdampak negatif terhadap keuangan dan psikologis individu.

Bukti empiris juga menunjukkan hubungan yang konsisten antara *self-control* dan perilaku konsumtif. Penelitian Anggraeni & Mariyanti (2014) menunjukkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara kedua variabel tersebut ($r = -0,304$; $p < 0,05$). Artinya, semakin tinggi tingkat *self-control* mahasiswa, semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, mahasiswa

dengan *self-control* rendah lebih cenderung melakukan pembelian secara impulsif tanpa perencanaan matang.

Studi lain oleh Arum & Khoirunnisa (2021) pada pengguna *e-commerce* Shopee juga menemukan korelasi negatif yang kuat antara *self-control* dan perilaku konsumtif ($r = -0,633$; $p < 0,01$). Penelitian ini menyoroti peran *self-control* dalam membatasi perilaku konsumsi berlebihan di era digital, di mana fitur-fitur seperti Shopee *PayLater* dapat menjadi pemicu pembelian impulsif. Ketika individu tidak memiliki kemampuan untuk menahan diri dari godaan berbelanja secara kredit, maka perilaku konsumtif menjadi sulit dihindari.

Fitur *PayLater* menjadi salah satu bentuk layanan finansial yang mempermudah transaksi sekaligus memunculkan risiko perilaku konsumtif, khususnya pada individu dengan *self-control* rendah. Fasilitas ini menawarkan kemudahan dengan menunda pembayaran, namun bagi mahasiswa yang belum memiliki pengelolaan keuangan yang baik, hal ini justru menjadi jebakan psikologis yang mendorong pembelian tanpa perhitungan. Di sinilah letak pentingnya *self-control* sebagai filter utama dalam pengambilan keputusan konsumtif.

Fitriani (2016) dalam penelitiannya tentang pembelian *fashion* secara daring juga menemukan hubungan negatif antara *self-control* dan perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan *self-control* tinggi lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memiliki kecenderungan lebih rendah untuk membeli barang hanya karena diskon atau tren. Temuan ini memperkuat teori

bahwa *self-control* tidak hanya memengaruhi perilaku sosial dan emosional, tetapi juga keputusan ekonomi pribadi.

Penelitian lain oleh Chita, David, dan Pali (2015) menyatakan bahwa *self-control* merupakan kapasitas internal yang membantu individu mengelola pengaruh eksternal, termasuk tekanan lingkungan dan iklan, yang sering kali menjadi pemicu perilaku konsumtif. Mereka menemukan bahwa mahasiswa kedokteran dengan *self-control* tinggi menunjukkan kecenderungan konsumtif yang lebih rendah, karena mereka mampu mengatur respon terhadap godaan eksternal dengan lebih baik.

Dari keseluruhan paparan tersebut, dapat ditegaskan bahwa terdapat hubungan yang erat dan signifikan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa yang aktif menggunakan *platform* digital seperti Shopee PayLater. *Self-control* berfungsi sebagai mekanisme internal yang secara langsung menghambat dorongan untuk melakukan pembelian impulsif, serta mendorong individu untuk berperilaku konsumtif secara lebih bijaksana dan berdasarkan pertimbangan rasional. Mahasiswa yang memiliki tingkat *self-control* tinggi mampu menahan dorongan emosional sesaat, mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan pembelian, dan memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan. Sebaliknya, kelemahan dalam *self-control* secara signifikan meningkatkan kemungkinan perilaku konsumtif yang tidak terkendali, terutama ketika dihadapkan pada kemudahan akses berbelanja tanpa pembayaran langsung seperti fitur PayLater. Oleh karena itu, pemahaman tentang pentingnya *self-control* dan penguatan kemampuan ini sangatlah krusial dalam menekan tingkat perilaku

konsumtif mahasiswa di era digital saat ini. Hubungan negatif yang konsisten antara *self-control* dan perilaku konsumtif juga tercermin dalam berbagai temuan empiris, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi *self-control* individu, maka semakin rendah kecenderungannya untuk berperilaku konsumtif secara berlebihan.

2.4. Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang beralamat di Jalan Kolam No 1 Medan Estate / Jalan Gedung PBSI, Medan 20223, dimana proses pengumpulan data berlangsung sejak tanggal 14 Juni 2025 hingga 27 Juni 2025. Alasan peneliti melakukan penelitian di lokasi yaitu untuk mengetahui hubungan *self-control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Medan Area yang menggunakan fitur Shopee *Paylater*.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan (Bulan)								
		2024		2025						
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Penetapan Judul Penelitian (Variabel X, Y)									
2	Penyusunan Proposal Penelitian (BAB 1-3)									
3	Seminar Proposal									
4	Penyusunan Alat Ukur Penelitian									
5	Persetujuan Penelitian									
6	Pengambilan Data Penelitian									
7	Pengolahan Data Penelitian									
8	Penyusunan Skripsi (BAB 4-5)									
9	Persetujuan Seminar Hasil									

3.2. Bahan dan Alat Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti memerlukan alat dan bahan yang mendukung kelancaran penelitian. Peneliti menggunakan ponsel dengan koneksi internet untuk mengumpulkan data di lapangan dengan membagikan tautan *Google Form* kepada sampel yang diteliti. Selanjutnya, peneliti menggunakan perangkat lunak IBM SPSS *Statistics 25.0 for Windows* untuk menguji item-item skala dan menganalisis data yang terkumpul.

3.3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif korelasional, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Pendekatan ini digunakan untuk mengukur kekuatan, arah, dan bentuk hubungan antar variabel, yang dapat berupa hubungan simetris, kausal, atau timbal balik (Misbahuddin dan Hasan, 2013). Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin menguji ada tidaknya hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang menggunakan *Shopee PayLater*.

3.4. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merujuk pada elemen-elemen yang menjadi fokus untuk dipelajari dalam suatu penelitian. Elemen ini dapat mencakup sifat, nilai, atau karakteristik dari individu, objek, atau kegiatan tertentu. Peneliti memilih variabel-variabel tertentu untuk dianalisis, kemudian mengumpulkan data guna menarik

kesimpulan. Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel lainnya. Variabel ini tidak terpengaruh oleh variabel lain dalam penelitian. Sementara itu, variabel terikat (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas, sehingga nilainya akan berubah akibat pengaruh variabel bebas tersebut (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (X) : *Self-Control*
2. Variabel Terikat (Y) : Perilaku Konsumtif

3.5. Definisi Operasional

3.5.1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan, yang didorong oleh keinginan dan dorongan emosional tanpa pertimbangan rasional atas kebutuhan, manfaat, atau prioritas, sehingga sering kali mengarah pada pemborosan dan ketidakefisienan dalam penggunaan sumber daya. Perilaku konsumtif memiliki tiga aspek utama, yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non-rational buying*)

3.5.2. *Self-Control*

Self-control adalah kemampuan individu untuk mengatur dan mengarahkan perilaku, emosi, serta pikiran sesuai dengan standar tertentu, seperti nilai moral, cita-cita, dan harapan sosial. Individu yang memiliki *self-*

control yang baik dapat menahan dorongan impulsif, mengelola emosi, serta membuat keputusan yang mendukung tujuan jangka panjang. *Self-control* juga mencakup kemampuan untuk membaca situasi dan menyesuaikan perilaku dengan kondisi yang dihadapi. Terdapat lima aspek utama dalam *self-control*, yaitu disiplin diri, tindakan yang tidak impulsif, kebiasaan baik, etika kerja, dan keterandalan.

3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.6.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada seluruh subjek yang menjadi objek kajian. Populasi dapat diartikan sebagai kumpulan individu atau objek yang memiliki karakteristik atau kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Populasi tidak hanya terbatas pada manusia, namun juga dapat mencakup objek lainnya yang relevan dengan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, populasi terdiri dari 317 mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, tepatnya dari 5 kelas yang tersedia (A1, A2, A3, B1, B2) dengan pengecualian pada kelas malam (C) yang mayoritas di duduki oleh mahasiswa yang sudah bekerja.

3.6.2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini merujuk pada sebagian individu yang dipilih untuk mewakili populasi yang lebih besar (Sugiyono, 2010). Sampel ini dipilih secara cermat untuk memastikan bahwa karakteristik yang dimiliki oleh

sampel dapat mencerminkan populasi secara keseluruhan (Warwick dalam Yusuf, 2014). Dalam penelitian ini, sampel yang diteliti adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2022 yang menggunakan Shopee *PayLater*, dengan total sampel sebanyak 61 mahasiswa. Jumlah sampel ini peneliti peroleh melalui *screening* pra-penelitian.

3.6.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, kriteria yang ditentukan adalah mahasiswa aktif angkatan 2022 Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, yang merupakan pengguna aplikasi Shopee dan pengguna fitur Shopee *PayLater* secara berulang lebih dari 3 kali sesuai dengan salah satu ciri-ciri dari perilaku konsumtif menurut Triyaningsih (2011) yaitu pembelian secara berulang-ulang. Peneliti memilih sampel berdasarkan karakteristik tersebut untuk mengkaji hubungan antara *self-control* dan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang menggunakan Shopee *PayLater*.

3.7. Prosedur Kerja

3.7.1. Persiapan Administrasi

Persiapan administrasi untuk penelitian ini dimulai dengan peneliti yang terlebih dahulu harus memperoleh izin resmi dari pihak yang berwenang.

Peneliti juga melengkapi berbagai persyaratan yang ditetapkan oleh Fakultas

Psikologi Universitas Medan Area guna mendapatkan surat izin penelitian dan pengumpulan data.

3.7.2. Persiapan Alat Ukur Penelitian

Peneliti menyiapkan alat ukur penelitian yang terdiri dari dua skala, yaitu skala perilaku konsumtif dan skala *self-control*, dengan menggunakan model skala Likert. Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek menurut Fromm (2017) yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non-rational buying*). Sedangkan skala *self-control* disusun berdasarkan aspek menurut Tangney *et al.* (2004) yaitu disiplin diri, tindakan yang tidak impulsif, kebiasaan baik, etika kerja, dan keandalan. Kedua skala diadaptasi dengan menyesuaikan tiap-tiap item-nya pada topik penelitian yaitu penggunaan Shopee PayLater.

3.7.3. Uji Coba Alat Ukur Penelitian

Peneliti melakukan uji coba terhadap alat ukur yang berupa skala perilaku konsumtif dan skala *self-control*. Uji coba ini meliputi uji validitas menggunakan *corrected item-total correlation* dan uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*.

3.7.4. Pelaksanaan Penelitian

Peneliti memulai penelitian dengan mengumpulkan data awal berupa dokumen mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Medan Area angkatan 2022 yang diperoleh dari Biro Administrasi Akademik. Data tersebut akan digunakan untuk penyaringan guna menentukan bagian populasi yang memenuhi kriteria sampel, yang akan dilakukan melalui pembagian Google

Form anonim berisi pertanyaan mengenai penggunaan aplikasi Shopee dan fitur Shopee *PayLater*. Setelah data terkumpul, peneliti akan mentransfernya dari *Google Form* ke *Microsoft Excel* dan mengubah data verbal menjadi numerikal menggunakan skala Likert dengan item *favorable* dan *unfavorable*. Selanjutnya, data akan dianalisis menggunakan uji normalitas, linearitas, uji hipotesis, serta perhitungan mean hipotetik dan mean empirik untuk menentukan kriteria tinggi-rendah variabel dengan bantuan *software IBM SPSS Statistics versi 25.0 for Windows*.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Hasil analisis hipotesis dalam penelitian ini mengindikasikan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kemampuan *self-control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang menggunakan Shopee *PayLater*. Koefisien korelasi yang diperoleh dilihat melalui nilai $r_{xy} = -0.623$ dengan nilai signifikansi $p = 0.000$ ($p < 0.05$), yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *self-control* mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, mahasiswa dengan tingkat *self-control* yang rendah cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Temuan ini menegaskan bahwa *self-control* memainkan peran penting dalam mengendalikan dorongan konsumsi yang tidak rasional.

Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa *self-control* memberikan kontribusi sebesar 38.8% ($r^2 = 0,388$) terhadap variasi dalam perilaku konsumtif. Ini berarti bahwa meskipun pengaruh *self-control* tergolong berkontribusi, masih ada sekitar 61.2% variabel lain yang turut memengaruhi perilaku konsumtif. Faktor-faktor lain tersebut kemungkinan mencakup tekanan sosial, pengaruh media, pola gaya hidup, maupun kondisi ekonomi individu.

Berdasarkan hasil uji mean, diketahui bahwa tingkat *self-control* mahasiswa dalam penelitian ini tergolong rendah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai mean empirik

sebesar 73.75 yang berada di bawah mean hipotetik sebesar 90. Sebaliknya, perilaku konsumtif berada pada tingkat tinggi, dengan mean empirik sebesar 74,66 yang secara signifikan lebih tinggi dari mean hipotetik 55. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa pengguna Shopee *PayLater* memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian secara impulsif, lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan.

5.2. Saran

1. Saran Kepada Mahasiswa Pengguna *Shopee PayLater*

Mahasiswa disarankan untuk mulai menerapkan perilaku keuangan yang lebih bijak, seperti menyusun anggaran belanja bulanan, menetapkan batas maksimal pengeluaran harian, serta membuat daftar prioritas kebutuhan sebelum melakukan pembelian. Membiasakan diri menunda pembelian selama 1–2 hari dapat membantu memastikan bahwa barang yang diinginkan memang benar-benar dibutuhkan, serta menghindari membuka aplikasi belanja saat sedang emosional atau bosan karena kondisi tersebut dapat memicu perilaku konsumtif. Disiplin dalam mencatat pengeluaran harian juga penting agar kebiasaan konsumsi dapat dievaluasi secara berkala. Penggunaan Shopee *PayLater* yang tidak bijak dapat menimbulkan dampak negatif signifikan, seperti penumpukan utang akibat keterlambatan pembayaran, beban bunga atau biaya layanan yang tinggi, serta penurunan kemampuan mengelola keuangan di masa depan. Kemudahan transaksi instan yang ditawarkan fitur ini berpotensi membuat mahasiswa terjebak pada pola konsumsi berbasis utang, yang jika

dibiarkan dapat mengganggu kestabilan finansial bahkan hingga setelah lulus kuliah. Oleh karena itu, mahasiswa perlu melatih *self-control* dengan menahan dorongan membeli barang demi gengsi, tren, atau tekanan sosial, serta membatasi penggunaan Shopee *PayLater* hanya untuk kebutuhan yang benar-benar penting dan sesuai kemampuan membayar.

2. Saran Kepada Keluarga

Meskipun mahasiswa sudah memasuki fase dewasa awal dan mulai memiliki kemandirian dalam mengambil keputusan, mereka tetap memerlukan bimbingan dari keluarga untuk membentuk kebiasaan keuangan yang sehat. Orang tua atau wali diharapkan aktif memberikan edukasi keuangan sejak dini, seperti membiasakan anak membuat anggaran bulanan, menetapkan target menabung, dan membedakan antara kebutuhan serta keinginan. Keluarga juga perlu menjadi teladan dalam mengelola keuangan rumah tangga, misalnya dengan mencatat pengeluaran, menunda pembelian barang non-prioritas, dan menghindari utang konsumtif. Selain itu, penting bagi keluarga untuk mengatur batasan penggunaan layanan finansial digital seperti Shopee *PayLater*, termasuk menentukan nominal maksimal dan tujuan penggunaan yang jelas, misalnya hanya untuk kebutuhan kuliah yang mendesak. Komunikasi terbuka mengenai prioritas kebutuhan dan konsekuensi dari setiap keputusan finansial akan membantu mahasiswa memahami risiko yang mungkin dihadapi. Dengan dukungan moral, emosional, dan pendampingan yang konsisten dari keluarga, mahasiswa akan lebih mampu mengembangkan *self-control*, menjaga

keseimbangan finansial, dan terhindar dari pola konsumsi berbasis utang yang merugikan di masa depan.

3. Saran Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Fakultas Psikologi Universitas Medan Area diharapkan dapat berperan aktif dalam membekali mahasiswa dengan keterampilan pengelolaan diri dan literasi keuangan melalui berbagai program seperti seminar, *workshop*, atau pengintegrasian materi ke dalam mata kuliah yang relevan. Program pelatihan yang berfokus pada peningkatan *self-control*, pengelolaan emosi, dan pengambilan keputusan yang bijak sangat penting untuk membantu mahasiswa menghadapi tantangan konsumtif di era digital yang serba cepat dan mudah diakses. Selain itu, fakultas juga diharapkan meningkatkan pembinaan karakter serta memberikan penyuluhan mengenai risiko penggunaan layanan finansial digital secara berlebihan, khususnya Shopee *PayLater* yang jika digunakan secara tidak bijak dapat menimbulkan dampak negatif seperti penumpukan utang, beban bunga atau biaya layanan yang tinggi, serta membentuk kebiasaan konsumsi berbasis utang. Edukasi tentang risiko ini perlu diperkuat agar mahasiswa tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang dapat merugikan keuangan jangka panjang, sehingga mereka dapat tumbuh menjadi individu yang tidak hanya cerdas secara akademik, tetapi juga bijak dalam mengelola perilaku konsumsi dan keuangannya.

4. Saran Kepada Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan subjek penelitian agar hasilnya dapat digeneralisasikan ke populasi mahasiswa yang

lebih luas, baik dari segi program studi, universitas, maupun wilayah geografis. Penelitian lanjutan juga penting untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang berpengaruh, seperti tekanan sosial, pengaruh media digital, nilai budaya, dan kondisi ekonomi, guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, variabel psikologis seperti stres akademik, tingkat literasi keuangan, dan gaya hidup juga layak untuk dianalisis karena dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *self-control* dan perilaku konsumtif. Penelitian mendatang dapat menggunakan metode lain atau pendekatan longitudinal untuk melihat perubahan perilaku dari waktu ke waktu, serta mempertimbangkan pengaruh platform finansial digital lain selain Shopee *PayLater*, sehingga hasilnya dapat memberikan rekomendasi intervensi yang lebih tepat sasaran dan relevan dengan perkembangan teknologi serta kebutuhan mahasiswa di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, K., & Pratama, M. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ilmu Kesehatan Umum, Psikolog, Keperawatan dan Kebidanan*, 2(1), 230-242. doi:<https://doi.org/10.61132/corona.v2i1.313>
- Agustin, L. (2022). Evaluation of Factors influencing the Shopee *PayLater* adoption in Indonesia. *Management Science and Business Decisions*, 2(2), 5-18.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decisions Processes*, 50(2), 179-211. doi:[https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anastasya, P. S. (2024). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and *Self-control* on Student Consumptive Behavior. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(9).
- Ardilasari, N. (2017). Hubungan *Self-Control* dengan Perilaku Cyberloafing Pada Pegawai Negeri Sipil. *Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Baumeister, R. F., & Heatherton, T. F. (1996). Self-Regulation Failure: An Overview. *Psychological Inquiry*, 7(1), 1-15.
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The Strength Model of *Self-Control*. *Current Directions in Psychological Science*, 16(6), 351-355. doi:<https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1467-8721.2007.00534.x>
- Chaney, D. (2011). *Life Style: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamus Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Darsono, S. N., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena Paylater di Kalangan Mahasiswa: Gaya Hidup, Sosial, dan Motivasi Hedonisme sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 125-138.
- Databoks. (2023). *Indonesia Jadi Penyumbang Kunjungan Terbanyak ke Shopee pada 2023*. Diambil kembali dari Databoks - Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/06cce6d6b6735c8/indonesia-jadi-penyumbang-kunjungan-terbanyak-ke-shopee-pada-2023>
- Databoks. (2024). *Pengunjung Situs Shopee Bertambah Sepanjang Kuartal IV 2024*. Diambil kembali dari Databoks - Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi->

telekomunikasi/statistik/678487a3166f7/pengunjung-situs-shopee-bertambah-sepanjang-kuartal-iv-2024

- Databoks. (2025). *Jumlah Pengunjung Situs Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Blibli Januari 2025*. Diambil kembali dari Databoks - Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67aad4dbaa9be/jumlah-pengunjung-situs-shopee-tokopedia-lazada-dan-blibli-januari-2025>
- Engel, J. F. (2005). *Perilaku Konsumen (Jilid 2)* (6 ed.). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Fadila, R., & Rembulan, A. (2020). Analisis Mahasiswa Pengguna *PayLater*. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*.
- Fatimah, S. (2013). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswi di Surakarta. *Naskah Publikasi Fakultas Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Felix, A., Vindis, Yulianto, Hutasoit, R. L., Alexander, F., & Sutrisno, J. (2024). The Impact of Shopee *PayLater* on Students' Consumptive Behavior: Between Convenience and Traps. *DIGISMANTECH: Jurnal Program Studi Bisnis Digital*, 4(2).
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial di Era Pandemi Covid-19 dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 183-192. doi:<https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1329>
- Fitriana, & Koentjoro. (2009). Keranjang Berbelanja Pada Wanita Bekerja Fenomena. *Jurnal Psikologi: Universitas Gadjah Mada*, 7(1), 48-57.
- Fromm, E. (2017). *The Sane Society*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Ghufron, N., & Rini, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gunarsa, S. (2009). *Psikologi Anak: Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: Gunung Mulia.
- Heatherton, T. F., & Baumeister, R. F. (1996). Self-Regulation Failure: Past, Present , and Future. *Psychological Inquiry*, 7(1), 90-98. doi:https://psycnet.apa.org/doi/10.1207/s15327965pli0701_20

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (17th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kunto, A. A. (1999). *Mata Rantai Hedonisme. Kecil Bahagia, Muda Foya-Foya, Tua Kaya-Raya, Mati Maunya Masuk Surga*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lestari, J. L. (2023). *Self-Control with Online Shopping Consumptive Behavior's Relationship in Higher Education Students*. *International Social Science Journal*.
- Luthfiah, A. (2019). Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Islami*.
- Martha, Hartati, S., & Setyawan, I. (2008). Correlation among Self-Esteem with a Tendency Hedonist Lifestyle of Student at Diponegoro University. *Journal of Applied Psychology*.
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychology Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja - Seminar Psikologi & Kemanusiaan. *Psychology Forum UMM*, 582-596.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1).
- Nugraheni, P. N. (2003). Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja. *Jurnal Psikologi UMS*.
- Rianto. (2013). Hubungan antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Kab. Dhamasraya di Yogyakarta. *Empathy: Jurnal Fakultas Psikologi*, 2(1).
- Rukaiyah. (2016). Hubungan Kontrol Diri dengan Kecanduan Game Online Pada Remaja di SMA Negeri 1 IDI Rayeuk. *Fakultas Psikologi Universitas Medan Area*.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78. doi:<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Saputra, D. M. (2014). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Sgresif Pada Anggota Kepolisian. *Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Bina Dharma*.

- Sari, R. (2011). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Kecanduan Internet Pada Remaja Pengguna Facebook. *Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara*.
- Sugiyono. (2010). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna, & Rakhmat, M. F. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 72(2), 271-322. doi:https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x
- Thohiroh, A. Q. (2015). Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Triyaningsih, E. (2011). Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Psikologi*.
- Ulfah, T. A. (2013). *Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa yang Mengunjungi Tempat Hiburan Malam Ditinjau dari Motif Afiliasi*. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Semarang.
- Vosgerau, J., Scopelliti, I., & Huh, Y. (2019). Exerting Self-Control \neq Sacrificing Pleasure. *Journal of Consumer Research*.
- Wells, W. D., & Tigert, D. J. (1971). Activities, Interests, and Opinions. *Journal of Advertising Research*, 11(4), 27-35.
- Wu, J. (2022). The Effect of Social Exclusion on College Students' Self-control Consumption Behavior. *Academic Journal of Business and Management*, 4(6), 69-73.
- Yue, P., Yin, Z., & Zhou, H. (2022). The Rise of Digital Finance: Financial Inclusion or Debt Trap. *arXiv preprint arXiv:2201.09221*.
- Zhang, X. (2021). *Research on the Relationship Between Self-control and Impulsive Consumption of College Students*. Atlantis Press.



LAMPIRAN

Lampiran 1

Skala Penelitian

Kuesioner Penelitian Nadra Khairunnisa Nasution

Perkenalkan, saya Nadra Khairunnisa Nasution, Mahasiswi Program Studi Psikologi Universitas Medan Area yang sedang melakukan pengambilan data untuk penelitian.

Saya bermaksud mengundang teman-teman berpartisipasi untuk mengisi kuesioner penelitian saya. Oleh karena itu, saya mohon kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini apabila teman-teman memenuhi kriteria di bawah ini:

- Mahasiswa aktif angkatan 2022 Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
- Pengguna aplikasi Shopee.
- Pengguna fitur Shopee *PayLater* secara berulang lebih dari 3 kali.

Apabila teman-teman bersedia untuk berpartisipasi dalam kuesioner ini, mohon untuk menekan tombol next atau 'berikutnya'.

Terima kasih, salam hangat

Peneliti: Nadra Khairunnisa Nasution

Informed Consent

Mohon untuk mengisi formulir di bawah ini setelah teman-teman membaca lembar penjelasan penelitian pada laman sebelumnya.

Terima kasih telah mempertimbangkan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Silakan memberikan tanda ceklis (✓) dengan mengklik kotak pada setiap pernyataan di bawah ini sebagai bentuk persetujuan terhadap isi pernyataan tersebut.

Perlu diperhatikan, apabila teman-teman **tidak memberikan persetujuan** pada salah satu pernyataan, maka teman-teman **tidak memenuhi kriteria** untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini.

Berikan Tanda Ceklis (✓)

- ☐ Saya telah membaca dan memahami informasi yang ditulis pada Lembar Penjelasan Penelitian untuk penelitian yang disebutkan di atas.
- ☐ Saya memberikan persetujuan kepada peneliti untuk menyimpan dan memproses data yang saya berikan.
- ☐ Saya memahami kriteria dan karakteristik partisipan yang menjadi syarat partisipasi dalam penelitian ini dan saya memenuhi kriteria tersebut.

Bagian 1

Selamat datang di bagian pertama dalam skala ini.

Petunjuk: Pada setiap nomor, bacalah pernyataan dengan seksama. Kemudian, pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan diri anda. Perlu diingat bahwa **tidak ada jawaban yang benar atau salah.**

Setiap bagian kuesioner ini terdiri dari 4 pilihan jawaban sebagai berikut:

STS: Sangat Tidak Sesuai

TS: Tidak Sesuai

S: Sesuai

SS: Sangat Sesuai

Selamat Mengerjakan!

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya mampu mengendalikan diri agar tidak tergoda menggunakan Shopee Paylater hanya karena dorongan sesaat.				
2.	Baik saat senang maupun tertekan, dorongan memakai Shopee Paylater tidak mudah memengaruhi saya.				
3.	Saya jarang menggunakan Shopee Paylater untuk membeli barang secara tiba-tiba tanpa perencanaan.				
4.	Setiap kali ingin memakai Shopee Paylater, keputusan tersebut selalu saya pikirkan matang-matang.				
5.	Barang yang saya beli dengan Shopee Paylater selalu merupakan barang yang benar-benar dibutuhkan.				
6.	Pembelian barang yang tidak penting lewat Shopee Paylater hampir tidak pernah saya lakukan.				
7.	Tidak jarang Shopee Paylater saya gunakan untuk membeli banyak barang tanpa memikirkan fungsinya.				

8.	Saya membeli barang dalam jumlah besar lewat Shopee Paylater tanpa pertimbangan matang.				
9.	Tidak semua tren saya ikuti dengan membeli barang lewat Shopee Paylater.				
10.	Saat menggunakan Shopee Paylater, saya lebih mengutamakan kebutuhan daripada sekadar ikut-ikutan tren.				
11.	Shopee Paylater saya pakai untuk memuaskan keinginan yang sifatnya sementara.				
12.	Keinginan untuk merasa senang membuat saya sulit menahan diri agar tidak langsung membeli barang lewat Shopee Paylater.				
13.	Demi bisa diterima dalam pergaulan, kadang Shopee Paylater digunakan untuk membeli barang tren.				
14.	Ada dorongan untuk menggunakan Shopee Paylater agar tetap terlihat menarik di lingkungan sosial.				
15.	Kadang muncul godaan untuk menggunakan Shopee Paylater tanpa rencana.				
16.	Seringkali barang terbeli secara mendadak lewat Shopee Paylater tanpa pertimbangan yang jelas.				
17.	Menghindari belanja berlebihan dengan Shopee Paylater adalah hal yang bisa saya kendalikan.				
18.	Manfaat jangka panjang selalu menjadi pertimbangan sebelum saya membeli sesuatu dengan Shopee Paylater.				
19.	Ada kalanya saya tergoda membeli barang yang sebenarnya kurang penting menggunakan Shopee Paylater.				
20.	Terkadang Shopee Paylater tetap saya gunakan untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan.				
21.	Saya hanya menggunakan Shopee Paylater untuk memenuhi kebutuhan, bukan karena ingin sesaat.				
22.	Menunda pembelian lebih saya pilih daripada menggunakan Shopee Paylater demi kesenangan sesaat.				
23.	Saat mood tidak baik, sulit menahan diri agar tidak belanja dengan Shopee Paylater.				
24.	Saya memakai Shopee Paylater tanpa pertimbangan yang matang hanya karena menginginkan suatu barang.				

Bagian 2

Selamat datang di bagian pertama dalam skala ini.

Petunjuk: Pada setiap nomor, bacalah pernyataan dengan seksama. Kemudian, pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan diri anda. Perlu diingat bahwa **tidak ada jawaban yang benar atau salah.**

Setiap bagian kuesioner ini terdiri dari 4 pilihan jawaban sebagai berikut:

STS: Sangat Tidak Sesuai

TS: Tidak Sesuai

S: Sesuai

SS: Sangat Sesuai

Selamat Mengerjakan!

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Kadang memilih bayar nanti dengan <i>PayLater</i> terasa lebih menggiurkan daripada menunggu bulan depan.				
2.	Keinginan belanja sering sulit saya redam meski tahu kondisi keuangan belum memungkinkan.				
3.	Saya mampu menahan diri saat tergoda membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan.				
4.	Promo menarik dari Shopee <i>PayLater</i> tidak mudah membuat saya goyah.				
5.	Jika dirasa mengganggu keuangan, <i>PayLater</i> sebisa mungkin saya hindari.				
6.	Saya berusaha agar penggunaan fitur cicilan ini tidak menimbulkan beban utang.				
7.	Tidak jarang batas penggunaan yang sudah ditetapkan malah saya langgar sendiri.				
8.	Saat belanja menggunakan <i>PayLater</i> , aturan pribadi sering kali saya abaikan.				

9.	Ada kalanya tagihan <i>PayLater</i> saya tunda karena lupa atau kurang perencanaan.				
10.	Jadwal pembayaran belum tentu saya kelola dengan baik setiap saat.				
11.	Fitur <i>PayLater</i> kadang membuat saya membeli barang tanpa banyak pertimbangan.				
12.	Konsekuensi jangka panjang dari pembelian sering kali luput dari perhatian saya.				
13.	Belanja <i>online</i> sering menyita waktu hingga saya menunda pekerjaan penting.				
14.	Fokus pada kegiatan produktif bisa terganggu hanya karena terlalu memikirkan belanja.				
15.	Diskon sering membuat saya tergoda untuk membeli, meskipun barangnya tidak dibutuhkan.				
16.	Dalam perencanaan keuangan bulanan, penggunaan <i>PayLater</i> jarang saya prioritaskan.				
17.	Sebelum membeli barang lewat <i>PayLater</i> , kebutuhan dan urgensinya selalu saya pikirkan terlebih dahulu.				
18.	Keputusan untuk mencicil barang bukan hal yang saya ambil secara impulsif.				
19.	Tanggung jawab untuk membayar cicilan tepat waktu adalah hal yang selalu saya pegang.				
20.	Saya atur keuangan sedemikian rupa agar cicilan tidak mengganggu aktivitas akademik.				
21.	Meski ada kemudahan <i>PayLater</i> , saya tetap berusaha menjaga pola belanja yang sehat.				
22.	Pengeluaran bulanan termasuk cicilan <i>PayLater</i> saya catat secara teratur.				
23.	Belanja lewat <i>PayLater</i> kadang terjadi tanpa perencanaan yang matang.				
24.	Sering kali saya lupa menyesuaikan belanja dengan kondisi anggaran saat itu.				
25.	Menabung lebih saya prioritaskan dibanding langsung membeli lewat <i>PayLater</i> .				
26.	Jika belum memiliki uang tunai, keinginan belanja biasanya bisa saya tunda.				
27.	Tugas kuliah tetap saya kerjakan meskipun tergoda membuka aplikasi belanja.				

28.	Antara kebutuhan akademik dan keinginan konsumtif, saya berusaha menjaga keseimbangan.				
29.	Meskipun menggunakan <i>PayLater</i> , target menabung tetap saya usahakan.				
30.	Konsistensi dalam menabung tetap saya jaga, bahkan saat harus membayar cicilan.				
31.	Meski sudah ada tagihan, terkadang <i>PayLater</i> tetap saya gunakan untuk belanja.				
32.	Risiko jangka panjang dari penggunaan <i>PayLater</i> sering kali tidak saya pikirkan dengan serius.				
33.	Penggunaan Shopee <i>PayLater</i> sudah saya batasi, dan saya berusaha konsisten mematuhi.				
34.	Hanya saat sesuai dengan aturan pribadi, Shopee <i>PayLater</i> saya gunakan.				
35.	Saya punya rencana jangka panjang dalam memanfaatkan fitur <i>PayLater</i> secara bijak.				
36.	Setiap pembelian lewat cicilan selalu saya sesuaikan dengan anggaran bulanan.				
37.	Terkadang rencana menabung gagal karena dana habis untuk bayar cicilan <i>PayLater</i> .				
38.	Keinginan belanja <i>online</i> sering membuat saya kehilangan arah dalam mengatur target keuangan.				
39.	Saat notifikasi promo muncul, godaan untuk belanja memang kerap datang.				
40.	Barang sering saya checkout secara mendadak, bahkan tanpa berpikir panjang.				

Lampiran 2

Scoring Data Penelitian

Perilaku Konsumtif																								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	Total
3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	57
2	3	3	2	1	4	2	3	2	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	1	1	4	4	69
2	3	1	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	1	1	2	55
2	3	2	1	4	4	3	1	2	1	4	3	1	1	3	1	1	2	4	1	3	1	1	1	50
3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	62
1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	3	2	1	1	3	2	1	1	2	1	35
1	1	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
3	2	2	3	3	3	2	4	3	2	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	3	3	1	1	1	1	52
1	1	3	1	3	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	37
1	1	1	1	1	3	4	4	3	1	3	1	1	1	1	1	4	2	1	2	2	3	2	4	48
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	1	1	4	1	1	1	1	1	39
2	1	1	1	1	1	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	61
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
2	3	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	53
1	1	1	1	4	1	1	1	4	4	1	1	1	1	3	2	2	1	1	4	3	1	1	1	42
1	1	1	1	1	1	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	1	3	4	2	1	3	4	55
3	3	2	1	1	1	3	4	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	48
3	3	3	2	2	2	2	4	3	1	4	4	4	4	4	3	3	1	4	2	3	3	4	4	72
3	3	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	2	3	2	2	1	1	1	38
2	2	2	1	3	4	3	2	2	3	3	3	1	1	3	3	2	2	3	3	2	1	4	4	59
1	1	1	1	2	3	2	1	4	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	35
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	25
2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	43
2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	34
2	2	3	2	3	3	3	1	1	2	2	2	4	1	2	3	1	2	3	3	2	1	1	2	51
1	2	4	4	2	4	1	1	2	1	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	1	2	2	49

1	1	1	1	2	2	3	2	1	1	4	4	3	3	3	3	1	1	4	4	1	3	2	2	53
2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	38
2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	56
2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	60
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	30
3	2	2	1	1	1	4	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	37
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
2	2	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	53
2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	1	3	1	1	1	1	2	3	49
1	3	4	1	1	2	3	2	4	4	2	2	1	1	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	63
3	2	4	1	2	2	2	4	3	1	1	4	3	1	4	3	3	2	4	4	2	1	1	1	58
4	2	1	3	4	3	2	4	4	4	4	2	2	1	4	3	4	1	3	4	2	4	2	1	68
1	2	4	4	2	4	1	1	2	1	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	1	2	2	49
1	1	1	1	2	2	3	2	1	1	4	4	3	3	3	3	1	1	4	4	1	3	2	2	53
2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	38
2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	56
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
2	3	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	53
1	1	1	1	4	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	4	3	1	1	42
1	1	1	1	1	1	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	1	3	4	2	1	3	55
3	3	2	1	1	1	3	4	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	48
3	3	3	2	2	2	2	4	3	1	4	4	4	4	4	3	3	1	4	2	3	3	4	4	72
3	3	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	2	3	2	2	1	1	1	38
1	1	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
3	2	2	3	3	3	2	4	3	2	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1	3	3	1	1	1	52
1	1	3	1	3	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	1	37
1	1	1	1	1	3	4	4	3	1	3	1	1	1	1	1	4	2	1	2	2	3	2	4	48
3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	62
1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	3	2	1	1	3	2	1	1	2	1	35
1	1	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
3	2	2	3	3	3	2	4	3	2	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	3	3	1	1	1	1	52
2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	43

Self-Control

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	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	Total	
2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	101	
1	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1	3	3	3	1	3	2	4	4	4	4	4	1	1	4	2	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	1	1	1	1	98	
2	2	3	3	3	3	4	2	3	2	2	2	4	4	2	1	4	4	3	3	4	3	2	1	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	120
3	2	3	4	3	4	3	4	3	2	4	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	115	
1	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	1	2	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	99	
3	1	3	3	4	4	3	4	4	1	3	4	3	3	2	2	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	1	2	2	124		
4	2	2	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	2	2	1	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	134	
1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	1	1	1	3	2	2	3	1	2	2	1	80	
1	1	4	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	102		
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	2	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	140		
1	3	3	1	4	4	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	2	3	3	1	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	1	1	1	2	92	
2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	100	
1	1	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	1	1	1	1	100	
4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	151		
2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	112	
4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	3	1	1	4	4	4	4	4	1	1	1	1	4	3	4	1	1	1	4	4	4	117	
4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	114	
2	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	96	
1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	2	4	3	2	2	2	2	3	1	1	85		
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	120	
1	2	3	2	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	4	4	3	2	1	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	1	1	106	
4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	2	3	1	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	1	4	4	2	4	4	127	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	154		
2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	4	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	120	
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1	2	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	3	2	3	123	
2	3	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	109	
2	2	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	1	3	1	4	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	2	107		
1	2	2	1	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	1	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	1	1	1	3	118	
4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	133		
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	98	
2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	108	
3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	134		
2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	141		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	156		
2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	100	
3	1	3	2	1	3	1	2	3	1	2	2	4	1	4	1	3	2	3	3	2	4	4	1	2	1	1	2	4	1	4	4	1	4	3	1	4	4	4	2	98	
3	3	1	2	1	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	3	2	2	1	1	3	3	4	1	1	1	2	2	4	1	2	3	4	1	1	4	1	2	2	1	86	
4	2	2	4	1	4	2	2	3	3	4	1	3	4	4	2	1	3	2	3	4	1	1	4	1	4	1	4	3	3	3	1	4	1	1	1	2	4	4	104		
1	3	3	1	1	4	4	4	1	2	2	3	2	3	3	2	2	1	1	1	1	2	2	3	2	1	4	4	1	1	4	1	3	3	2	3	4	1	4	2	92	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	154		
2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	120	
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1	2	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	3	2	3	123	
2	3	3	4	4	4																																				

4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	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	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Lampiran 3

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Reliability

Scale: prilaku konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	61	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	61	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PK1	1.80	.853	61
PK2	1.77	.783	61
PK3	1.80	.928	61
PK4	1.52	.766	61
PK5	1.84	.934	61
PK6	2.21	1.035	61
PK7	2.10	1.060	61
PK8	2.07	1.263	61
PK9	2.07	.998	61
PK10	1.74	.874	61
PK11	2.33	1.165	61
PK12	2.34	1.109	61
PK13	2.00	1.095	61
PK14	1.95	1.102	61
PK15	2.54	1.089	61
PK16	2.16	1.019	61

PK17	1.87	.922	61
PK18	1.64	.731	61
PK19	2.61	1.021	61
PK20	2.30	1.101	61
PK21	1.87	.785	61
PK22	1.77	.956	61
PK23	1.98	.975	61
PK24	1.95	1.117	61

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	46.43	163.249	.502	.898
PK2	46.46	165.719	.426	.899
PK3	46.43	165.349	.365	.900
PK4	46.70	165.445	.451	.899
PK5	46.39	168.076	.346	.903
PK6	46.02	170.250	.133	.906
PK7	46.13	162.349	.424	.899
PK8	46.16	153.439	.635	.894
PK9	46.16	169.973	.152	.905
PK10	46.49	167.454	.396	.902
PK11	45.90	154.257	.667	.893
PK12	45.89	156.770	.609	.895
PK13	46.23	158.180	.564	.896
PK14	46.28	157.504	.586	.896
PK15	45.69	154.118	.725	.892
PK16	46.07	156.696	.673	.894
PK17	46.36	159.034	.647	.895
PK18	46.59	166.079	.440	.899
PK19	45.62	157.772	.628	.895
PK20	45.93	157.129	.601	.895
PK21	46.36	165.668	.427	.899
PK22	46.46	163.686	.422	.899
PK23	46.25	157.955	.654	.894
PK24	46.28	155.738	.643	.894

$$24 - 2 = 22 \times 4 + 22 \times 1 / 2 = 55$$

Reliability

Scale: *self-control*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	61	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	61	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	40

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SC1	2.43	1.072	61
SC2	2.43	.957	61
SC3	2.87	.785	61
SC4	2.84	1.036	61
SC5	3.11	.985	61
SC6	3.34	.793	61
SC7	2.84	.952	61
SC8	2.69	1.025	61
SC9	2.80	1.046	61
SC10	2.52	1.074	61
SC11	2.77	1.039	61
SC12	2.51	1.010	61
SC13	2.92	.971	61
SC14	2.75	.977	61
SC15	2.57	1.008	61
SC16	2.10	.943	61
SC17	2.97	.912	61
SC18	2.80	.853	61
SC19	3.26	.772	61

SC20	3.25	.767	61
SC21	3.25	.830	61
SC22	3.23	.716	61
SC23	2.74	1.063	61
SC24	2.41	1.055	61
SC25	3.03	.966	61
SC26	2.80	.872	61
SC27	3.18	.785	61
SC28	3.23	.643	61
SC29	3.23	.693	61
SC30	3.08	.936	61
SC31	2.84	1.003	61
SC32	2.85	1.014	61
SC33	3.15	.727	61
SC34	3.03	.795	61
SC35	2.93	.946	61
SC36	3.23	.824	61
SC37	2.61	1.005	61
SC38	2.52	.868	61
SC39	2.61	1.069	61
SC40	2.59	1.070	61

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SC1	111.89	355.070	.619	.930
SC2	111.89	359.837	.564	.930
SC3	111.44	365.117	.516	.931
SC4	111.48	362.687	.443	.932
SC5	111.20	359.861	.546	.931
SC6	110.97	366.299	.471	.931
SC7	111.48	357.354	.638	.930
SC8	111.62	352.072	.730	.929
SC9	111.51	351.154	.739	.929
SC10	111.79	357.104	.566	.930
SC11	111.54	350.652	.758	.928
SC12	111.80	358.061	.579	.930

SC13	111.39	363.843	.444	.932
SC14	111.56	360.517	.532	.931
SC15	111.74	360.497	.515	.931
SC16	112.21	381.404	-.029	.936
SC17	111.34	366.896	.386	.932
SC18	111.51	384.521	-.120	.936
SC19	111.05	366.914	.463	.931
SC20	111.07	365.962	.500	.931
SC21	111.07	365.229	.482	.931
SC22	111.08	373.610	.256	.933
SC23	111.57	356.715	.582	.930
SC24	111.90	358.623	.538	.931
SC25	111.28	358.471	.597	.930
SC26	111.51	362.454	.542	.931
SC27	111.13	370.883	.321	.932
SC28	111.08	370.477	.417	.932
SC29	111.08	371.310	.353	.932
SC30	111.23	361.413	.532	.931
SC31	111.48	357.387	.602	.930
SC32	111.46	354.519	.672	.929
SC33	111.16	372.673	.386	.933
SC34	111.28	372.604	.260	.933
SC35	111.38	368.539	.324	.933
SC36	111.08	369.343	.353	.932
SC37	111.70	356.611	.622	.930
SC38	111.79	363.870	.501	.931
SC39	111.70	359.911	.497	.931
SC40	111.72	350.371	.741	.928

$$40 - 4 = 36 \times 4 + 36 \times 1 / 2 = 90$$

Lampiran 4

Hasil Analisis Data

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		prilaku konsumtif	self-control
N		61	61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	74.66	73.75
	Std. Deviation	12.450	17.415
Most Extreme Differences	Absolute	.100	.109
	Positive	.092	.109
	Negative	-.100	-.067
Test Statistic		.121	.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200	.171

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
prilaku konsumtif * self-control	61	100.0%	0	0.0%	61	100.0%

Report

prilaku konsumtif

<i>self-control</i>	Mean	N	Std. Deviation
73	52.50	2	19.092
77	57.00	2	16.971
79	66.00	1	.
84	64.00	2	11.314
86	62.00	1	.
89	68.00	2	2.828
90	62.50	6	9.649
91	61.00	1	.
92	64.33	3	9.074
93	55.00	3	15.133
96	84.00	2	16.971
97	69.50	2	3.536
98	65.00	1	.
99	69.00	2	9.899
100	63.00	1	.
101	70.00	1	.
103	62.00	3	7.937
108	62.00	1	.
110	59.25	4	7.500
111	82.00	2	2.828
112	59.50	2	2.121
114	63.00	1	.
116	59.50	2	23.335
120	62.00	4	16.733
122	79.00	2	15.556
126	65.00	1	.
128	72.00	2	.000
138	70.33	3	13.577
140	75.00	2	4.243
Total	74.66	61	12.450

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
prilaku konsumtif * <i>self-control</i>	Between Groups	(Combined)	4704.187	28	168.007	1.170	.000
		Linearity	2539.663	1	2539.663	17.684	.000
		Deviation from Linearity	2164.524	27	80.168	.558	.937
	Within Groups		4595.583	32	143.612		
	Total		9299.770	60			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
prilaku konsumtif * <i>self-control</i>	-.623	.388	.711	.506

Correlations

Correlations

		prilaku konsumtif	<i>self-control</i>
prilaku konsumtif	Pearson Correlation	1	-.623**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	61	61
<i>self-control</i>	Pearson Correlation	-.623**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	61	61

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

Lampiran 5

Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PSIKOLOGI
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi 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 : 2111/FPSI/01.10/VI/2025
Lampiran : -
Hal : Penelitian

18 Juni 2025

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 **Fakultas Psikologi Universitas Medan Area** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Nadra Khairunnisa Nasution
Nomor Pokok Mahasiswa : 218600291
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul **"Hubungan Self Control dengan Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area"** Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di **Fakultas Psikologi 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 **Yunita, S.Pd, M.Psi, Kons.**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak 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 Universitas yang Bapak pimpin.


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

A.n Dekan,
Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik
& Gugus Laminan Mutu


Laili Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arslip





UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8225331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor :1154/UMA/B/01.7/VII/2025


Rector Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nadra Khairunnisa Nasution
No.Pokok Mahasiswa : 218600291
Program Studi : Psikologi

Benar telah selesai Pengambilan Data di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area dan jangka waktu penelitian dengan Judul Skripsi "**Hubungan Self Control dengan Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area**".

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan Skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya

Medan, 08 Juli 2025
a.n Rector
Wakil Rector Bidang Mutu SDM & Perekonomian,

Dr. Dedi Sahputra, S.Sos, MA

CC :
- Arsip

