

**PERBEDAAN KONTROL DIRI PADA MAHASISWA DI KOTA
MEDAN YANG MELAKUKAN *ONLINE COMPULSIVE
BUYING* DITINJAU DARI JENIS KELAMIN**

SKRIPSI

OLEH :
DINDA MELINDA
218600166



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/1/26

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

Access From (repositori.uma.ac.id)5/1/26

**PERBEDAAN KONTROL DIRI PADA MAHASISWA DI KOTA
MEDAN YANG MELAKUKAN *ONLINE COMPULSIVE
BUYING* DITINJAU DARI JENIS KELAMIN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/1/26

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

Access From (repositori.uma.ac.id)5/1/26

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perbedaan Kontrol Diri Pada Mahasiswa di Kota Medan yang Melakukan *Online Compulsive Buying* Ditinjau dari Jenis Kelamin

Nama : Dinda Melinda

NPM : 218600166

Fakultas : Psikologi

Disetujui Oleh

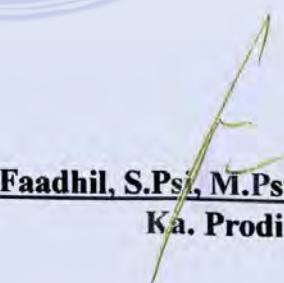
Komisi Pembimbing



Emma Fauziah Saragih, S.Psi, M.Psi
Pembimbing



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



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

Tanggal disetujui: 26 Agustus 2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/1/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)5/1/26

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.



218600166

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dinda Melinda

NPM : 218600166

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Psikologi

Jenis Karya : Skripsi

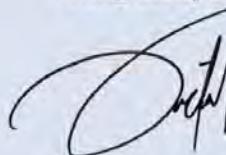
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul: Perbedaan Kontrol Diri pada Mahasiswa di Kota Medan yang Melakukan *Online Compulsive Buying* Ditinjau dari Jenis Kelamin. 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: 26 Agustus 2025

Yang menyatakan



(Dinda Melinda)

ABSTRAK

PERBEDAAN KONTROL DIRI PADA MAHASISWA DI KOTA MEDAN YANG MELAKUKAN *ONLINE COMPULSIVE BUYING* DITINJAU DARI JENIS KELAMIN

Dinda Melinda
218600166

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kontrol diri pada mahasiswa di kota Medan yang melakukan *online compulsive buying* ditinjau dari jenis kelamin. Penelitian menggunakan metode kuantitatif komparatif dengan populasi mahasiswa pria dan wanita yang berusia 18-25 tahun. Sampel berjumlah 128 orang, terdiri dari 67 mahasiswa wanita dan 61 mahasiswa pria, dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Instrumen penelitian menggunakan skala *online compulsive buying* yang disusun berdasarkan teori Andreassen et al. serta skala kontrol diri berdasarkan teori Tangney et al. Hasil uji validitas pada skala *online compulsive buying* menunjukkan seluruh butir dinyatakan valid dengan nilai r hitung antara 0.047 - 0.866 ($p > 0.03$), serta reliabilitas *Cronbach's alpha* sebesar 0.936. Pada skala kontrol diri menunjukkan seluruh butir dinyatakan valid dengan nilai r hitung antara 0.065 - 0.801 ($p > 0.03$) dan reliabilitas *Cronbach's alpha* sebesar 0.960. Analisis data menggunakan uji *t-test*, dengan hasil signifikan $0.022 < 0.05$. Hal ini menunjukkan terdapat perbedaan kontrol diri yang signifikan antara mahasiswa pria dan wanita. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kontrol diri mahasiswa wanita lebih rendah dibandingkan mahasiswa pria, dengan selisih rata-rata sebesar 6.36.

Kata Kunci: *jenis kelamin; kontrol diri; mahasiswa pria; mahasiswa wanita; online compulsive buying*

ABSTRACT

Differences In Self-Control Among College Students In Medan Engaging In Online Compulsive Buying Based On Gender

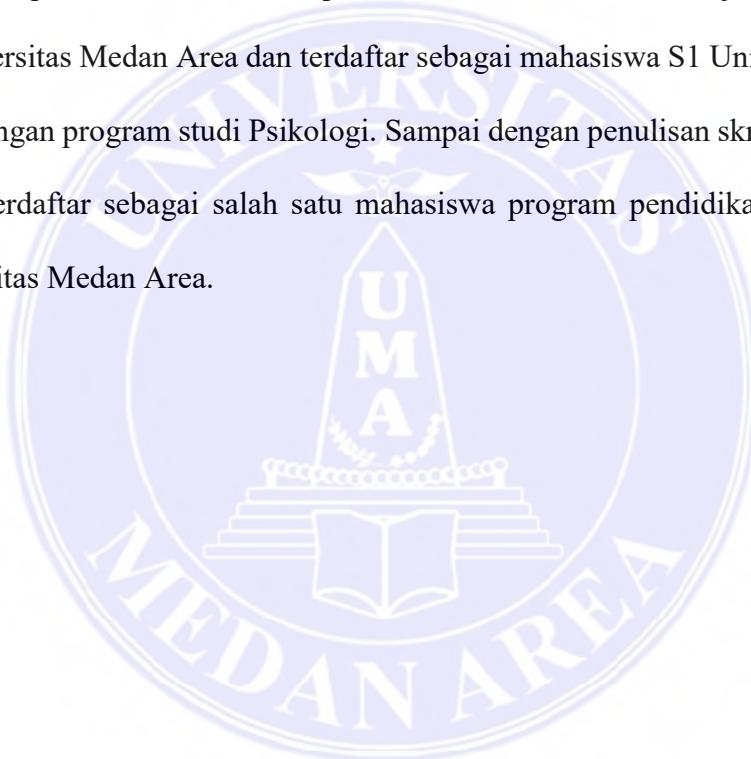
Dinda Melinda
218600166

This study aims to examine differences in self-control among college students in Medan who engage in online compulsive buying based on gender. The research used a quantitative comparative method with a population of male and female college students aged 18–25 years. The sample consisted of 128 students, including 67 female students and 61 male students, selected through accidental sampling. Data were collected using the online compulsive buying scale, developed from Andreassen et al., and the self-control scale, developed from Tangney et al. The validity test of the online compulsive buying scale showed item-total correlation values ranging from 0.047 to 0.866 ($p > 0.03$) with Cronbach's alpha of 0.936, while the self-control scale showed values ranging from 0.065 to 0.801 ($p > 0.03$) with Cronbach's alpha of 0.960. Data were analyzed using an independent t-test, yielding a significance value of $0.022 < 0.05$. The results indicate a significant difference in self-control between male and female college students. Female students were found to have lower self-control than male students, with a mean difference of 6.36.

Keywords: gender; self-control; male college students; female college students; online compulsive buying.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Dinda Melinda lahir di Medan pada 20 Mei 2003. Putri dari bapak Iwan Adi S dan ibu Repelitawati. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Penulis memulai Pendidikan formal di SD Swasta Eria dan lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan di SMP Harapan 1 Medan dan lulus pada tahun 2018. Setelah itu penulis melanjutkan Pendidikan di SMA Harapan 1 Medan dan lulus pada tahun 2021. Penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Medan Area dan terdaftar sebagai mahasiswa S1 Universitas Medan Area dengan program studi Psikologi. Sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai salah satu mahasiswa program pendidikan S1 Psikologi Universitas Medan Area.



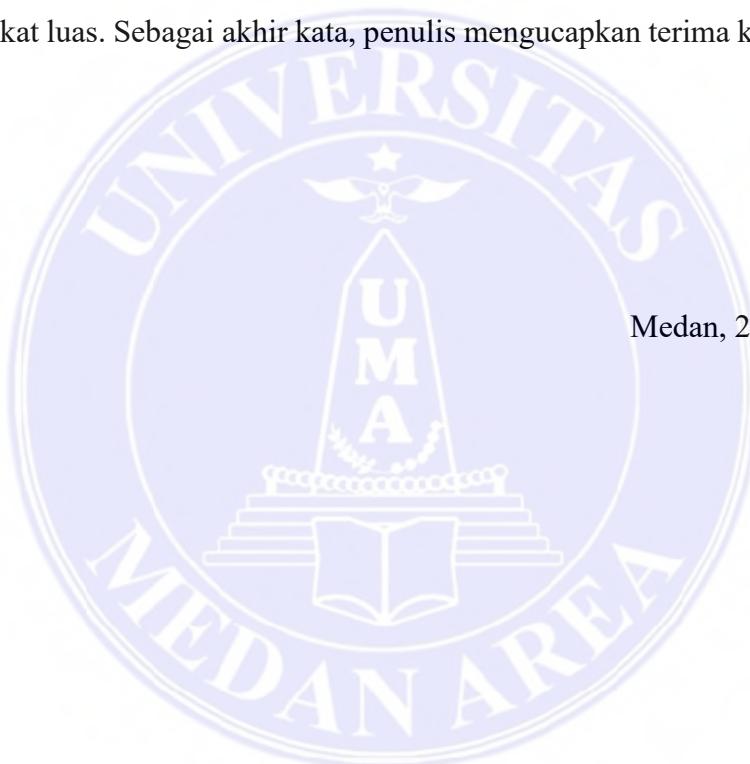
KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian ini mengangkat tema mengenai Kontrol Diri dan *Online Compulsive Buying* dengan judul “Perbedaan Kontrol Diri pada Mahasiswa di Kota Medan yang Melakukan *Online Compulsive Buying* Ditinjau dari Jenis Kelamin”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat sejumlah kekurangan, dan penulis berharap dapat terus mengembangkan diri dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari. Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan, masukan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Terima kasih saya sampaikan kepada: Prof. Dr. Dadan Ramadan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area; Ibu Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area; Bapak Faadhil, S.Psi, M.Psi., Psikolog selaku Kaprodi Fakultas Psikologi; Ibu Emma Fauziah S. M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing; Bapak Yudistira Fauzy Indrawan, S.Psi., M.A, Ph.D selaku ketua penguji; Ibu Dr. Ummu Khuzaimah, S.Psi., M.Psi selaku dosen pemberi banding; Ibu Fikriyah Iftinan Fauzi, S.Psi., M.Psi selaku sekretaris penguji.

Saya juga mengucapkan terima kasih kepada mama, papa, dan abang Ricky dan abang Irfan yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, serta semangat tanpa henti selama proses pendidikan ini. Mereka selalu menjadi sumber inspirasi dan kekuatan saya. Saya juga berterima kasih kepada Dilla, Ara, Oci, Naia selaku teman yang telah memberikan semangat, ide konstruktif, dan kebersamaan yang sangat berarti sepanjang perjalanan ini.

Penulis berdoa agar Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat dan petunjuk-Nya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat membawa manfaat bagi semua kalangan. Dengan menyadari bahwa karya ini masih belum sempurna, penulis sangat terbuka terhadap segala kritik dan saran konstruktif sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis agar skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif, baik dalam bidang pendidikan maupun bagi masyarakat luas. Sebagai akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus.



Medan, 26 Agustus 2025

Peneliti

Dinda Melinda

218600166

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iii
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Hipotesis Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
II. TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 <i>Online Compulsive Buying</i>	15
2.1.1 Pengertian <i>Online Compulsive Buying</i>	15
2.1.2 Karakteristik <i>Compulsive Buying</i>	17
2.1.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Compulsive Buying</i>	19
2.1.4 Dampak <i>Compulsive Buying</i>	22
2.1.5 Tahapan <i>Compulsive Buying</i>	23
2.1.6 Dimensi <i>Compulsive Buying</i>	24
2.2 Kontrol Diri	26
2.2.1 Pengertian Kontrol Diri	26
2.2.2 Faktor-faktor Kontrol Diri	27
2.2.3 Tipe-tipe Kontrol Diri	29
2.2.4 Dimensi Kontrol Diri	30
2.3 Mahasiswa	31
2.4 Perbedaan Kontrol Diri dengan <i>Compulsive Buying</i> Terhadap Mahasiswa Ditinjau dari Jenis Kelamin	33
2.5 Kerangka Konseptual	36
III. METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.2 Bahan dan Alat	38
3.2.1 Bahan	38
3.2.2 Alat	40
3.3 Metodologi Penelitian	40
3.4 Analisis Data	41
3.5 Uji Coba Alat Ukur	42
3.6 Populasi dan Sampel	44
3.6.1 Populasi	44
3.6.2 Sampel	45

UNIVERSITAS MEDAN AREA

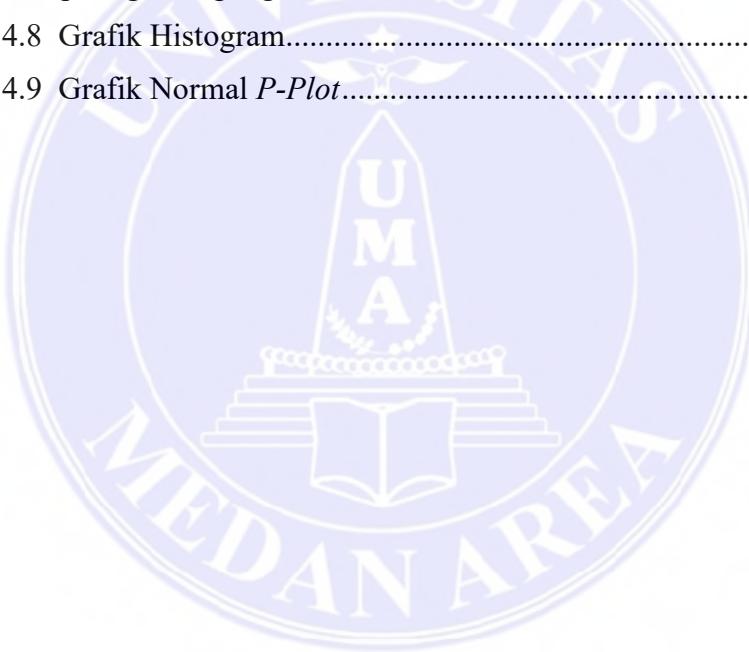
3.7 Prosedur Kerja.....	45
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Rata-rata Skala Pervariabel.....	47
4.1.2 Karakteristik Responden.....	50
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.2.1 Uji Validitas.....	57
4.2.2 Uji Reliabilitas	59
4.3 Uji Normalitas.....	61
4.4 Uji Homogenitas	64
4.5 Uji t	66
4.6 Pembahasan.....	67
4.6.1 Perbedaan Kontrol Diri pada Mahasiswa di Kota Medan yang Melakukan <i>Online Compulsive Buying</i> Ditinjau dari Jenis Kelamin	67
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian	37
Tabel 4.1 Skala <i>Online Compulsive Buying</i> pada Mahasiswa/i dalam Kategori Tinggi	47
Tabel 4.2 Skala <i>Online Compulsive Buying</i> pada Mahasiswa/i dalam Kategori Sedang	48
Tabel 4.3 Skala Kontrol Diri pada Mahasiswa/i dalam Kategori Tinggi.....	49
Tabel 4.4 Skala Kontrol Diri pada Mahasiswa/i dalam Kategori Sedang.....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Skala <i>Online Compulsive Buying</i>	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Skala Kontrol Diri	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Online Compulsive Buying</i>	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Homogenitas.....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Equal Variances Note Assumed Independent Samples Test</i>	65
Tabel 4.12 Hasil Uji t	66
Tabel 4.13 Deskriptif Statistik	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Suku	52
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	53
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Sering dibeli.....	54
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran untuk Berbelanja Perbulan	55
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Platform Belanja Online</i> yang paling sering digunakan	56
Gambar 4.8 Grafik Histogram.....	62
Gambar 4.9 Grafik Normal P-Plot.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	85
Lampiran 2 Kuesioner.....	99
Lampiran 3 Dimensi dan Indikator	105
Lampiran 4 Rata-rata Skala Pervariabel	112
Lampiran 5 Karakteristik Responden.....	114
Lampiran 6 Hasil Analisis Data	116
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	118



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan pengaruh besar terhadap berbagai aspek dalam kehidupan seseorang. Sebagian besar individu memiliki akses untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan melalui perangkat dengan koneksi internet (Waruwu et al., 2024). Kemajuan teknologi tersebut mendorong terjadinya berbagai perubahan yang menyesuaikan dengan situasi, sehingga individu dituntut untuk berinovasi dan menciptakan hal-hal baru. Salah satunya dalam proses jual beli barang. Sebelum ada kemajuan teknologi, kegiatan jual beli barang dilakukan secara langsung seperti di pasar, di toko atau jual beli tatap muka antara pembeli dan penjual. Tetapi seiring dengan adanya kemajuan teknologi manusia mulai menemukan cara yang lebih efektif dan efisien dalam proses jual beli, yaitu dengan *online shopping* (Elmayanti et al., 2023).

Menurut Sari, *online shopping* adalah kegiatan transaksi jual beli barang atau jasa yang dilakukan secara *online* melalui internet tanpa adanya interaksi tatap muka antara penjual dan pembeli (dalam Elmayanti et al., 2023). *Online shopping* memberikan fitur mudah dalam melakukan proses jual beli barang atau jasa. Pembeli hanya perlu membuka situs atau aplikasi *online shopping*, untuk melihat produk yang diinginkan dan mengikuti petunjuk pembelian untuk membeli barang yang disukai (Elmayanti et al., 2023).

Pada *online shopping*, salah satu faktor penting yang memprediksi perilaku pembelian pada konsumen sebenarnya adalah minat pembelian. Konsumen melakukan pembelian berdasarkan pencarian informasi, kualitas produk, serta

evaluasi produk. Proses tersebut mampu memengaruhi peningkatan minat untuk membeli dan membuat keputusan pembelian terhadap barang atau jasa tersebut (Seftila et al., 2021).

Keinginan untuk melakukan pembelian timbul ketika konsumen merasa tertarik dan memiliki keinginan untuk mencoba atau menggunakan produk yang dilihatnya. Informasi tentang produk menjadi dasar dalam proses pembelian, yang selanjutnya menimbulkan kebutuhan. Dalam tahap ini, konsumen akan mencari produk yang dimaksud. Selanjutnya, konsumen menilai atau mempertimbangkan produk tersebut sebelum akhirnya mengambil keputusan untuk membeli atau tidak membelinya, jika produk tidak sesuai dengan harapan maka konsumen memiliki kemungkinan untuk menunda pembelian (Dinawan, 2010). Kegiatan berbelanja dilakukan untuk memenuhi kebutuhan primer atau sekunder, tetapi bagi beberapa individu berbelanja dianggap sebagai aktivitas yang menyenangkan dan sering kali digunakan sebagai cara untuk mengelola emosi, mengekspresikan diri, serta membentuk identitas diri (Dittmar, 2005).

Selain untuk memenuhi kebutuhan, ada juga pembelian yang terjadi karena dorongan yang sulit dikontrol oleh pembeli dan kondisi ini disebut sebagai *compulsive buying*. *Compulsive buying* merupakan suatu bentuk kecanduan dalam berbelanja, ketika seseorang merasa memiliki dorongan untuk berbelanja setiap kali keinginan tersebut muncul. Individu yang mengalami *compulsive buying* cenderung kecanduan berbelanja, dalam berbagai situasi. Individu tersebut tidak mampu mengendalikan diri untuk melakukan pembelian (Virly & Balgies, 2023). Menurut Andreassen et al. (2015) *compulsive buying* juga disebut sebagai *oniomania* dan *shopaholism* yang dapat diartikan sebagai suatu bentuk kecenderungan seseorang

yang terlalu berlebihan dalam berbelanja yang didorong oleh keinginan yang tidak terkontrol, dan juga menghabiskan banyak waktu dan upaya untuk berbelanja sehingga mengganggu kegiatan penting lainnya.

Compulsive buying sering dilakukan pada situs atau aplikasi jual beli *online* karena memiliki kemudahan dalam menggunakannya. Promosi menarik yang ditampilkan produsen membuat konsumen memiliki ketertarikan untuk melakukan pembelian yang awalnya tidak direncanakan. Individu dengan perilaku *online compulsive buying* cenderung menghabiskan banyak waktu untuk melakukan aktivitas belanja secara *online*, karena dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun (Duroy et al., 2014). *Online compulsive buying* dapat didefinisikan sebagai kecenderungan untuk terlibat dalam pembelian yang sering dan didorong oleh keinginan yang kuat serta tidak rasional untuk membeli barang (Müller et al., 2015). *Online compulsive buying* merujuk pada perasaan khawatir saat belanja *online* yang didasarkan pada motivasi belanja yang tidak terkendali untuk membeli barang dengan menggunakan internet atau media elektronik secara berulang dan terus menerus. Namun, mengingat adanya kemajuan teknologi dan internet, belanja *online compulsive* merupakan suatu masalah baru yang berkembang (Manchiraju et al., 2016).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan *compulsive buying* dengan gangguan yang bersifat kecanduan, seperti obsesif-kompulsif, dan gangguan suasana hati. Edisi terbaru *Diagnostic and Statistical Manual for Mental Disorders-5* (DSM-5, American Psychiatric Association 2013) telah memasukkan kategori baru kecanduan perilaku. Kecanduan perilaku melibatkan dorongan untuk terlibat dalam perilaku yang berhubungan dengan non-obat meskipun terdapat konsekuensi negatif terhadap kesehatan fisik dan mental, kesejahteraan sosial atau keuangan seseorang.

Salah satu tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh American Psychiatric Association adalah untuk menjelaskan apa yang dianggap sebagai *online compulsive buying* untuk lebih mendukung modifikasi klasifikasi kecanduan perilaku *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (DSM) di masa depan, dengan demikian di masa depan *online compulsive buying* dapat dianggap sebagai kecanduan belanja *online* (Manchiraju et al., 2016).

Menurut *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fifth Edition, Text Revision* (DSM-5-TR), perbedaan jenis kelamin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat prevalensi serta pola munculnya gangguan kecanduan, termasuk kecanduan non-zat seperti perilaku *compulsive buying*. *Gender* dapat berfungsi sebagai faktor yang memengaruhi tingkat kerentanan seseorang terhadap gangguan mental, termasuk gangguan kecanduan. Beberapa bentuk kecanduan cenderung lebih sering dialami oleh pria, sedangkan jenis lainnya lebih umum ditemukan pada wanita, tergantung pada jenis gangguan yang dimaksud. Gangguan penggunaan alkohol merupakan salah satu bentuk kecanduan yang cukup umum. Di Amerika Serikat, prevalensi seumur hidup gangguan ini tercatat lebih tinggi pada pria, yaitu sebesar 36,0%, dibandingkan dengan wanita yang sebesar 22,7%. Selain itu, prevalensi gangguan penggunaan alkohol menurut DSM-IV adalah 4,6% pada individu berusia 12–17 tahun, 16,2% pada usia 18–29 tahun, dan menurun menjadi 1,5% pada kelompok usia 65 tahun ke atas (American Psychiatric Association, 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hartaji (2012), mayoritas pelaku yang memiliki perilaku *compulsive buying* adalah mahasiswa. Menurut Ahmad et al. (2024) mahasiswa sering membeli barang hanya untuk kesenangan pribadi, bukan

karena kebutuhan, bahkan terkadang rela menjual barang-barang pribadinya demi memperoleh barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Seperti beberapa mahasiswa yang diwawancara oleh peneliti rela berbohong kepada orang tua dengan menambah jumlah biaya perkuliahan untuk membeli sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan seperti rokok elektrik, *cosmetic*, dan lain-lain.

Menurut Yusuf (2012) mengatakan bahwa mahasiswa termasuk dalam tahap perkembangan remaja akhir sampai awal masa dewasa yang berada pada kisaran usia 18 hingga 25 tahun. Pada tahap ini, individu dihadapkan pada tugas perkembangan penting, yaitu menetapkan arah dan pendirian hidup. Pendapat ini diperkuat oleh Santrock (2024) bahwa masa dewasa awal merupakan transisi dari remaja menuju kedewasaan, yang ditandai dengan berbagai bentuk eksplorasi dan percobaan diri dalam rentang usia yang sama. Hal tersebut juga sejalan dengan pandangan Arnett (2000), yang menekankan bahwa perkembangan individu antara usia 18 hingga 25 tahun merupakan fase kritis dalam pencarian identitas dan penyesuaian menuju kedewasaan penuh.

Mahasiswa memiliki beberapa tipe tanggung jawab di antaranya adalah tanggung jawab moral yang menjadi kewajiban sebagai generasi penerus bangsa, tanggung jawab sosial yang mencakup sikap toleran, tenggang rasa, kemampuan bekerja sama, dan hidup harmonis di tengah masyarakat, serta tanggung jawab akademik sebagai representasi institusi pendidikan tinggi yang berpotensi membawa nama baik kampus (Marsela & Supriatna, 2019). Selaras dengan hal tersebut, Cahyono (2019) menyatakan bahwa mahasiswa juga memiliki sejumlah peran strategis, antara lain sebagai agen perubahan (*agent of change*), pengontrol

sosial (*social control*), cadangan pemimpin masa depan (*iron stock*), dan kekuatan moral (*moral force*) dalam kehidupan bermasyarakat.

Mahasiswa masuk di dalam masa *emerging adulthood* yang ditandai dengan munculnya *identity exploration, feeling in between, self-focus, instability*, dan *optimism* pada individu. Pada masa *emerging adulthood*, mahasiswa berada dalam fase eksplorasi identitas dan mencari peran serta tujuan hidup yang sesuai dengan *value* dan preferensi mereka. Proses ini seringkali diikuti oleh perubahan gaya hidup, seperti meningkatnya minat terhadap hiburan dan pengalaman baru, serta keinginan untuk menunjukkan identitas sosial melalui barang-barang atau gaya hidup tertentu. Hal ini dapat memengaruhi perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa di masa *emerging adulthood*. Selain itu, pada masa *emerging adulthood*, mereka mengalami perubahan dalam diri mereka sendiri serta membangun kemandirian keuangan dan mengalami perubahan dalam status sosial dan ekonomi, seperti bergabung dengan dunia kerja atau sekolah. Perubahan ini dapat memengaruhi cara mahasiswa dalam menggunakan uang dan memenuhi kebutuhan sosial dan status mereka dengan membeli barang dan jasa yang dianggap penting. Tetapi, penelitian menunjukkan bahwa saat mahasiswa berada dalam masa *emerging adulthood*, mereka lebih banyak menghabiskan uang untuk hiburan dan gaya hidup dari pada untuk kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal (Arnett, 2000).

Mahasiswa yang menunjukkan perilaku *online compulsive buying* cenderung melakukan pembelian secara berlebihan, termasuk mengumpulkan barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan, dan hal tersebut dianggap sebagai kebiasaan yang lumrah. Perilaku ini sering kali dipicu oleh tekanan psikologis dan

masalah emosional, di mana individu yang mengalami *compulsive buying* merasa senang saat berbelanja, namun di saat yang sama juga muncul perasaan cemas dan rasa bersalah setelahnya (Risamana & Suminar, 2017).

Jika *compulsive buying* tetap dilakukan secara terus-menerus, maka akan mengakibatkan beberapa risiko, seperti risiko sosial, psikologis, dan ekonomi. Dan salah satu akibat dari mahasiswa yang melakukan *compulsive buying* adalah ketidakstabilan finansial, sehingga membuat beberapa mahasiswa tidak membayarkan uang kuliah mereka dan juga dapat memengaruhi kehidupan akademiknya (Ahmad et al., 2024). Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Ia mengalami tekanan karena merasa harus selalu mengikuti tren di media sosial, tanpa mempertimbangkan keadaan finansial yang ada. Karenanya, mahasiswa tersebut menggunakan sedikit biaya untuk perkuliahan dan menyebabkan adanya keterlambatan dalam membayar biaya kuliah yang membuat terganggunya kehidupan akademiknya.

Menurut O'Guinn & Faber (1989) terdapat tiga karakteristik dari *compulsive buying*, yaitu *Object attachment*, *Emotional lift*, dan *Remorse*. *Object attachment*, yaitu dorongan kuat seseorang yang didasari oleh motivasi untuk melakukan pembelian. Seperti konsumen yang merasa tertarik untuk membeli barang karena memiliki desain yang menarik, biasanya *object attachment* pada wanita terjadi karena merasa terikat dengan *fashion*, *cosmetic*, atau barang-barang tertentu yang memiliki desain menarik atau cocok dengan selera pribadi. Sedangkan *object attachment* pada pria terjadi karena menyukai *game* yang memungkinkan memiliki keterikatan dengan *platform game* atau perangkat keras *gaming* tertentu. Selanjutnya, *emotional lift*, yaitu pengukuran berdasarkan perasaan positif

seseorang yang dihasilkan setelah melakukan pembelian. Seperti konsumen yang merasa bahagia, puas atau lebih percaya diri setelah membeli barang yang sering memberikan dorongan emosional, biasanya *emotional lift* yang terjadi pada wanita saat mengalami hari buruk memungkinkan untuk membeli barang-barang sebagai cara untuk mengalihkan perhatian dan merasa lebih baik dengan cepat. Tidak jauh berbeda dari *emotional lift* yang terjadi pada wanita, ketika pria membeli barang yang diinginkan meskipun tidak terlalu penting dapat memungkinkan perasaan bahagia dan kepuasan sesaat. Terakhir, *remorse*, yaitu pengukuran yang didasarkan pada perasaan negatif berupa penyesalan yang muncul setelah individu melakukan suatu pembelian. Seperti konsumen yang sering merasakan penyesalan karena barang yang dibeli tidak memberi kebahagiaan jangka panjang dan merasa tertekan secara finansial atau kehilangan kontrol, biasanya *remorse* yang terjadi pada wanita merasa barang yang dibeli tidak benar-benar dibutuhkan seperti barang tersier. Sedangkan *remorse* pada pria tidak terlalu berbeda, hal ini dikarenakan pria merasa saat barang yang dibeli tidak memenuhi harapan konsumen sehingga perasaan menyesal dapat muncul.

Tiga karakteristik yang dicetuskan oleh O'Guinn & Faber (1989) terdapat pada beberapa partisipan yang diwawancara oleh peneliti yaitu pada *Object attachment* baik wanita maupun pria sering kali merasa tertarik membeli barang karena memiliki desain yang menarik, biasanya pada wanita lebih sering terkait *fashion* sedangkan pada pria lebih sering terkait game. Pada *emotional lift* biasanya terlihat saat konsumen merasa bahagia atau lebih baik setelah membeli barang, seperti wanita yang berbelanja untuk mengalihkan perhatian setelah hari buruk atau pria yang merasa puas meskipun barang tersebut tidak terlalu penting. Dan *remorse*

muncul saat konsumen merasa menyesal karena barang yang dibeli tidak benar-benar dibutuhkan atau tidak memenuhi harapan, baik pada wanita dengan barang tersier maupun pria yang kecewa dengan pembelian mereka.

Menurut Jonathan (2024) *compulsive buying* dapat dilihat dari sejauh mana individu mampu mengontrol tindakannya demi mencapai tujuan tertentu atau untuk menghindari dampak negatif yang mungkin terjadi. Penelitian yang dilakukan Billieux et al. (2008) menghubungkan kontrol diri dan *compulsive buying*, dengan *compulsive buying* menunjukkan adanya hubungan positif terhadap tiga aspek impulsif urgensi, kurangnya ketekunan, dan kurangnya perencanaan, dan diilah dari hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan urgensi menjadi satu-satunya prediktor signifikan dari kecenderungan *compulsive buying* ketika jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan depresi dikontrol. Menurut Baraba (2020), kontrol diri merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku *compulsive buying*, karena individu dengan kecenderungan *compulsive buying* umumnya memiliki tingkat kontrol diri yang rendah. Individu perlu memiliki kemampuan untuk mengontrol perilakunya agar dapat menahan diri dan menyadari kebutuhan yang sebenarnya saat hendak melakukan aktivitas belanja.

Menurut Goldfried dan Merbaum (1973) kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk merancang, membimbing, serta mengelola perilakunya agar dapat menghasilkan dampak yang positif. Sementara itu, Harahap (2017) menjelaskan bahwa kontrol diri mencakup kemampuan untuk memahami kondisi internal dan lingkungan sekitar, serta keterampilan dalam mengelola dan menyesuaikan perilaku agar sesuai dengan situasi sosial yang dihadapi, sehingga individu dapat berinteraksi dan bersosialisasi dengan cara yang tepat.

Menurut Averill (1973), menjelaskan bahwa kemampuan untuk mengendalikan diri merupakan bentuk kesiapan atau kapasitas individu dalam merespons suatu keadaan dengan cara yang dapat secara langsung memengaruhi atau mengubah kondisi yang kurang menyenangkan. Kemampuan ini terdiri dari dua aspek utama, yaitu kemampuan individu dalam menentukan siapa yang memiliki kendali atas suatu situasi, dan kemampuan untuk memahami cara serta waktu yang tepat dalam menghadapi rangsangan yang tidak diinginkan.

Kontrol diri tidak hanya mencakup pengaturan perilaku, tetapi juga melibatkan pengendalian emosi, cara berpikir (kognisi), serta proses pengambilan keputusan. Komponen kognitif dari kontrol diri memiliki peran penting agar individu mampu mengarahkan tindakannya ke arah yang lebih positif. Kontrol emosi memainkan peran penting karena perilaku seseorang sering kali dipengaruhi oleh kondisi emosionalnya. Seseorang yang mengalami emosi positif cenderung menunjukkan perilaku yang positif, sementara individu yang merasakan emosi negatif lebih berisiko menampilkan perilaku yang negatif (Romadhon et al., 2019).

Ciri-ciri kontrol diri sangat ditentukan oleh kemampuan individu dalam menerapkannya pada dirinya sendiri. Seseorang yang memiliki kontrol diri mampu mengatur perilakunya dengan cara menghindari rangsangan yang tidak diinginkan, serta merespon situasi secara objektif. Selain itu, individu juga mampu menafsirkan peristiwa dengan mempertimbangkan makna positif secara subjektif dan membuat keputusan berdasarkan dari situasi tersebut (Lubis & Sovitriana, 2019).

Ciri-ciri tersebut tidak dimiliki oleh konsumen yang mengalami *compulsive buying*, hal ini dikarenakan konsumen tidak mampu mengontrol stimulus, tidak dapat menunda kepuasan dan tidak dapat mengambil keputusan

dengan mempertimbangkan dari berbagai aspek karena konsumen hanya memikirkan kepuasan jangka pendek. Mahasiswa dengan tingkat kontrol diri yang tinggi mampu mempertimbangkan prioritas saat berbelanja, serta dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki kontrol diri rendah cenderung melakukan pembelian tanpa melalui pertimbangan terlebih dahulu prioritas kegunaannya (Dewandari & Putri, 2021).

Hal ini didukung oleh hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa mahasiswa tidak dapat mengontrol diri terhadap stimulus seperti diskon besar-besaran, media sosial, serta iklan yang menyebabkan mahasiswa tidak dapat mempertimbangkan terlebih dahulu apakah hal tersebut memiliki kegunaan atau tidak. Sedangkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan pada mahasiswa bahwa tidak dapat mengontrol diri terhadap pembelian seperti rokok, rokok elektrik, serta barang sejenisnya yang dipicu oleh gaya hidup atau lingkungan sekitar, hal tersebut dapat menyebabkan mahasiswa mengalami ketidakstabilan dalam keuangan. Tingkat kontrol diri seseorang sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial dan lingkungan tempat individu tersebut berada, yang berperan dalam membentuk kemampuan pengendalian diri secara lebih terarah. Hal ini dikarenakan seseorang memerlukan pengembangan perilaku yang baru (Marsela & Supriatna, 2019).

Penelitian Risamana dan Suminar (2017) menemukan bahwa kontrol diri dan materialisme memiliki pengaruh terhadap perilaku *compulsive buying*. Hasil serupa juga diperoleh oleh Himawan et al. (2023) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kontrol diri dan materialisme terhadap kecenderungan *compulsive buying*. Penelitian yang dilakukan oleh Himawan et al. (2023)

menunjukkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku pembelian kompulsif, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, maka semakin rendah kecenderungannya untuk melakukan pembelian secara kompulsif.

Pada kontrol diri, menurut Ramadhani & Abdillah (2024) terdapat perbedaan signifikan dalam kontrol diri berdasarkan jenis kelamin, yaitu pria menunjukkan kemampuan kontrol diri yang lebih tinggi dibandingkan wanita. Sementara itu, menurut Gottfredson dan Hirschi (1990) menyatakan bahwa terdapat perbedaan tingkat kontrol diri berdasarkan jenis kelamin, yaitu pria umumnya memiliki tingkat kontrol diri yang lebih rendah dibandingkan dengan wanita.. Namun dalam penelitian Amin et al. (2024) menunjukkan pria maupun wanita hampir seimbang dalam hal kontrol diri yang ada pada kategori rendah dan tinggi.

Menurut Black (2007) *compulsive buying* 80 hingga 95% adalah wanita. Hal tersebut disebabkan karena aktivitas berbelanja lebih sering dikaitkan dengan wanita dibandingkan pria, sehingga sejak usia dini wanita lebih terbiasa dikenalkan bahwa belanja merupakan kegiatan yang menyenangkan. Sedangkan menurut Risamana & Suminar (2017) pria memandang kegiatan berbelanja sebagai kegiatan feminim, sehingga lebih berusaha untuk menghindarinya demi menjaga maskulinitas. Koran et al. (2006) menemukan persentase mengenai perbandingan penderita *compulsive buying* antara pria dan wanita sebesar 0.5%, pria merupakan penderita *compulsive buying* dengan persentase sebesar 5.5%, sedangkan wanita memiliki persentase sebesar 6.0%, artinya terdapat perkiraan persentase yang sama antara pria (1.3%, 10 dari 800) dan wanita (1.5%, 23 dari 1.501).

Sesuai dengan fenomena *online compulsive buying* yang terjadi di kalangan masyarakat terkhusus mahasiswa, penelitian ini akan dilakukan di kota Medan dengan objek penelitian mahasiswa yang termasuk ke dalam kategori masa remaja akhir sampai masa dewasa awal yang dimana usianya 18 sampai 25 tahun.

Berdasarkan yang telah diuraikan, maka peneliti merasa terdorong untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “Perbedaan Kontrol Diri Pada Mahasiswa di Kota Medan yang melakukan *Online Compulsive Buying* Ditinjau Dari Jenis Kelamin”. Hal ini juga didukung oleh adanya saran dari Khotri et al (2022) bahwa perbedaan antara responden pria dan wanita mengenai tingkat *shopaholic* dan kontrol diri dapat diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan kontrol diri pada mahasiswa di kota Medan yang melakukan *online compulsive buying* ditinjau dari jenis kelamin.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kontrol diri pada mahasiswa di Kota Medan yang melakukan *online compulsive buying* ditinjau dari jenis kelamin.

1.4 Hipotesis Penelitian

Dari uraian di atas dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

Ada perbedaan kontrol diri pada mahasiswa di Kota Medan yang melakukan *online compulsive buying* ditinjau dari jenis kelamin.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan baru bagi pembaca terkait *online compulsive buying* yang ditinjau dari jenis kelamin pada mahasiswa, serta memperluas kajian tentang perbedaan kontrol diri pada mahasiswa dan mahasiswi yang melakukan *online compulsive buying* ditinjau dari jenis kelamin.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi informasi serta bahan referensi bagi peneliti berikutnya yang memiliki ketertarikan untuk meneliti masalah yang sejenis. Dan ketika diketahui seperti apa tingkat kontrol diri pada mahasiswa dan mahasiswi yang melakukan *online compulsive buying*, maka bisa dilakukan intervensi untuk meningkatkan kontrol diri pada mahasiswa dan untuk menurunkan tingkat *online compulsive buying*, seperti:

- a. Konseling *cognitive behavior therapy* merupakan pendekatan konseling yang menitikberatkan pada perubahan perilaku serta pola pikir yang menyimpang pada individu guna membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi (Ermayulis et al., 2019).
- b. *Thought stopping* menurut Nursalim (dalam Ermayulis et al., 2019) yaitu teknik yang digunakan untuk membantu individu yang mengalami kesulitan dalam mengendalikan pikiran dan citra diri, dengan cara menekan atau mengurangi kesadaran terhadap pikiran-pikiran negatif yang muncul.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Online Compulsive Buying*

2.1.1 Pengertian *Online Compulsive Buying*

Menurut Edwards (1993) *compulsive buying* adalah perilaku yang ditandai dengan kebiasaan mengisi waktu melalui aktivitas belanja atau dorongan kuat untuk membeli yang sulit dikendalikan, bersifat mengganggu dan tidak terkendali. Perilaku ini umumnya ditunjukkan melalui pembelian berulang terhadap barang-barang di luar kemampuan finansial atau belanja yang dilakukan dalam durasi yang melebihi dari rencana semula.

Compulsive buying merupakan kondisi perilaku kronis yang ditandai dengan kebiasaan melakukan pembelian secara berulang sebagai respon terhadap pengalaman atau emosi negatif. Perilaku ini dilakukan secara berulang dan tidak terkontrol, hingga membentuk pola yang dikenal sebagai *compulsive buying*. Individu yang mengalami peristiwa tidak menyenangkan cenderung menggunakan aktivitas belanja sebagai mekanisme pelarian atau pengalihan untuk meredakan ketidaknyamanan emosional yang dirasakannya (O'Guinn & Faber, 1989).

Compulsive buying terbagi menjadi dua, yaitu *compulsive* lemah dan *compulsive* kuat. *Compulsive* yang bersifat ringan didasari pada dorongan atau keinginan yang kuat, namun selama individu masih mampu mengendalikan motivasi untuk bertindak, dorongan tersebut belum dapat dikategorikan sebagai perilaku kompulsif. Sedangkan *Compulsive* kuat didasari pada dorongan atau motivasi untuk melakukan keinginan atau hasrat tersebut sudah tidak dapat

dikendalikan lagi, karenanya perilaku tersebut sudah dapat dianggap sebagai perilaku kompulsif (Heather, 2017).

Perilaku *compulsive buying* tidak tercakup dalam DSM-V terbaru maupun dalam CD-X, sehingga tidak ada kriteria diagnostik yang jelas (Virly & Muhib, 2023). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara compulsive buying dengan gangguan kecanduan, seperti obsesif-kompulsif dan gangguan suasana hati. Edisi terbaru *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (DSM-5, American Psychiatric Association, 2013) telah menambahkan kategori baru mengenai kecanduan perilaku. Kecanduan perilaku ini melibatkan dorongan untuk terlibat dalam perilaku tertentu yang tidak berhubungan dengan obat, meskipun terdapat dampak negatif pada kesehatan fisik dan mental, serta kesejahteraan sosial atau keuangan individu. Salah satu tujuan penelitian yang dilakukan oleh American Psychiatric Association adalah untuk memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai apa yang dimaksud dengan *online compulsive buying* guna mendukung perubahan klasifikasi kecanduan perilaku dalam DSM di masa depan, sehingga *online compulsive buying* dapat diakui sebagai kecanduan belanja *online* (Manchiraju et al., 2016).

Menurut *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, Fifth Edition, Text Revision* (DSM-5-TR), perbedaan jenis kelamin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat prevalensi serta pola munculnya gangguan kecanduan, termasuk kecanduan non-zat seperti perilaku pembelian kompulsif (*compulsive buying*). Gender dapat berfungsi sebagai faktor yang memengaruhi tingkat kerentanan seseorang terhadap gangguan mental, termasuk gangguan kecanduan. Beberapa bentuk kecanduan cenderung lebih sering dialami oleh pria,

sedangkan jenis lainnya lebih umum ditemukan pada wanita, tergantung pada jenis gangguan yang dimaksud. Gangguan penggunaan alkohol merupakan salah satu bentuk kecanduan yang cukup umum. Di Amerika Serikat, prevalensi seumur hidup gangguan ini tercatat lebih tinggi pada pria, yaitu sebesar 36,0%, dibandingkan dengan wanita yang sebesar 22,7%. Selain itu, prevalensi gangguan penggunaan alkohol menurut DSM-IV adalah 4,6% pada individu berusia 12–17 tahun, 16,2% pada usia 18–29 tahun, dan menurun menjadi 1,5% pada kelompok usia 65 tahun ke atas (American Psychiatric Association, 2022).

Compulsive buying yang dimaksud oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *online compulsive buying*, yaitu *compulsive buying* pada situs-situs belanja online. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *online compulsive buying* dapat dikatakan sebagai sebuah sikap yang dilakukan secara berulang oleh individu sebagai respons terhadap perasaan negatif atau peristiwa yang tidak menyenangkan. Sikap ini sering dilakukan karena memberi kemudahan dalam melakukan aktivitas belanja. Individu dengan perilaku tersebut, cenderung berbelanja untuk mengurangi perasaan tidak nyaman, dan tindakan berbelanja yang berulang dapat mengarah pada kondisi kronis, yang artinya pembelian sudah menjadi sebuah kebiasaan yang sulit untuk dikendalikan.

2.1.2 Karakteristik *Compulsive Buying*

Menurut O'Guinn dan Faber (1989) terdapat tiga karakteristik dari *compulsive buying*, yaitu:

1. *Object attachment*, yaitu keinginan seseorang yang memiliki motivasi dalam melakukan pembelian. Karakteristik ini merujuk pada dorongan kuat seseorang

untuk membeli barang tertentu, yang didorong oleh keinginan atau keterikatan emosional terhadap objek yang akan dibeli.

2. *Emotional lift*, yaitu penilaian yang didasarkan pada emosi positif yang dirasakan individu setelah melakukan suatu pembelian. Karakteristik ini menggambarkan perasaan positif yang muncul setelah melakukan pembelian, dimana individu merasa senang atau puas, meskipun pembelian tersebut mungkin tidak direncanakan.
3. *Remorse*, yaitu penilaian yang didasarkan pada emosi negatif berupa rasa penyesalan yang muncul setelah seseorang melakukan pembelian. Karakteristik ini mengacu pada perasaan penyesalan atau ketidakpuasan yang muncul setelah pembelian, ketika seseorang merasa bersalah atau kecewa atas keputusan membeli yang telah dibuat.

Menurut Workman dan Paper (2010) *compulsive buying* merupakan perilaku yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Terlibat secara intens dalam aktivitas membeli atau merasakan dorongan kuat untuk berbelanja yang sulit untuk dikontrol.
2. Menimbulkan kekacauan dan tidak terkontrol yang berkaitan dengan pembelian berulang terhadap barang di luar kemampuan.
3. Berbelanja lebih lama dari waktu yang direncanakan.

Terdapat beberapa karakteristik perilaku yang termasuk ke dalam kategori *compulsive buying* menurut Zehr (dalam Rahmat & Suryanto, 2020) yaitu:

1. Individu akan melakukan kegiatan berbelanja saat sedang memiliki perasaan negatif, seperti depresi, marah, cemas, atau kesepian.
2. Memiliki beberapa pendapat mengenai kebiasaan dari perilaku berbelanja.

3. Seseorang merasa tidak nyaman atau seolah kehilangan sesuatu jika tidak memiliki kartu kredit.
4. Individu cenderung lebih memilih melakukan pembelian dengan cara kredit daripada pembayaran tunai.
5. Merasakan kesenangan atau *euphoria* saat melakukan aktivitas berbelanja.
6. Timbul perasaan malu dan bersalah setelah melakukan pembelian.
7. Individu cenderung merahasiakan atau tidak terbuka kepada orang lain terkait jumlah uang yang telah dikeluarkan untuk berbelanja.
8. Memiliki sikap obsesif terhadap uang.

Berdasarkan uraian karakteristik dari O'Guinn dan Faber, Workman, serta Zehr, peneliti menyimpulkan *compulsive buying* mencakup berbagai karakteristik yang dimulai dari motivasi emosional, kontrol diri yang rendah, hingga rasa bersalah yang muncul setelah pembelian.

2.1.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi *Compulsive Buying*

Penelitian yang dilakukan oleh Billieux et al. (2008) mengaitkan kontrol diri dengan perilaku *compulsive buying*, yang menunjukkan hubungan positif dengan tiga aspek impulsif: urgensi, kurangnya ketekunan, dan kurangnya perencanaan. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa urgensi merupakan satu-satunya prediktor signifikan dari kecenderungan pembelian kompulsif setelah mempertimbangkan faktor-faktor seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan depresi. Baraba (2020) menyatakan bahwa kontrol diri adalah faktor penting dalam perilaku *compulsive buying*, karena individu dengan perilaku ini cenderung memiliki tingkat kontrol diri yang rendah. Untuk itu, seseorang perlu dapat

mengendalikan perilakunya dan menyadari kebutuhan mereka sebelum melakukan aktivitas berbelanja.

Menurut Reeves et al. (2012) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi *compulsive buying*, yaitu:

1. *Celebrity worship*, yaitu kondisi psikologis dimana individu menunjukkan ketertarikan yang berlebihan atau bahkan bersifat obsesif terhadap tokoh publik atau selebriti tertentu.
2. Keluarga, dimana anggota keluarga, seperti orang tua atau kerabat yang memiliki kebiasaan berbelanja, dapat memengaruhi terbentuknya perilaku belanja kompulsif pada individu lainnya dalam keluarga.
3. Psikologis, diantaranya:
 - a. *Self esteem*, harga diri yang rendah khususnya pada individu yang mengalami pengalaman masa kecil dan remaja yang penuh ketidakmampuan atau ketidakpercayaan diri, sehingga lebih rentan terhadap perilaku adiktif.
 - b. Status sosial yang dirasakan terkait pembelian, aktivitas berbelanja dijadikan sarana untuk meningkatkan harga diri atau memperkuat posisi sosial.
 - c. Berfantasi, dalam hal ini penggunaan imajinasi atau angan-angan sebagai cara untuk mengatasi emosi negatif yang dirasakan.
4. Sosiologis, diantaranya:
 - a. Tayangan televisi, iklan atau program yang menampilkan gaya hidup mewah dan konsumtif, yang dapat membentuk dorongan untuk membeli barang serupa.
 - b. Teman sebaya, teman sebaya memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam membentuk perilaku konsumtif pada remaja hingga dewasa awal.

- c. Intensitas berbelanja, dimana semakin sering seseorang melakukan pembelian, semakin besar potensi berkembangnya perilaku kompulsif.
- d. Aksesibilitas dan penggunaan kartu kredit, sifatnya yang praktis dapat mendorong pengeluaran berlebihan dibandingkan penggunaan uang tunai.

5. Demografis, diantaranya:

- a. Jenis kelamin, wanita cenderung lebih sering terlibat dalam perilaku *compulsive buying*.
- b. Usia, masa remaja dan dewasa awal dianggap sebagai periode kritis dalam pembentukan orientasi konsumsi.

Menurut Gwin, Robert & Martinez (dalam Ahmad et al., 2024) terdapat dua faktor yang memengaruhi *compulsive buying*, yaitu:

- 1. Faktor dalam diri, dipengaruhi oleh perasaan negatif seperti cemas, stress, gelisah.
- 2. Faktor luar diri, dipengaruhi oleh pendekatan orangtua dalam membesarkan anak.

Menurut Mangestuti (dalam Himawan et al., 2023) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi *compulsive buying*, yaitu:

- 1. Faktor psikologis, yang meliputi harga diri, persepsi individu terhadap status sosialnya, dan fantasi sebagai bentuk pelarian dari tekanan emosional.
- 2. Faktor sosiologis, yang mencakup pengaruh teman sebaya, media sosial, *platform e-commerce*, serta berbagai media digital lain yang dapat membentuk gaya hidup konsumtif.
- 3. Faktor keluarga, orang tua berperan penting sebagai pengelola keuangan keluarga dan berkontribusi dalam membentuk pola keputusan anak dalam melakukan pembelian.

Melihat berbagai faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa *compulsive buying* tidak hanya di pengaruhi oleh faktor internal seperti status sosial dan fantasi, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti pengaruh media, keluarga, dan teman sebaya yang membentuk orientasi berbelanja seseorang.

2.1.4 Dampak *Compulsive Buying*

Dampak klinis dari *compulsive buying* menurut Schlosser et al. (1994), bahwa *compulsive buying* sering dikaitkan dengan gejala depresi dan kecemasan yang meningkat. Individu yang memiliki kaitan dengan perilaku ini cenderung merasa cemas atau bahkan tertekan setelah membeli barang secara berlebihan. Individu tersebut sering kali merasa bersalah yang kemudian memperburuk kondisi mental mereka. Serta dampak klinis dari *compulsive buying* menurut O'Guinn & Faber (1989), bahwa stres dan kecemasan yang disebabkan oleh kebiasaan belanja kompulsif dapat menimbulkan dampak fisik seperti mengalami gangguan tidur, ketegangan fisik, atau penurunan kesehatan secara umum akibat stres berkelanjutan.

Menurut Prameswari et al. (2024) *compulsive buying* dapat menimbulkan dampak negatif bagi individu, yaitu:

1. Keinginan berbelanja yang sulit dikontrol, yaitu individu merasakan dorongan yang sangat kuat untuk membeli atau memiliki suatu barang. Dalam perilaku kompulsif, dorongan ini cenderung muncul sebagai respons terhadap emosi negatif, sehingga menyebabkan tindakan belanja yang tidak terkontrol dan terjadi secara berulang.
2. Masalah keuangan, seseorang yang mengalami perilaku kompulsif cenderung tidak memedulikan kondisi keuangan, bahkan bersedia berutang atau menggunakan kartu kredit demi memperoleh kepuasan dari aktivitas berbelanja.

2.1.5 Tahapan *Compulsive Buying*

Dalam konteks psikologi abnormal, *compulsive buying* dapat dipahami sebagai bentuk perilaku adiktif yang menyerupai karakteristik kecanduan terhadap zat. Weiss dan Mirin (dalam Nevid et al., 2018) menjelaskan bahwa kecanduan, baik yang bersifat substansi maupun non-substansi, berkembang melalui tiga tahap utama, yaitu:

1. Eksperimen, pada fase awal, individu mulai mencoba suatu perilaku karena rasa ingin tahu atau untuk mencari kesenangan sesaat. Dalam konteks *compulsive buying*, tahap ini dapat terlihat ketika seseorang mulai membeli barang-barang secara impulsif sebagai bentuk pelarian dari stres atau untuk mendapatkan sensasi emosional positif. Pembelian tersebut memberikan rasa puas atau *euphoria* sementara, dan individu merasa masih dapat mengendalikan perilakunya.
2. Penggunaan rutin, seiring waktu, perilaku tersebut mulai terulang dan menjadi lebih terstruktur dalam kehidupan individu. Pembelian tidak lagi bersifat impulsif sesaat, tetapi menjadi bagian dari rutinitas untuk meredakan tekanan emosional atau memenuhi dorongan psikologis. Individu mulai menyembunyikan perilaku ini dari orang lain, menyangkal dampak negatifnya, dan mulai mengabaikan tanggung jawab sosial, keuangan, atau pekerjaan. Dalam konteks *compulsive buying*, tahap ini ditandai dengan penggunaan uang yang berlebihan, kebohongan terhadap pasangan atau keluarga terkait aktivitas belanja, serta munculnya perasaan bersalah namun tetap mengulangi perilaku tersebut.
3. Kecanduan, tahap akhir ditandai dengan ketidakmampuan untuk mengendalikan dorongan, meskipun sudah menyadari dampak buruk yang ditimbulkan. Dalam hal *compulsive buying*, individu mungkin merasa terpaksa membeli untuk meredakan kecemasan atau menghindari rasa tidak nyaman. Perilaku ini

dilakukan secara berulang meskipun telah menimbulkan masalah finansial, konflik keluarga, atau penurunan fungsi sosial.

2.1.6 Dimensi *Compulsive Buying*

Menurut Edwards (1993), dimensi *compulsive buying* terdiri dari 5 bagian, yaitu:

1. *Tendency to Spend*, menggambarkan seberapa besar kecenderungan seseorang dalam melakukan aktivitas belanja serta durasi waktu yang digunakan untuk berbelanja.
2. *Compulsion/Drive to Spend*, menggambarkan tingkat kompulsivitas, dorongan, dan impulsivitas responden dalam pola berbelanja dan pengeluaran yang dimiliki oleh individu. Pola pembelian yang dilakukan biasanya cenderung berulang dan membeli produk yang sejenis.
3. *Feelings Joy About Shopping and Spending*, mengacu pada emosi positif dan respons afektif yang dirasakan individu setelah menyelesaikan aktivitas berbelanja. Hal ini untuk mengukur tingkat kebahagiaan dan seberapa besar individu menikmati kegiatan berbelanja yang dilakukan.
4. *Dysfunctional Spending*, menjelaskan tentang tingkat disfungsi umum seseorang terhadap konsekuensi yang dihasilkan dari perilaku berbelanja yang tidak normal.
5. *Post-Purchase Guilt*, merujuk pada munculnya emosi negatif seperti rasa bersalah, penyesalan, dan rasa malu setelah melakukan pembelian yang berlebihan. Individu akan menyadari perasaan ini saat mengetahui banyaknya uang yang dikeluarkan dan merasa akan berada dalam sebuah masalah.

Menurut Andreassen et al. (2015) dimensi *online compulsive buying* adalah:

1. *Salience*, merujuk pada faktor-faktor yang membuat pembelian berlebih menjadi lebih mencolok dan menarik perhatian seseorang, seperti iklan atau produk yang dirancang dengan cara yang menarik emosi atau keinginan.
2. *Mood modification*, merujuk pada bagaimana perilaku belanja impulsif digunakan untuk mengubah atau meningkatkan suasana hati seseorang. individu yang terlibat dalam *compulsive buying* sering berbelanja untuk mengatasi perasaan negatif, stres, atau kebosanan dengan tujuan merasakan kebahagiaan atau kelegaan sementara.
3. *Conflict*, merujuk pada perasaan bertentangan yang dialami individu antara keinginan untuk membeli secara impulsif dan pengetahuan atau kesadaran bahwa pembelian tersebut tidak diperlukan atau dapat menimbulkan dampak negatif, seperti masalah keuangan atau penyesalan. Pada konflik ini sering melibatkan ketegangan antara dorongan untuk mendapatkan kepuasan sesaat melalui belanja dan kesadaran akan konsekuensi jangka panjangnya.
4. *Tolerance*, merujuk pada kondisi seorang individu yang terlibat dalam perilaku belanja impulsif semakin membutuhkan pembelian yang lebih banyak atau lebih mahal. Seiring waktu, individu menjadi kurang terpengaruh oleh pembelian kecil dan merasa perlu untuk meningkatkan intensitas atau frekuensi belanja.
5. *Relapse*, merujuk pada kembalinya perilaku belanja impulsif setelah seseorang mencoba mengurangi atau mengendalikan kebiasaan tersebut. Meskipun seseorang tersebut sudah berusaha untuk berhenti atau mengontrol perilaku belanja berlebihan, individu dapat kembali terjerumus ke dalam pola karena stres, godaan, atau situasi yang memicu dorongan untuk membeli lagi.

6. *Withdrawal*, merujuk pada gejala negatif yang di alami individu saat mencoba berhenti atau mengurangi perilaku belanja impulsif. Hal ini termasuk dalam perasaan cemas, frustasi, atau depresi yang muncul saat seseorang tidak dapat memenuhi dorongan untuk berbelanja. Penarikan ini lebih kepada individu yang merasa kesulitan untuk mengatasi ketergantungan emosional atau psikologis terhadap pembelian.
7. *Problems*, merujuk pada dampak negatif yang muncul akibat dari perilaku belanja impulsif yang berlebihan. Masalah ini dapat mencakup kesulitan keuangan, stres emosional, perasaan bersalah, gangguan hubungan interpersonal, hingga penurunan kualitas hidup secara keseluruhan. Perilaku belanja yang kompulsif sering kali menyebabkan individu menghadapi konsekuensi negatif baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2.2 Kontrol Diri

2.2.1 Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengatur berbagai proses fisik, psikologis, serta perilaku seseorang yang secara keseluruhan membentuk individu. Konsep ini lebih menekankan kepada pentingnya kemampuan dalam mengelola aspek-aspek tersebut sebagai dasar untuk membentuk pola perilaku pada individu yang melibatkan pengaturan fisik, psikologis, dan perilaku dalam diri (Calhoun & Acocella, 1990).

Tangney et al. (2004) menyatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengatur tindakannya sesuai dengan standar sosial seperti nilai, moral, dan norma yang berlaku agar perilaku yang ditampilkan tetap berada dalam jalur yang positif. Baumeister & Boone juga mengartikan kontrol diri

sebagai kapasitas seseorang untuk mengarahkan perilaku berdasarkan pedoman tertentu demi mencapai hasil yang sesuai dengan harapan sosial dan etika (dalam Marsela & Supriatna, 2019). Serta menurut Averill (1973), kontrol diri mencakup kemampuan individu dalam menyesuaikan perilaku, menyaring informasi yang dianggap penting atau tidak, serta menentukan tindakan berdasarkan keyakinan pribadi yang dimiliki.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengelola emosi, pikiran, dan tindakan guna mencapai tujuan jangka panjang, menahan dorongan negatif, serta bertindak sejalan dengan nilai dan norma yang diyakini.

2.2.2 Faktor-faktor Kontrol Diri

Menurut Ghufron & Risnawati (dalam Marsela & Supriatna, 2019) terdapat dua faktor yang memengaruhi kontrol diri, yaitu:

1. Faktor Internal

Faktor internal berkaitan dengan aspek usia. Proses perkembangan kontrol diri dimulai sejak usia dini, melalui pola disiplin yang diterapkan oleh orang tua, cara mereka menanggapi kegagalan anak, berinteraksi secara komunikasi, serta dalam mengekspresikan emosi kepada anak. Seiring bertambahnya usia, anak akan semakin banyak berinteraksi dengan lingkungan sosial yang lebih luas dan mengalami berbagai pengalaman yang membentuk kemampuannya dalam menghadapi rasa kecewa, ketidaksenangan, dan kegagalan. Proses ini berkontribusi terhadap tumbuhnya kontrol diri secara mandiri dari dalam individu.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal mencakup peran lingkungan sosial dan keluarga, khususnya orang tua. Pola pengasuhan yang menekankan kedisiplinan menjadi dasar pembentukan kemampuan kontrol diri. Disiplin yang diterapkan secara konsisten dapat membentuk kepribadian yang stabil dan kemampuan untuk mengatur perilaku. Dengan adanya kedisiplinan tersebut, individu belajar mengembangkan kontrol diri dan memiliki arah hidup yang jelas (*self-direction*), sehingga mampu mempertanggungjawabkan setiap tindakannya.

Menurut Baumeister et al. (1996) terdapat dua faktor yang memengaruhi kontrol diri, yaitu:

1. Orang tua, kontrol diri seseorang dapat dipengaruhi oleh cara orang tua mendidik. Pola asuh yang kaku dan otoriter dapat membuat anak kesulitan dalam mengatur dirinya sendiri serta menunjukkan kurangnya kepedulian terhadap situasi yang dihadapinya. Sebaliknya, orang tua yang menerapkan pola asuh mandiri dapat membuat anak memiliki kesempatan untuk menentukan keputusannya, hal ini dapat membuat adanya pengendalian diri yang baik pada anak tersebut.
2. Faktor budaya, setiap orang yang tinggal dalam suatu lingkungan akan dipengaruhi oleh budaya yang ada di sekelilingnya dan menjadi bagian dari nilai-nilai tersebut. Perbedaan budaya antar lingkungan dapat memengaruhi kemampuan individu dalam mengendalikan diri sebagai bagian dari masyarakat tersebut.

Menurut Elkind dan Weiner (dalam Sipahutar, 2023) terdapat tiga faktor yang memengaruhi kontrol diri, yaitu:

1. Pola asuh, sebagian besar aspek kontrol diri dalam konteks sosial merupakan hasil dari penerapan disiplin yang diberikan orang tua kepada anak sejak dulu.

2. Faktor kognitif, kematangan fungsi kognitif yang berkembang secara bertahap selama masa kanak-kanak hingga prasekolah, berperan dalam meningkatkan kemampuan individu dalam menilai situasi sosial dan mengendalikan perilakunya.
3. Religiusitas, religiusitas memiliki dampak positif terhadap berbagai aspek kepribadian, termasuk kecemasan, keyakinan irasional, depresi, serta kontrol diri itu sendiri. Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memiliki kesadaran diri (*self-monitoring*) yang lebih besar, karena meyakini bahwa setiap perilaku selalu diawasi oleh Tuhan. Keyakinan ini memperkuat kemampuan dalam mengendalikan diri.

Dari ketiga faktor yang dijelaskan oleh Ghofron & Risnawati, Baumeister & Boden, serta Elkind dan Weiner, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal dan eksternal, yang mencakup perkembangan pribadi, pengaruh sosial, serta aspek budaya dan religius.

2.2.3 Tipe-tipe Kontrol Diri

Menurut Averill (1973), terdapat tiga tipe dalam kontrol diri, diantaranya:

1. *Behavior Control*, merupakan kemampuan individu dalam menyesuaikan atau mengubah situasi yang tidak diinginkan melalui pengendalian perilaku. Individu dengan kontrol diri yang baik mampu mengandalkan kemampuan internalnya untuk menyesuaikan perilaku, sedangkan individu dengan kontrol diri rendah cenderung bergantung pada bantuan eksternal dalam menghadapi situasi tersebut.
2. *Cognitive Control*, merujuk pada kemampuan individu untuk memproses informasi yang tidak diharapkan melalui penafsiran dan penilaian terhadap suatu kejadian. Kemampuan ini memungkinkan individu menempatkan pengalaman

dalam kerangka berpikir yang membantu adaptasi psikologis serta mengurangi tekanan atau stres.

3. *Decisional Control*, kemampuan seseorang untuk memilih dan mengambil keputusan atas suatu tindakan yang didasarkan pada prinsip atau keyakinan yang diyakininya. Kontrol ini bekerja secara optimal ketika individu memiliki kesempatan, kebebasan, dan berbagai pilihan untuk dipertimbangkan, yang menunjukkan kemampuan dalam mengendalikan perilaku sekaligus membuat keputusan secara mandiri.

2.2.4 Dimensi Kontrol Diri

Menurut Tangney et al. (2004) terdapat lima dimensi kontrol diri, yaitu:

1. *Self-discipline*, yakni kemampuan individu untuk mempertahankan konsistensi dan menghindari gangguan yang dapat menghambat fokus atau konsentrasi. Individu dengan disiplin diri mampu mengendalikan dorongan agar tetap fokus pada tujuan.
2. *Deliberate/nonimpulsive*, menggambarkan kecenderungan seseorang untuk bertindak secara hati-hati dan penuh pertimbangan, tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan. Individu dengan dimensi ini mampu tetap tenang dan rasional dalam menentukan langkah.
3. *Healthy habits*, kemampuan individu dalam membentuk perilaku positif yang dilakukan secara konsisten, meskipun manfaatnya tidak dirasakan secara langsung. Kebiasaan ini mencerminkan upaya individu dalam menjaga kualitas hidup yang baik.
4. *Work ethic*, merujuk pada kemampuan seseorang dalam mengatur diri dan menunjukkan tanggung jawab terhadap tugas yang dijalankan. Individu yang

memiliki etika kerja cenderung menyelesaikan kewajibannya dengan fokus, tanpa mudah terdistraksi oleh hal lain.

5. *Reliability*, hal ini berkaitan dengan kemampuan individu dalam merancang dan melaksanakan rencana secara konsisten untuk mencapai tujuan tertentu. Orang dengan dimensi ini mampu mengarahkan perilakunya secara teratur untuk mewujudkan apa yang telah direncanakan.

2.3 Mahasiswa

Istilah mahasiswa terdiri dari dua kata, yaitu *maha* yang berarti agung atau besar, dan *siswa* yang berarti pelajar. Dengan demikian, mahasiswa dapat diartikan sebagai individu yang sedang menjalani pendidikan pada tingkat yang lebih tinggi dibandingkan siswa (Panjaitan et al., 2018). Menurut Siswoyo (dalam Panjaitan et al., 2018) mahasiswa merupakan seseorang yang sedang menempuh pendidikan di tingkat perguruan tinggi, baik di institusi negeri, swasta, maupun lembaga lain yang sederajat. Mahasiswa umumnya dipandang sebagai pribadi yang memiliki tingkat intelektualitas tinggi, kemampuan berpikir secara logis dan tajam, serta mampu merencanakan dan mengambil tindakan secara efektif. Ciri utama yang melekat pada mahasiswa adalah kemampuannya dalam berpikir kritis dan bertindak responsif terhadap berbagai situasi.

Susantoro (dalam Ningsih et al., 2024) mengungkapkan bahwa mahasiswa memiliki karakter yang dinamis serta cenderung menggunakan pendekatan ilmiah dalam memahami sesuatu, dengan didasarkan pada realitas yang objektif, sistematis, dan logis. Menurut Yusuf (2012) seorang mahasiswa dapat dikategorikan pada tahap perkembangan dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun. Tahapan ini adalah masa peralihan dari fase remaja akhir menuju fase dewasa awal. Hal ini di

dukung oleh pernyataan Santrock (2024) bahwa masa dewasa awal merupakan fase transisi dari remaja menuju dewasa, yang berlangsung pada usia 18 hingga 25 tahun. Tahap ini ditandai dengan aktivitas eksplorasi dan pencarian pengalaman baru. Dalam konteks perkembangan, mahasiswa pada rentang usia ini memiliki tugas utama untuk memantapkan arah dan tujuan hidupnya.

Masa dewasa awal merupakan fase kehidupan yang ditandai dengan proses pencarian jati diri, penemuan arah hidup, pemantapan tujuan, serta masa yang berkaitan dengan fungsi reproduksi. Tahap ini juga kerap diwarnai oleh berbagai tantangan emosional, tekanan sosial, perasaan kesendirian, serta tuntutan untuk berkomitmen dan beradaptasi dengan nilai-nilai serta gaya hidup yang baru. Dalam periode ini, individu mulai mengambil peran dan tanggung jawab yang lebih besar, karena secara bertahap melepaskan ketergantungan terhadap orang lain, terutama orang tua, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun psikologis. Pada tahap dewasa awal, kondisi fisik individu berada dalam keadaan paling prima, dimana perkembangan fisiologis telah mencapai tingkat maksimal. Individu pada tahap ini umumnya berada dalam kondisi sehat, kuat, dan aktif, sehingga lebih mampu menunjukkan sikap yang inisiatif, kreatif, energik, cepat tanggap, dan proaktif dalam berbagai aktivitas (Putri, 2019).

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa mahasiswa adalah individu yang sedang menjalani proses pendidikan di tingkat perguruan tinggi, baik di institusi negeri, swasta, maupun di lembaga lain yang setara dengan perguruan tinggi, yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan kepribadian. Seorang mahasiswa umumnya berada dalam rentang

usia 18 sampai 25 tahun, yang termasuk dalam tahap perkembangan tertentu.

Tahapan ini merupakan periode transisi dari masa remaja akhir menuju dewasa awal.

2.4 Perbedaan Kontrol Diri dengan *Compulsive Buying* Terhadap Mahasiswa Ditinjau dari Jenis Kelamin

Billieux et al. (2008) menyatakan bahwa terdapat keterkaitan positif antara kontrol diri dan perilaku pembelian kompulsif. Individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang baik mampu mengelola dorongan dalam dirinya serta menahan keinginan untuk melakukan pembelian secara impulsif. Hal ini sejalan dengan pendapat Juniar (2023) yang menjelaskan bahwa seseorang dengan kontrol diri yang kuat dapat beradaptasi terhadap perubahan lingkungan dan mencegah dorongan impulsif mengambil alih perilakunya. Dengan demikian, pengendalian diri berperan penting sebagai mekanisme pencegahan terhadap berbagai konsekuensi negatif karena memungkinkan individu untuk mengatur tindakannya secara lebih bijak.

Terkait perilaku konsumtif sebagai kecenderungan seseorang dalam mengkonsumsi tanpa adanya batasan, serta lebih mementingkan keinginan dibandingkan kebutuhan (Juniar, 2023). Kecenderungan untuk menjadi *compulsive buyer* atau dapat dikatakan juga sebagai seorang *shopaholic* akan berkurang jika memiliki pengendalian diri yang baik, sebaliknya jika pengendalian diri berkurang atau menurun maka lebih cenderung untuk dapat menjadi *compulsive buyer* atau dapat dikatakan juga sebagai seorang *shopaholic* (Khotri et al., 2022).

Dalam teori pengendalian diri saat seseorang bertambah usia, seseorang tersebut sesuai mental dapat mengatur sikapnya. Hal ini terjadi karena individu memiliki peluang untuk mempertimbangkan mana yang tepat dan belum perlu

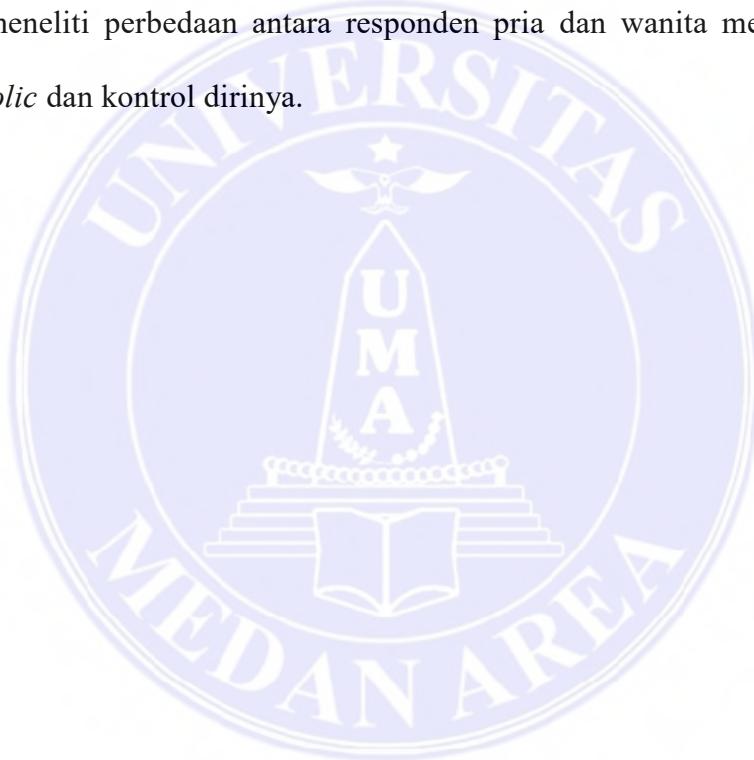
dilakukan sesuai dengan tahap perkembangannya. Ketika seseorang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi, maka kemungkinan untuk mengalami perilaku *shopaholic* akan lebih rendah. Kebiasaan membeli yang berlebihan pada diri seseorang memungkinkan untuk menimbulkan efek yang negatif (Khotri et al., 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan Khotri et al. (2022) mendefinisikan kontrol diri sangat signifikan terhadap *shopaholic*, artinya jika tingkat kontrol diri seseorang tinggi maka kecenderungan *shopaholic* seseorang tersebut berada di tingkat yang rendah. Himawan et al. (2023) memperoleh hasil penelitian antara kontrol diri terhadap *compulsive buying* tidak memiliki hubungan yang signifikan. Serta Jain et al. (2023) menemukan bahwa pengendalian diri yang tinggi menghasilkan skor *compulsive buying* yang lebih tinggi, artinya responden menyadari pengendalian dirinya tetapi tidak bisa mengendalikan dorongan untuk membeli secara kompulsif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Arswimba (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa pria memiliki kontrol diri sedang dalam penggunaan media sosial X, sedangkan mahasiswa wanita memiliki kontrol diri tinggi dan lebih mampu mengendalikan diri secara bijak. Sejalan dengan teori Hurlock (2015) yang menjelaskan bahwa wanita cenderung memiliki kontrol diri lebih tinggi karena kemampuan berpikir, pengendalian emosi, serta masa pubertas yang datang lebih cepat dibandingkan pria. Kematangan dan sosioemosional yang lebih awal tersebut secara tidak langsung membuat kontrol diri wanita lebih tinggi atau lebih matang daripada pria.

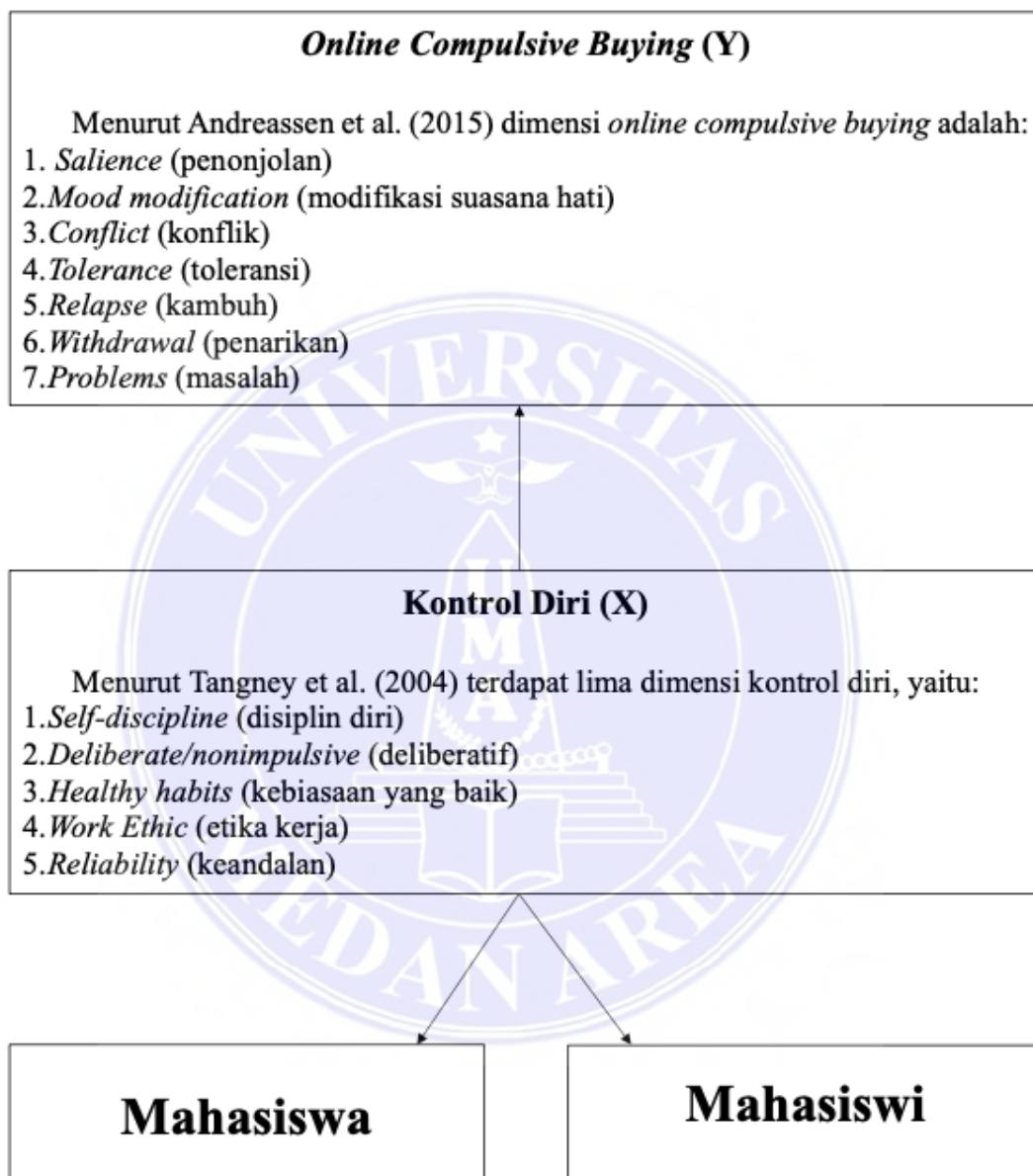
Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Horvath et al. (2015) memberikan bukti konkret bahwa *compulsive buying* terlibat dalam pengendalian

diri. Tujuan konsumen tidak selalu untuk menahan diri dari pembelian sepenuhnya, tetapi untuk mengendalikan pengeluaran agar dapat memperpanjang waktu konsumen menikmati pembelian. Menurut Sramova dan Pavelka (2019) terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara pria dan wanita terkait *online compulsive buying*. Pada pria cenderung lebih menghargai aspek seperti variasi pilihan, akses informasi, minimnya interaksi sosial, serta penghematan biaya. Hal ini didukung oleh penelitian Khotri et al. (2022) yang menyarankan untuk meneliti perbedaan antara responden pria dan wanita mengenai tingkat *shopaholic* dan kontrol dirinya.



2.5 Kerangka Konseptual

Untuk memperjelas penelitian dan lebih terarah maka dapat dibuat kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian akan dilakukan selama tiga bulan, mulai dari Februari hingga Juni 2025. Pengumpulan data dilakukan secara *online* melalui *platform Google Form*, yang memungkinkan responden dari seluruh mahasiswa di Kota Medan.

Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian

No	Kegiatan	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Pengajuan Judul										
2	Penyusunan Proposal										
3	Pra Riset										
4	Seminar Proposal										
5	Revisi Seminar Proposal										
6	Pengambilan Data										
7	Pengolahan Data										
8	ACC Seminar Hasil										
9	Seminar Hasil										
10	Revisi Seminar Hasil										
11	ACC Ujian Skripsi										
12	Ujian Skripsi										
13	Revisi Ujian Skripsi										

3.2 Bahan dan Alat

3.2.1 Bahan

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai alat pengambilan data pada skala *online compulsive buying* dan skala kontrol diri. Sanusi (2019) menjelaskan bahwa skala *likert* merupakan teknik pengukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana sikap responden terhadap sejumlah pernyataan yang mewakili indikator dari suatu konsep atau variabel yang sedang diteliti. Pada skala *likert*, responden diminta untuk menyatakan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap setiap pernyataan. Secara umum, skala *likert* umumnya menggunakan lima tingkat penilaian, yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), kurang setuju (KS), setuju (S), sangat setuju (SS). Berikut definisi operasional mengenai skala yang digunakan dalam penelitian ini:

1. *Online compulsive buying*, merujuk pada perilaku membeli secara berulang melalui situs belanja *online*, yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai respons terhadap perasaan negatif atau situasi yang tidak menyenangkan. Perilaku ini muncul karena kemudahan yang ditawarkan oleh *platform* belanja *online*. Mahasiswa dengan perilaku ini cenderung berbelanja untuk meredakan ketidak nyamanan emosional, dan jika dilakukan secara terus-menerus, dapat berkembang menjadi kebiasaan yang sulit dikendalikan, yang berpotensi menjadi kondisi kronis. Perilaku *online compulsive buying* ini diukur melalui tujuh dimensi, yaitu:
 - a. *Salience*, merujuk pada faktor-faktor yang menarik perhatian mahasiswa untuk membeli produk meskipun tidak dibutuhkan.

- b. *Mood modification*, merujuk pada bagaimana mahasiswa melakukan *online compulsive buying* sebagai cara untuk meredakan atau meningkatkan suasana hati.
 - c. *Conflict*, merujuk pada ketegangan yang dirasakan mahasiswa antara ingin melakukan *online compulsive buying* dan kesadaran bahwa pembelian tersebut tidak diperlukan atau dapat memiliki dampak yang negatif.
 - d. *Tolerance*, merujuk pada kondisi ketika mahasiswa yang terlibat dalam perilaku *online compulsive buying* semakin merasa perlu untuk berbelanja lebih banyak atau lebih mahal untuk mendapatkan kepuasan.
 - e. *Relapse*, merujuk pada kembalinya perilaku *online compulsive buying* setelah mahasiswa berusaha untuk mengurangi atau mengendalikan kebiasaan tersebut.
 - f. *Problems*, merujuk pada dampak negatif yang muncul akibat perilaku *online compulsive buying*.
 - g. *Withdrawal*, merujuk pada gejala negatif yang dialami mahasiswa saat mereka mencoba berhenti atau mengurangi perilaku *online compulsive buying*.
2. Kontrol diri, merujuk pada kemampuan mahasiswa untuk menyesuaikan serta mengendalikan perilakunya sesuai dengan standar tertentu, seperti norma, nilai, dan peraturan yang berlaku di masyarakat, dengan tujuan membentuk perilaku yang lebih terarah dan bersifat positif. Kemampuan kontrol diri ini diukur melalui lima dimensi, yaitu:
 - a. *Self-discipline*, merujuk pada kemampuan mahasiswa untuk mengendalikan dorongan pribadi dalam mencapai tujuan yang lebih besar.

- b. *Deliberate/nonimpulsive*, merujuk pada kecenderungan mahasiswa untuk bertindak dengan pertimbangan matang tanpa terburu-buru.
- c. *Healthy habits*, merujuk pada kebiasaan yang dibentuk oleh mahasiswa untuk menjaga perilaku positif yang mendukung kesejahteraan fisik dan emosional mereka.
- d. *Work ethic*, merujuk pada kemampuan mahasiswa untuk menyelesaikan tugas-tugas mereka dengan tanggung jawab dan disiplin, tanpa terpengaruh oleh gangguan luar.
- e. *Reliability*, merujuk pada kemampuan mahasiswa untuk merencanakan atau mengatur perilaku mereka secara konsisten dalam rangka mencapai tujuan jangka panjang.

3.2.2 Alat

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berbasis *Google Form* untuk mengumpulkan data, serta aplikasi *Statistical Program for Social Science* (SPSS) yang digunakan untuk mengolah data dan menganalisis hasil penelitian.

3.3 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif komparatif dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Metode komparatif digunakan untuk menganalisis perbandingan antara dua atau lebih gejala atau variabel yang diteliti (Farial. et al., 2020). Sementara itu, menurut Sugiyono *accidental sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang didasarkan pada pertemuan secara kebetulan, di mana siapa pun yang secara tidak sengaja dijumpai oleh peneliti dapat

dijadikan responden, asalkan memenuhi syarat sebagai sumber data yang relevan (dalam Kambey et al., 2022).

3.4 Analisis Data

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana kontrol diri memengaruhi *online compulsive buying* yang ditinjau dari jenis kelamin. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis statistik sebagai alat untuk menguji hipotesis yang telah dirancang sebelumnya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji T (*T-test*), yakni metode statistik yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara nilai rata-rata dari dua kelompok atau lebih. Sebelum dilakukan analisis data menggunakan *T-test*, dilakukan uji asumsi terlebih dahulu terhadap data penelitian yang meliputi:

1. Uji Normalitas

Menurut Situmorang (2019) tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan memiliki distribusi yang sesuai atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi yang berbentuk seperti kurva lonceng. Data dikatakan baik apabila pola penyebarannya simetris, tidak condong ke kiri maupun ke kanan.

2. Uji Homogenitas

Menurut Sianturi (2022) uji homogenitas digunakan untuk menentukan apakah varians dari beberapa kelompok populasi menunjukkan kesamaan atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan varians antar kelompok untuk menentukan apakah data memiliki penyebaran yang homogen. Uji homogenitas hanya dapat dilakukan jika data yang digunakan berdistribusi normal. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa perbedaan yang ditemukan dalam

analisis statistik parametrik memang disebabkan oleh perbedaan antar kelompok, bukan karena variasi yang terdapat di dalam kelompok itu sendiri.

3.5 Uji Coba Alat Ukur

1. Uji Validitas

Menurut Sugiharto dan Sitinjak (dalam Sanaky et al., 2021), validitas dalam penelitian merujuk pada sejauh mana instrumen benar-benar mampu mengukur hal yang seharusnya diukur sesuai dengan konstruk penelitian. Dengan demikian, validitas menjadi indikator penting mengenai ketepatan suatu alat ukur dalam merepresentasikan variabel yang diteliti. Uji validitas sendiri merupakan prosedur yang digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mencerminkan dimensi yang hendak diukur. Instrumen dengan validitas tinggi dapat diandalkan karena hasil pengukurannya lebih akurat, sementara instrumen dengan validitas rendah dianggap kurang dapat dipercaya. Dengan kata lain, validitas berfungsi sebagai penentu kelayakan instrumen dalam mengukur variabel penelitian.

Sanaky et al. (2021) menjelaskan bahwa uji validitas umumnya dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik, salah satunya program SPSS. Teknik yang sering digunakan adalah korelasi *Bivariate Pearson*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan skor total (jumlah keseluruhan butir). Apabila suatu butir menunjukkan korelasi signifikan dengan skor total, maka butir tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, butir yang tidak memiliki korelasi signifikan dianggap tidak valid. Hasil uji validitas biasanya ditentukan dengan membandingkan nilai korelasi hasil perhitungan (r hitung) dengan nilai korelasi pada tabel (r tabel) berdasarkan taraf signifikansi tertentu.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan melibatkan 30 mahasiswa di Kota Medan, menyesuaikan dengan keterbatasan jumlah populasi dan sampel yang tersedia. Jumlah responden tersebut dijadikan dasar untuk menentukan nilai r tabel pada taraf signifikansi 5%.

Menurut Engkus (2019), kriteria pengujian validitas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 0,05.
2. Item pernyataan dinyatakan tidak valid apabila nilai r hitung $<$ r tabel pada taraf signifikansi 0,05.
3. Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation* dalam *output* SPSS. Dengan jumlah responden 30 orang dan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), nilai r tabel yang digunakan adalah 0,361.

2. Uji Reliabilitas

Sugiharto dan Situnjuk (dalam Sanaky et al., 2021) menyatakan bahwa reliabilitas berkaitan dengan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian dalam mengumpulkan data yang dapat dipercaya serta menggambarkan informasi yang sebenarnya. Sementara itu, Ghazali (dalam Sanaky et al., 2021) mengemukakan bahwa reliabilitas merupakan ukuran konsistensi dari kuesioner, yang berperan sebagai indikator suatu variabel atau konstruk tertentu. Suatu kuesioner dapat disebut reliabel apabila jawaban yang diberikan oleh responden menunjukkan konsistensi atau stabilitas dalam rentang waktu yang berbeda.

Menurut Engkus (2019), pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu eksternal dan internal. Pada pendekatan

eksternal, pengujian dapat dilaksanakan dengan metode *test-retest* (stabilitas), metode ekuivalen, maupun kombinasi keduanya. Sementara itu, pada praktik penelitian, uji reliabilitas umumnya dilakukan setelah uji validitas, dengan butir yang diuji terbatas pada butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid. Uji reliabilitas biasanya menggunakan taraf signifikansi 0,05. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *alpha* lebih besar ($>$) dari nilai r kritis *product moment*. Hal tersebut menunjukkan bahwa butir dalam kuesioner konsisten dan dapat diandalkan sebagai alat ukur.

Situmorang (2019) menambahkan bahwa butir pernyataan yang lolos uji validitas kemudian dapat diuji reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,8$ maka reliabilitas dikategorikan sangat baik.
2. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* berada pada rentang $0,7 < \alpha < 0,8$ maka reliabilitas dianggap baik.
3. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,7$ maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Berdasarkan kriteria tersebut, hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 30 mahasiswa di Kota Medan akan menunjukkan sejauh mana kuesioner dalam penelitian ini dapat dipercaya untuk mengukur variabel yang ditetapkan.

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan elemen yang memiliki karakteristik tertentu, yang menjadi dasar untuk menarik kesimpulan. Elemen-elemen tersebut menunjukkan jumlah, sementara karakteristik yang dimaksud menggambarkan sifat atau ciri khas

dari kelompok tersebut (Sanusi, 2019). Populasi yang diteliti adalah Mahasiswa dan Mahasiswi yang ada di Kota Medan yang melakukan *compulsive buying*.

3.6.2 Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau karakteristik yang dapat merepresentasikan seluruh populasi secara keseluruhan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *accidental sampling* (dalam Jasmalinda, 2021). Menurut Sugiyono *accidental sampling* merupakan teknik pemilihan sampel yang didasarkan pada faktor kebetulan. Artinya, siapa saja yang secara tidak sengaja ditemui oleh peneliti dapat dijadikan responden, selama orang tersebut memenuhi kriteria yang relevan sebagai sumber data (dalam Daengs GS et al., 2022). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 128 responden.

Karakteristik sampel dalam penelitian ini meliputi:

1. Berusia 18 tahun hingga 25 tahun (mahasiswa dan mahasiswi).
2. Menghabiskan waktu dalam kegiatan berbelanja.
3. Melakukan kegiatan berbelanja dan membeli produk yang sejenis secara berulang.
4. Bersedia memberikan persetujuan untuk berpartisipasi dalam penelitian.

3.7 Prosedur Kerja

1. Tahap persiapan

Tahap pertama dalam melakukan penelitian ini adalah menyusun instrumen penelitian berupa skala penelitian dari *online compulsive buying* dan kontrol diri.

Setelah penyusunan, instrumen akan di uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan konsistensi internal yang baik.

2. Tahap pengumpulan data

Pada tahap ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan platform *Google Form* dengan menyertakan informasi penelitian serta persetujuan responden.

3. Tahap pengolahan data

Pada tahap ini, data yang telah terkumpul akan diperiksa kelengkapannya dan kemudian diolah menggunakan perangkat lunak *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Proses analisis data mencakup perhitungan nilai rata-rata dari setiap skala penelitian serta analisis distribusi demografis responden.

4. Tahap analisis data

Pada tahap ini dilakukan analisis statistik komparatif terhadap hasil penelitian untuk membandingkan tingkat kontrol diri terhadap *online compulsive buying* yang ditinjau dari jenis kelamin.

5. Tahap pelaporan

Pada tahap akhir ini dilakukan penyusunan laporan hasil penelitian yang berbentuk skripsi atau artikel ilmiah dengan menyajikan temuan utama terkait kontrol diri terhadap *online compulsive buying* yang ditinjau dari jenis kelamin.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data terhadap mahasiswa dan mahasiswi di Kota Medan, ditemukan adanya perbedaan signifikan dalam kontrol diri yang memengaruhi perilaku *online compulsive buying*. Mahasiswa menunjukkan tingkat kontrol diri yang lebih tinggi, dengan rata-rata skor 131.88, dibandingkan mahasiswi yang memperoleh skor rata-rata 125.52, serta memiliki variasi kontrol diri yang lebih luas. Pada *online compulsive buying* mahasiswi cenderung memiliki skor tinggi pada beberapa dimensi, seperti *tolerance*, *relapse*, dan *mood modification*, yang mencerminkan kecenderungan perilaku *online compulsive buying* sebagai bentuk pelarian emosional dan kesulitan dalam menghentikan perilaku tersebut. Dalam hal kontrol diri, kelemahan terlihat pada dimensi *deliberate* dan *reliability*, sementara kekuatan hanya tampak pada *self-discipline*. Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Tangney et al. (2004), yang menyatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengarahkan perilaku sesuai dengan norma, nilai, dan aturan sosial untuk mencapai hasil yang positif. Selain itu, faktor seperti usia, latar belakang budaya, kondisi keuangan, serta jenis produk yang dibeli (khususnya fashion) dan penggunaan *platform* belanja *online* seperti *Shopee*, turut berkontribusi terhadap perilaku *online compulsive buying* ini. Rendahnya kontrol diri pada mahasiswi membuat mereka lebih rentan terhadap impuls belanja, yang berpotensi menimbulkan dampak negatif secara finansial dan psikologis apabila tidak dikelola dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data terhadap mahasiswa dan mahasiswi di Kota Medan dari teori kontrol diri rendah yang dikemukakan oleh Tangney et al. (2004), bahwa individu dengan kontrol diri yang rendah cenderung mengalami kesulitan dalam menahan dorongan sesaat dan lebih rentan terhadap perilaku kompulsif, termasuk dalam konteks belanja *online*. Oleh karena itu, secara praktis, mahasiswa yang memiliki kecenderungan kontrol diri rendah disarankan untuk menerapkan strategi penguatan diri seperti menetapkan tujuan keuangan jangka pendek, membuat daftar belanja sebelum mengakses aplikasi *e-commerce*, serta membatasi waktu penggunaan media sosial yang memicu keinginan konsumtif. Selain itu, mahasiswa juga dapat melatih pengendalian diri melalui aktivitas yang menuntut konsistensi seperti olahraga teratur, meditasi, atau kegiatan organisasi yang memperkuat disiplin pribadi. Serta saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Saran untuk Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mahasiswa, khususnya mahasiswi, cenderung lebih rentang terhadap perilaku *online compulsive buying*, disarankan agar mahasiswa lebih meningkatkan kesadaran diri terhadap pemicu belanja kompulsif seperti diskon dan pengaruh media sosial agar dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan pembelian. Membuat anggaran belanja bulanan yang realistik dan membatasi pengeluaran sesuai uang saku sangat penting untuk mencegah pembelian berlebihan. Mahasiswa juga sebaiknya menghindari godaan promosi berlebihan dengan membatasi akses ke aplikasi atau situs belanja saat tidak diperlukan, serta melatih diri menunda pembelian minimal 24 jam guna mengurangi keputusan impulsif. Mengalihkan perhatian ke aktivitas positif seperti olahraga,

hobi, atau berkumpul dengan teman dapat membantu menekan dorongan emosional yang memicu *compulsive buying*. Selain itu, meningkatkan pengetahuan tentang manajemen keuangan melalui pelatihan atau seminar dapat membantu pengelolaan uang yang lebih baik. Jika kesulitan mengendalikan dorongan belanja, mencari dukungan sosial atau konsultasi dengan profesional seperti psikolog sangat dianjurkan agar masalah ini dapat ditangani secara efektif.

2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk memperluas jangkauan sampel dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai wilayah atau perguruan tinggi, agar temuan penelitian menjadi lebih representatif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas. Serta peneliti selanjutnya dapat memilih cakupan sampel yang berbeda seperti pria dan wanita dewasa yang sudah memiliki penghasilan. Penelitian juga dapat mempertimbangkan variabel tambahan seperti tingkat stres, penggunaan media sosial, atau faktor kepribadian yang mungkin turut memengaruhi perilaku *compulsive buying*. Selain itu, pendekatan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif) dapat digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai motif dan pengalaman individu dalam berbelanja *online* secara kompulsif. Peneliti juga dapat membandingkan berbagai *platform e-commerce* serta jenis produk yang berbeda untuk melihat kecenderungan perilaku konsumtif secara lebih spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., Untoro, V., & Wiroko, E. P. (2024). Understanding Online Buying Behavior in University Students: The Role of Conformity and Academic Stress on Compulsive Buying. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 12(1), 96. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v12i1.13857>
- Alonso-Alonso, M., & Pascual-Leone, A. (2007). The Right Brain Hypothesis for Obesity. *JAMA*, 297(16), 1819. <https://doi.org/10.1001/jama.297.16.1819>
- American Psychiatric Association. (2022). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders: Fifth Edition Text Revision DSM-5-TR™* (Fifth Edition). American Psychiatric Association Publishing.
- Amin, S., Dewi, R., & Suzanna, E. (2024). Gambaran Kontrol Diri Pada Mahasiswa Yang Berpacaran DiUniversitas Malikussaleh. *Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol 2. No.2, 283–394.
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Pallesen, S., Bilder, R. M., Torsheim, T., & Aboujaoude, E. (2015). The Bergen Shopping Addiction Scale: Reliability and validity of a brief screening test. *Frontiers in Psychology*, 6. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01374>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868–882. <https://doi.org/10.1086/426626>
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Baraba, G. S. (2020). *Celebrity Worship Terhadap Pembelian Komulsif Pada Penggemar K-Pop Di Jabodetabek*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Baumeister, R. F., Smart, L., & Boden, J. M. (1996). Relation of Threatened Egotism to Violence and Aggression: The Dark Side of High Self-Esteem. *Psychological Review*, 103 No.1, 5–33.
- Billieux, J., Rochat, L., Rebetez, M. M. L., & Van Der Linden, M. (2008). Are all facets of impulsivity related to self-reported compulsive buying behavior? *Personality and Individual Differences*, 44(6), 1432–1442. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.12.011>
- Black, D. W. (2007). A review of compulsive buying disorder. *World Psychiatry*, 14–18.
- Burt, C. H. (2020). Self-Control and Crime: Beyond Gottfredson & Hirschi's Theory. *Annual Review of Criminology*, 3(1), 43–73. <https://doi.org/10.1146/annurev-criminol-011419-041344>

- Cahyono, H. (2019). PERAN MAHASISWA DI MASYARAKAT. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Setiabudhi*, Vol.1(No.1).
- Calhoun, J. F., & Acocella, J. R. (1990). *PSYCHOLOGY OF ADJUSTMENT AND HUMAN RELATIONSHIPS* (Third Edition). McGraw Hill.
- Daengs GS, A., Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). PERAN TIMELIMENES DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER SATISFACTION, CUSTOMER LOYALTY PT. JNE. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i1.71>
- Dewandari, B. P., & Putri, E. T. (2021). Pengaruh Citra Tubuh dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Wanita Dewasa Awal di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 402. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5981>
- Dewi, A. V., & Arswimba, B. A. (2024). Perbedaan Tingkat Self Control pada Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Sanata Dharma Pengguna Media Sosial X (Twitter) ditinjau dari Jenis Kelamin. *Bhinneka: Jurnal Bintang Pendidikan dan Bahasa*, 2(4), 198–311. <https://doi.org/10.59024/bhinneka.v2i4.1066>
- Dinawan, M. R. (2010). ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(3), 335–369.
- Dittmar, H. (2005). A New Look at “Compulsive Buying”: Self-Discrepancies and Materialistic Values as Predictors of Compulsive Buying Tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(6), 832–859. <https://doi.org/10.1521/jscp.2005.24.6.832>
- Dreher, J.-C., Dunne, S., Pazderska, A., Frodl, T., Nolan, J. J., & O’Doherty, J. P. (2016). Testosterone causes both prosocial and antisocial status-enhancing behaviors in human males. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(41), 11633–11638. <https://doi.org/10.1073/pnas.1608085113>
- Duroy, D., Gorse, P., & Lejoyeux, M. (2014). Characteristics of online compulsive buying in Parisian students. *Addictive Behaviors*, 39(12), 1827–1830. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.07.028>
- Edwards, E. A. (1993). Development of a New Scale for Measuring Compulsive Buying Behavior. *Financial Counseling and Planning*, 4.
- Elmayanti, A., Laksono, B. A., Shalshabella, M. D., Ristanti, N. R., & Falia, N. (2023). Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Remaja. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(1), 297. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i1.4467>
- Engkus. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI PUSKESMAS CIBITUNG KABUPATEN SUKABUMI. *Jurnal Governansi*, 5(2), 99–109. <https://doi.org/10.30997/jgs.v5i2.1956>
- Ermayulis, D., Masril, M., & Hardi, E. (2019). Pengaruh Konseling Kelompok Menggunakan Pendekatan Cognitive Behavior Therapy untuk

- Meningkatkan Kontrol Diri Siswa. *Indonesian Journal of Counseling and Development*, 1(2), 141–149. <https://doi.org/10.32939/ijcd.v1i2.921>
- Farial., Handayani, E. S., & Tohari, S. (2020). STUDI PERBANDINGAN TINGKAT RESILIENSI PENGGUNA NARKOBA DI TINJAU BERDASARKAN TINGKAT USIA. *Program Studi Bimbingan dan Konseling FKIP Universitas Islam Jember*, 3(1), 30–39.
- Goldfried, M. R., & Merbaum, M. (1973). *Behavior change through self-control*. Holt Rinehart and Winston.
- Gottfredson, M. R., & Hirschi. (1990). *A general theory of crime*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Handayani. (2012). MODEL HOWARD & SHETH SEBAGAI ALTERNATIF MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN DALAM MANAJEMEN PEMASARAN. *Dharma Ekonomi STIE Dharmaputra Semarang*, No.35.
- Harahap, J. Y. (2017). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN KETERGANTUNGAN INTERNET DI PUSTAKA DIGITAL PERPUSTAKAAN DAERAH MEDAN. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 3(2), 131. <https://doi.org/10.22373/je.v3i2.3091>
- Hartaji, D. A. (2012). Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua. *Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma*.
- Heather, N. (2017). Is the concept of compulsion useful in the explanation or description of addictive behaviour and experience? *Elsevier B.V*, 15–38. <http://dx.doi.org/10.1016/j.abrep.2017.05.002>
- Himawan, A., Widyasari, D. C., & Iswinarti, I. (2023). KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU BELANJA KOMPULSIF PADA REMAJA PUTRI YANG AKTIF BERMEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Proyeksi*, 18(1), 61. <https://doi.org/10.30659/jp.18.1.61-77>
- Horváth, C., Büttner, O. B., Belei, N., & Adığüzel, F. (2015). Balancing the balance: Self-control mechanisms and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 49, 120–132. <https://doi.org/10.1016/j.jeop.2015.05.004>
- Hurlock, E. B. (2015). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Edisi 5). Jakarta : Erlangga.
- Ingallalikar, M., Smith, A., Parker, D., Satterthwaite, T. D., Elliott, M. A., Ruparel, K., Hakonarson, H., Gur, R. E., Gur, R. C., & Verma, R. (2014). Sex differences in the structural connectome of the human brain. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(2), 823–828. <https://doi.org/10.1073/pnas.1316909110>
- Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values. *American Sociological Review*, 65(1), 19. <https://doi.org/10.2307/2657288>
- Jain, A., Srivastava, Dr. S., & Shukla, A. (2023). Self-control and compulsive buying behavior: The mediating role of ill-being perception. *Cogent*

- Business & Management*, 10(3), 2286673.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2286673>
- Jasmalinda. (2021). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MOTOR YAMAHA DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol 1 No.10.
- Jonathan, J. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Compulsive Buying pada Remaja Akhir Pengguna Layanan Food Delivery Service di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(10), 416–425. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.11435985>
- Juniar, S. A. (2023). KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA SISWI SMK AL-HIKMAH CURUG. *Journal of Business Education and Social*, 4(1), 18–29. <https://doi.org/10.33592/jbes.v4i1.4266>
- Kambey, J. F. R., Moniharapon, S., & Soegoto, A. S. (2022). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, REFERENCE GROUP, AND PRICE PERCEPTION TOWARDS PURCHASING DECISIONS OF PT.TELKOM TOMOHON INDIHOME INTERNET SERVICE. *Jurnal Emba*, Vol.10(No.1), 879–890.
- Khotri, E. L., Pratitis, N. T., & Arfiana, I. Y. (2022). Kecenderungan shopaholic pada remaja: Adakah peranan kontrol diri? *Journal of Psychological Research*, Volume 2(No. 3), 492–498.
- Koran, L. M., Faber, R. J., Aboujaoude, E., Large, M. D., & Serpe, R. T. (2006). Estimated Prevalence of Compulsive Buying Behavior in the United States. *Psychiatry*, 163(10).
- Lubis, Y. N. M., & Sovitriana, R. (2019). GAMBARAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PRIA DEWASA AWAL YANG GEMAR BERBEBELANJA DI MALL KAWASAN JAKARTA. <https://doi.org/10.31219/osf.io/keavx>
- Manchiraju, S., Sadachar, A., & Ridgway, J. L. (2016). The Compulsive Online Shopping Scale (COSS): Development and Validation Using Panel Data. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15(1), 209–223. <https://doi.org/10.1007/s11469-016-9662-6>
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, Vol.3(2).
- Müller, A., Mitchell, J. E., & De Zwaan, M. (2015). Compulsive buying. *The American Journal on Addictions*, 24(2), 132–137. <https://doi.org/10.1111/ajad.12111>
- Nevid, J. S., Rathus, S. A., & Greene, B. (2018). *Abnormal psychology in a changing world* (Tenth edition). Pearson Higher Education.
- Ningsih, E. Y., Nurwadana, J. R., Putra, E., & Riyu, F. (2024). Pola Berpikir Abstrak pada Mahasiswa dalam Proses Akademik. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, Vol.15(1), 14–26.

- O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147. <https://doi.org/10.1086/209204>
- Panjaitan, S., Simanungkalit, M., Wardoyo, Y., Tuerah, F., & Roson, N. (2018). Hubungan Antara Dukungan Keluarga Inti Dengan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa. *Journal Kerusso*, 3(1), 24–31. <https://doi.org/10.33856/kerusso.v3i1.89>
- Prameswari, F. H. K., Riskasari, W., & Patrika, F. J. (2024). Celebrity worship dengan compulsive buying pada k-popers di Surabaya. *JURNAL PSIKOLOGI POSEIDON*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.30649/jpp.v7i1.110>
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Rahmadania, A., & Aly, H. N. (2023). Implementasi Teori Hirarchy Of Needs Maslow Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Di Yayasan Cahaya Generasi Islam Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Volume 5 No.4.
- Rahmat, R., & Suryanto. (2020). PERILAKU COMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA PENGGUNA E-COMMERCE DALAM MEMBELI BARANG “BRANDED” DI SURABAYA. *Prosiding Seminar Nasional 2020 Fakultas Psikologi UMBY*.
- Ramadhani, R. N., & Abdillah, R. (2024). Kontrol Diri dan Impulsive Buying pada Penggemar K-Pop di Komunitas X. *Jurnal Psikologi*, Vol. 20 No.2, 63–69.
- Reeves, R. A., Baker, G. A., & Truluck, C. S. (2012). Celebrity Worship, Materialism, Compulsive Buying, and the Empty Self. *Psychology & Marketing*, 29(9), 674–679. <https://doi.org/10.1002/mar.20553>
- Risamana, W., & Suminar, D. R. (2017). HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP PENGASUHAN ORANG TUA DENGAN KECENDERUNGAN COMPULSIVE BUYING PADA WANITA DEWASA AWAL DI SURABAYA. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*, Vol. 6, 13–23.
- Romadhon, Wahyudi, I., & Rohyati, E. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Melanggar Peraturan pada Santri Pondok Pesantren X di Kabupaten Sleman. *Jurnal Psikologi*, 15(1).
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH. 11(1).
- Santrock, J. W. (2024). *Life-span development* (Ninteenth edition). McGraw Hill LLC.
- Sanusi, A. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS* (D.A. Halim, Ed.). Salemba Empat.

- Schlosser, S., Black, D. W., Repertinger, S., & Freet, D. (1994). Demography, Phenomenology, and Comorbidity in 46 Subjects. *General Hospital Psychiatry*, 16, 205–212.
- Seftila, S., Saryono, O., & Prabowo, F. H. E. (2021). PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN SECARA ONLINE DALAM APLIKASI E-COMMERCE. *Jurnal Value*, 16(2), 499–511.
- Sianturi, R. (2022). Uji homogenitas sebagai syarat pengujian analisis. *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, dan Agama*, 8(1), 386–397. <https://doi.org/10.53565/pssa.v8i1.507>
- Sipahutar, H. K. (2023). *PENGARUH KONTROL DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI PERIKANAN SIBOLGA SKRIPSI*. Universitas Medan Area.
- Situmorang, S. H. (2019). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis* (4th ed). USU Press.
- Sramova, B., & Pavelka, J. (2019). Gender differences and wellbeing values in adolescent online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 47(6), 623–642. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2017-0173>
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Blackwell*, 72(2).
- Virly, N., & Balgies, S. (2023). Self Esteem Dengan Online Compulsive Buying Produk Fashion Pada Konsumen Perempuan. *Jurnal Psycho Aksara*, Vol. 1, No.1.
- Virly, N., & Muhid, A. (2023). Mengubah Perilaku Compulsive Buying Pada Remaja Melalui Cognitive Behavioral Therapy: Literature Review. *Jurnal Psycho Aksara*, Vol 1, No1.
- Waruwu, D., Kusumadinata, A. A., & Sukarelawati. (2024). KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN DALAM BERBELANJA KEBUTUHAN SECARA ONLINE. *Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara*, Vol 1(4).
- Workman, L., & Paper, D. (2010). Compulsive Buying: A Theoretical Framework. *The Journal of Business Inquiry*, 9(1), 89–126.
- Yusuf, S. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/1/26

LAMPIRAN 1**UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS****Uji validitas skala *online compulsive buying***

SKALA ONLINE COMPULSIVE BUYING				
No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Saya cenderung membeli barang karena tampilannya menarik	0.522	0.361	Valid
2	Ketika suasana hati saya buruk, saya justru menghindari berbelanja.	0.751	0.361	Valid
3	Saya cenderung menyesal membeli barang yang tidak diperlukan.	0.425	0.361	Valid
4	Kemasan produk bukan alasan utama saya untuk membeli produk	0.544	0.361	Valid
5	Saya cenderung berbelanja untuk memperbaiki suasana hati yang buruk.	0.718	0.361	Valid
6	Saya puas dengan keputusan saya setiap kali berbelanja	0.259	0.361	Tidak valid
7	Kemasan produk sangat memengaruhi keputusan saya untuk membeli	0.439	0.361	Valid
8	Saya hanya membeli barang berdasarkan kebutuhan, bukan karena perasaan saya	0.799	0.361	Valid
9	Saya cenderung merasa bersalah setelah menghabiskan uang untuk berbelanja	0.264	0.361	Tidak valid
10	Saya lebih mementingkan fungsi daripada kemasan produk	0.745	0.361	Valid
11	Suasana hati yang buruk mendorong saya untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan	0.863	0.361	Valid
12	Saya yakin dan tidak menyesal atas pembelian saya.	0.367	0.361	Valid
13	Saya cenderung membeli produk rekomendasi dari influencer terkenal.	0.359	0.361	Tidak valid
14	Saya tidak merasa lebih bahagia setelah membeli sesuatu.	0.130	0.361	Tidak valid
15	Saya cenderung ingin membeli barang yang tidak dibutuhkan.	0.787	0.361	Valid
16	Saya jarang membeli produk hanya karena direkomendasikan influencer terkenal.	0.681	0.361	Valid
17	Saya merasa lebih bahagia setelah membeli sesuatu.	0.225	0.361	Tidak valid
18	Saya cenderung membuat pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu	0.767	0.361	Valid
19	Promo atau diskon besar sering mendorong saya untuk segera membeli.	0.199	0.361	Tidak valid

Lanjutan uji validitas skala *online compulsive buying*

SKALA ONLINE COMPULSIVE BUYING				
No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
20	Saya hanya membeli barang berdasarkan kebutuhan, bukan karena perasaan saya.	0.727	0.361	Valid
21	Saya membeli sesuatu karena adanya dorongan dari hati.	0.388	0.361	Valid
22	Saya tidak akan membeli produk hanya karena ada promo.	0.695	0.361	Valid
23	Kondisi mood saya menjadi lebih baik setelah berbelanja.	0.396	0.361	Valid
24	Saya membeli barang sesuai dengan kebutuhan.	0.759	0.361	Valid
25	Saya tidak puas jika hanya membeli satu barang saja.	0.806	0.361	Valid
26	Ketika saya mencoba fokus pada aktivitas lain, saya tidak lagi tertarik untuk berbelanja.	0.440	0.361	Valid
27	Jumlah barang yang saya beli sesuai dengan kebutuhan.	0.797	0.361	Valid
28	Setelah mencoba berhenti berbelanja, saya tetap tergoda untuk membeli sesuatu	0.723	0.361	Valid
29	Saya kurang puas jika hanya membeli sedikit produk	0.833	0.361	Valid
30	Kegiatan lain yang saya lakukan cukup efektif untuk mengurangi keinginan untuk berbelanja kembali.	0.686	0.361	Valid
31	Saya hanya berbelanja secukupnya.	0.835	0.361	Valid
32	Meskipun sudah sibuk dengan kegiatan lain, saya tetap punya keinginan untuk berbelanja.	0.663	0.361	Valid
33	Saya cenderung merasa ingin membeli lebih banyak meskipun sudah membeli beberapa barang.	0.788	0.361	Valid
34	Orang lain tidak memengaruhi keputusan saya dalam berbelanja.	0.150	0.361	Tidak valid
35	Saya tidak merasa tergoda untuk terus menambah jumlah barang yang saya beli.	0.451	0.361	Valid
36	Saya cenderung tergoda untuk membeli sesuatu setelah melihat teman saya berbelanja	0.766	0.361	Valid
37	Sulit bagi saya untuk berhenti berbelanja setelah memulai.	0.825	0.361	Valid
38	Saya tetap konsisten untuk tidak membeli meskipun banyak teman saya yang berbelanja	0.612	0.361	Valid
39	Saya tidak merasa tergoda untuk terus menambah jumlah barang yang saya beli.	0.439	0.361	Valid
40	Saya kembali berbelanja karena adanya pengaruh dari orang di sekitar.	0.853	0.361	Valid

Lanjutan uji validitas skala *online compulsive buying*

SKALA ONLINE COMPULSIVE BUYING				
No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
41	Saya kesal jika melewatkkan satu event belanja.	0.730	0.361	Valid
42	Kebiasaan berbelanja tidak mengganggu keuangan saya.	0.445	0.361	Valid
43	Saya baik-baik saja meskipun melewatkkan event promo yang saya tunggu	0.614	0.361	Valid
44	Saya cenderung kehabisan uang karena terlalu banyak belanja.	0.637	0.361	Valid
45	Tidak menonton satu live jualan membuat saya kesal.	0.696	0.361	Valid
46	Saya bisa mengatur antara menabung dengan kebutuhan berbelanja.	0.758	0.361	Valid
47	Saya merasa tidak terpengaruh jika tidak mengikuti suatu event atau promosi	0.413	0.361	Valid
48	Pengeluaran belanja sering melebihi pendapatan saya.	0.864	0.361	Valid
49	Saya tertekan saat mencoba mengurangi kebiasaan belanja	0.866	0.361	Valid
50	Orang sekitar saya mendukung kebiasaan belanja saya	0.047	0.361	Tidak valid
51	Mengurangi belanja membuat saya lebih tenang.	0.723	0.361	Valid
52	Orang terdekat saya sering meneguri kebiasaan belanja saya.	0.638	0.361	Valid
53	Saya sedih saat tak bisa membeli barang yang diinginkan	0.638	0.361	Valid
54	Kebiasaan belanja tidak mengganggu hubungan saya dengan keluarga atau teman.	0.292	0.361	Tidak valid
55	Saya tetap tenang meski sedang mengurangi pembelian.	0.754	0.361	Valid
56	Orang-orang terdekat saya pernah merasa terganggu dengan pola belanja saya.	0.767	0.361	Valid

Uji Validitas skala kontrol diri

SKALA KONTROL DIRI				
No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Saya terbiasa menjalani hari sesuai rencana.	0.741	0.361	Valid
2	Saya cenderung tergesa-gesa mengambil keputusan tanpa mempertimbangkan semua kemungkinan	0.741	0.361	Valid
3	Saya mampu menghentikan kebiasaan buruk saya	0.777	0.361	Valid
4	Saya lebih suka menjalani hari secara spontan tanpa direncanakan.	0.612	0.361	Valid
5	Saya mempertimbangkan berbagai kemungkinan sebelum mengambil keputusan.	0.743	0.361	Valid
6	Saya sulit menghentikan kebiasaan buruk saya.	0.780	0.361	Valid
7	Saya merasa nyaman dan lebih produktif dengan rutinitas yang teratur.	0.559	0.361	Valid
8	Saya mudah terbawa emosi dan mengambil keputusan tanpa banyak pertimbangan .	0.622	0.361	Valid
9	Saya konsisten meninggalkan kebiasaan yang buruk.	0.791	0.361	Valid
10	Saya merasa kurang produktif saat mengikuti jadwal yang teratur.	0.667	0.361	Valid
11	Saya mencari banyak informasi Sebelum mengambil keputusan.	0.642	0.361	Valid
12	Saya cenderung kembali pada kebiasaan buruk yang sebenarnya ingin saya tinggalkan.	0.717	0.361	Valid
13	Saya sering memilih untuk bekerja lebih keras sekarang agar bisa menikmati hasil yang lebih memuaskan di masa depan.	0.429	0.361	Valid
14	Perasaan saya tidak tenang ketika ada masalah mendesak.	0.564	0.361	Valid
15	Saya cenderung memilih makanan yang sehat untuk menjaga tubuh saya.	0.664	0.361	Valid
16	Saya cenderung mengabaikan tujuan besar saya karena saya tidak bisa menahan keinginan untuk menikmati kepuasan sekarang.	0.580	0.361	Valid
17	Saya tetap tenang saat berada di bawah tekanan	0.761	0.361	Valid
18	Saya cenderung bergadang tanpa alasan yang penting.	0.316	0.361	Tidak valid
19	Saya sabar menjalani proses untuk mendapatkan hasil yang memuaskan.	0.738	0.361	Valid
20	Saya sulit fokus jika dalam situasi mendesak	0.647	0.361	Valid

Lanjutan uji validitas skala kontrol diri

SKALA KONTROL DIRI				
No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
21	Saya tidur cukup agar tubuh dan pikiran saya tetap sehat.	0.436	0.361	Valid
22	Saya lebih mementingkan hasil dari pada proses.	0.543	0.361	Valid
23	Saya tetap berpikir jernih dalam membuat keputusan yang tepat saat dikejar waktu.	0.737	0.361	Valid
24	Saya lebih memilih menyendiri meskipun merasa tertekan.	0.432	0.361	Valid
25	Saya cenderung menyelesaikan tugas tepat waktu	0.752	0.361	Valid
26	Saya cenderung memulai tugas tanpa tahu tujuannya	0.065	0.361	Tidak valid
27	Tugas saya menumpuk karena tidak bisa mengatur waktu.	0.753	0.361	Valid
28	Saya mampu mengatur kegiatan sebelum melakukan perjalanan liburan.	0.790	0.361	Valid
29	Saya mampu membagi waktu untuk menyelesaikan beberapa tugas sekaligus.	0.801	0.361	Valid
30	Saya kesulitan menentukan langkah-langkah kerja sebelum mulai mengerjakan tugas	0.646	0.361	Valid
31	Terkadang saya bermain sampai lupa tugas.	0.686	0.361	Valid
32	Saya menetapkan tenggat waktu yang realistik dalam menyelesaikan tugas.	0.678	0.361	Valid
33	Saya tidak menunggu perintah untuk menyelesaikan tugas yang sudah menjadi kewajiban saya.	0.701	0.361	Valid
34	Saya kesulitan menyusun ulang rencana kerja ketika menghadapi perubahan	0.750	0.361	Valid
35	Saya cenderung menyalahkan keadaan atau orang lain jika tugas saya gagal.	0.625	0.361	Valid
36	Saya mampu menyusun ulang rencana kerja saat situasi berubah.	0.735	0.361	Valid
37	Saya tetap menyelesaikan tugas meski ada hambatan.	0.418	0.361	Valid
38	Saya mudah bingung saat kondisi tidak sesuai dengan rencana.	0.734	0.361	Valid
39	Saya cenderung menunda mengerjakan tugas yang saya anggap sulit	0.736	0.361	Valid
40	Saya mampu mencari alternatif solusi jika rencana awal tidak berjalan.	0.801	0.361	Valid

Hasil Uji validitas skala *online compulsive buying*

Dimensi	Item				Jumlah	
	<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>			
	Valid	Gugur	Valid	Gugur		
<i>Salience</i>	1,7	13,19	4,10,16,22	-	8	
<i>Mood modification</i>	5,11,23	17	2,8,20	14	8	
<i>Conflict</i>	3,15,21	9	12,18,24	6	8	
<i>Tolerance</i>	25,29,33,37	-	27,31,35,39	-	8	
<i>Relapse</i>	28,32,36,40	-	26,30,38	34	8	
<i>Withdrawal</i>	41,45,49,53	-	43,47,51,55	-	8	
<i>Problems</i>	44,48,52,56	-	42,46	50,54	8	
Total	24	4	23	5	56	

Correlations

		Xtotal
X1	Pearson Correlation	.522**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	30
X2	Pearson Correlation	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X3	Pearson Correlation	-.425*
	Sig. (2-tailed)	.019
	N	30
X4	Pearson Correlation	.544**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
X5	Pearson Correlation	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X6	Pearson Correlation	.259
	Sig. (2-tailed)	.167
	N	30
X7	Pearson Correlation	.439*
	Sig. (2-tailed)	.015
	N	30
X8	Pearson Correlation	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	30
X9	Pearson Correlation	.264
	Sig. (2-tailed)	.159
	N	30
X10	Pearson Correlation	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X11	Pearson Correlation	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X12	Pearson Correlation	.367*
	Sig. (2-tailed)	.046
	N	30
X13	Pearson Correlation	.359
	Sig. (2-tailed)	.051
	N	30
X14	Pearson Correlation	.130
	Sig. (2-tailed)	.493
	N	30
X15	Pearson Correlation	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X16	Pearson Correlation	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X17	Pearson Correlation	.225
	Sig. (2-tailed)	.233
	N	30
X18	Pearson Correlation	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X19	Pearson Correlation	.199
	Sig. (2-tailed)	.291
	N	30
X20	Pearson Correlation	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X21	Pearson Correlation	.388*
	Sig. (2-tailed)	.034

	N	30
X22	Pearson Correlation	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X23	Pearson Correlation	.396*
	Sig. (2-tailed)	.031
	N	30
X24	Pearson Correlation	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X25	Pearson Correlation	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X26	Pearson Correlation	.440*
	Sig. (2-tailed)	.015
	N	30
X27	Pearson Correlation	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X28	Pearson Correlation	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X29	Pearson Correlation	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X30	Pearson Correlation	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X31	Pearson Correlation	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X32	Pearson Correlation	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X33	Pearson Correlation	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X34	Pearson Correlation	.150
	Sig. (2-tailed)	.428

	N	30
X35	Pearson Correlation	.451*
	Sig. (2-tailed)	.012
	N	30
X36	Pearson Correlation	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X37	Pearson Correlation	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X38	Pearson Correlation	.612**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X39	Pearson Correlation	.439*
	Sig. (2-tailed)	.015
	N	30
X40	Pearson Correlation	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X41	Pearson Correlation	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X42	Pearson Correlation	.445*
	Sig. (2-tailed)	.014
	N	30
X43	Pearson Correlation	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X44	Pearson Correlation	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X45	Pearson Correlation	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X46	Pearson Correlation	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X47	Pearson Correlation	.413*
	Sig. (2-tailed)	.023

	N	30
X48	Pearson Correlation	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X49	Pearson Correlation	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X50	Pearson Correlation	.047
	Sig. (2-tailed)	.807
	N	30
X51	Pearson Correlation	.723 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X52	Pearson Correlation	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X53	Pearson Correlation	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X54	Pearson Correlation	.292
	Sig. (2-tailed)	.118
	N	30
X55	Pearson Correlation	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X56	Pearson Correlation	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Xtotal	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

Hasil Uji validitas skala kontrol diri

Dimensi	Item				Jumlah	
	Favorable		Unfavorable			
	Valid	Gugur	Valid	Gugur		
<i>Self-discipline</i>	1,7,13,19	-	4,10,16,22	-	8	
<i>Deliberate/nonimpulsive</i>	5,11,17,23	-	2,8,14,20	-	8	
<i>Healthy habits</i>	3,9,15,21	-	6,12,24	18	8	
<i>Work Ethic</i>	25,29,33,37,40	-	27,31,35,39	-	9	
<i>Reliability</i>	28,32,36	-	30,34,38	26	7	
Total	20	0	18	2	40	

Correlations

		Ytotal
Y1	Pearson Correlation	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y2	Pearson Correlation	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y3	Pearson Correlation	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y4	Pearson Correlation	.612**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y5	Pearson Correlation	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y6	Pearson Correlation	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y7	Pearson Correlation	.559**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
Y8	Pearson Correlation	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y9	Pearson Correlation	.791**

	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y10	Pearson Correlation	.667**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y11	Pearson Correlation	.642**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y12	Pearson Correlation	.717**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y13	Pearson Correlation	.429*
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.018
	N	30
Y14	Pearson Correlation	.564**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.001
	N	30
Y15	Pearson Correlation	.664**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y16	Pearson Correlation	.580**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.001
	N	30
Y17	Pearson Correlation	.761**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y18	Pearson Correlation	.316
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.089
	N	30
Y19	Pearson Correlation	.738**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y20	Pearson Correlation	.647**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y21	Pearson Correlation	.436*
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.016
	N	30
Y22	Pearson Correlation	.543**

	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.002
	N	30
Y23	Pearson Correlation	.737**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y24	Pearson Correlation	-.432*
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.017
	N	30
Y25	Pearson Correlation	.752**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y26	Pearson Correlation	.065
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.733
	N	30
Y27	Pearson Correlation	.753**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y28	Pearson Correlation	.790**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y29	Pearson Correlation	.801**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y30	Pearson Correlation	.646**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y31	Pearson Correlation	.686**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y32	Pearson Correlation	.678**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y33	Pearson Correlation	.701**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y34	Pearson Correlation	.750**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y35	Pearson Correlation	.625**

	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y36	Pearson Correlation	.735**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y37	Pearson Correlation	.418*
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.022
	N	30
Y38	Pearson Correlation	.734**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y39	Pearson Correlation	.736**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Y40	Pearson Correlation	.801**
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	.000
	N	30
Ytotal	Pearson Correlation	1
	<u>Sig. (2-tailed)</u>	
	N	30

Hasil Uji Reliabilitas Skala *Online Compulsive Buying*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	56

Hasil Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.960	40

LAMPIRAN 2

KUESIONER

Assalamualaikum wr.wb.

Selamat Pagi/Siang/Malam.

Perkenalkan saya Dinda Melinda mahasiswi stambul 2021 dari Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Sumatera Utara yang saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir. Melalui pengantar ini saya memohon kesediaan teman-teman untuk mengisi pernyataan-pernyataan di bawah ini dikaitkan dengan kondisi saat Anda berbelanja *online*. Saya menjamin data yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini.

Informed Consent (Persetujuan Partisipasi)

Sebelum melanjutkan, mohon baca informasi berikut:

- 5.3 Partisipasi Anda bersifat sukarela dan Anda dapat menghentikan pengisian kapan saja.
- 5.4 Tidak ada risiko signifikan dari partisipasi ini.
- 5.5 Data Anda akan dijaga kerahasiaannya.
- 5.6 Dengan melanjutkan, Anda menyetujui untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Hormat saya,

Dinda Melinda

Identitas Diri

1. Nama / Inisial :
2. Tempat Lahir :
3. Tanggal Lahir :
4. Usia :
5. Jenis Kelamin :
6. Suku :

7. Uang Saku Perbulan :

- <Rp 500.000 Rp 500.000 – Rp 1.000.000
 > RP 1.000.000

8. Jenis Produk yang Sering Dibeli :

- Fashion Elektronik Makanan/minuman
 Make up Skincare

9. Rata-rata Pengeluaran untuk Berbelanja Perbulan :

- < Rp 100.000 Rp 100.000 – Rp 500.000
 Rp 500.000 – Rp 1.000.000 > Rp 1.000.000

10. Platform Belanja *Online* yang Paling Sering Digunakan :

- Shopee Tiktok Shop
 Tokopedia Lazada

*Sebaiknya setiap data yang anda isi tidak ditunjukkan pada teman anda

Petunjuk Pengerjaan

Bacalah pernyataan dibawah ini dengan seksama. Pilihlah salah satu dari kalimat alternatif jawaban pada kolom yang telah tersedia yang paling sesuai dengan diri Anda sendiri. Tidak ada jawaban benar atau salah. Dimohon untuk isi pernyataan-pernyataan di bawah ini dikaitkan dengan kondisi saat Anda berbelanja *online*. Kerahasiaan jawaban yang Anda berikan akan dijaga sebaiknya.

Keterangan

STS: Sangat tidak setuju

TS: Tidak setuju

KS: Kurang setuju

S: Setuju

SS: Sangat Setuju

SKALA ONLINE COMPULSIVE BUYING						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya cenderung membeli barang karena tampilannya menarik					
2	Ketika suasana hati saya buruk, saya justru menghindari berbelanja.					
3	Saya cenderung menyesal membeli barang yang tidak diperlukan.					
4	Kemasan produk bukan alasan utama saya untuk membeli produk.					
5	Saya cenderung berbelanja untuk memperbaiki suasana hati yang buruk.					
6	Kemasan produk sangat memengaruhi keputusan saya untuk membeli					
7	Saya hanya membeli barang berdasarkan kebutuhan, bukan karena perasaan saya					
8	Saya lebih mementingkan fungsi daripada kemasan produk					
9	Suasana hati yang buruk mendorong saya untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan.					
10	Saya yakin dan tidak menyesal atas pembelian saya.					
11	Saya cenderung ingin membeli barang yang tidak dibutuhkan.					
12	Saya jarang membeli produk hanya					
13	Saya cenderung membuat pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu					
14	Saya hanya membeli barang berdasarkan kebutuhan, bukan karena perasaan saya.					
15	Saya membeli sesuatu karena adanya dorongan dari hati.					
16	Saya tidak akan membeli produk hanya karena ada promo.					
17	Kondisi <i>mood</i> saya menjadi lebih baik setelah berbelanja.					
18	Saya membeli barang sesuai dengan kebutuhan.					
19	Saya tidak puas jika hanya membeli satu barang saja.					
20	Ketika saya mencoba fokus pada aktivitas lain, saya tidak lagi tertarik untuk berbelanja.					
21	Jumlah barang yang saya beli sesuai dengan kebutuhan.					
22	Setelah mencoba berhenti berbelanja, saya tetap tergoda untuk membeli sesuatu					
23	Saya kurang puas jika hanya membeli sedikit produk					

24	Kegiatan lain yang saya lakukan cukup efektif untuk mengurangi keinginan untuk berbelanja kembali.					
25	Saya hanya berbelanja secukupnya					
26	Meskipun sudah sibuk dengan kegiatan lain, saya tetap punya keinginan untuk berbelanja.					
27	Saya cenderung merasa ingin membeli lebih banyak meskipun sudah membeli beberapa barang.					
28	Saya tidak merasa tergoda untuk terus menambah jumlah barang yang saya beli.					
29	Saya cenderung tergoda untuk membeli sesuatu setelah melihat teman saya berbelanja					
30	Sulit bagi saya untuk berhenti berbelanja setelah memulai.					
31	Saya tetap konsisten untuk tidak membeli meskipun banyak teman saya yang berbelanja					
32	Saya tidak merasa tergoda untuk terus menambah jumlah barang yang saya beli.					
33	Saya kembali berbelanja karena adanya pengaruh dari orang di sekitar.					
34	Saya kesal jika melewatkkan satu event belanja.					
35	Kebiasaan berbelanja tidak mengganggu keuangan saya.					
36	Saya baik-baik saja meskipun melewatkkan event promo yang saya tunggu					
37	Saya cenderung kehabisan uang karena terlalu banyak belanja.					
38	Tidak menonton satu live jualan membuat saya kesal.					
39	Saya bisa mengatur antara menabung dengan kebutuhan berbelanja.					
40	Saya merasa tidak terpengaruh jika tidak mengikuti suatu event atau promosi					
41	Pengeluaran belanja sering melebihi pendapatan saya.					
42	Saya tertekan saat mencoba mengurangi kebiasaan belanja					
43	Mengurangi belanja membuat saya lebih tenang.					
44	Orang terdekat saya sering menegur kebiasaan belanja saya.					
45	Saya sedih saat tak bisa membeli barang yang diinginkan.					
46	Saya tetap tenang meski sedang mengurangi pembelian.					
47	Orang-orang terdekat saya pernah merasa terganggu dengan pola belanja saya.					

SKALA KONTROL DIRI						
No	Item	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya terbiasa menjalani hari sesuai rencana.					
2	Saya cenderung tergesa-gesa mengambil keputusan tanpa mempertimbangkan semua kemungkinan.					
3	Saya mampu menghentikan kebiasaan buruk saya.					
4	Saya lebih suka menjalani hari secara spontan tanpa direncanakan.					
5	Saya mempertimbangkan berbagai kemungkinan sebelum mengambil keputusan.					
6	Saya sulit menghentikan kebiasaan buruk saya.					
7	Saya merasa nyaman dan lebih produktif dengan rutinitas yang teratur.					
8	Saya mudah terbawa emosi dan mengambil keputusan tanpa banyak pertimbangan .					
9	Saya konsisten meninggalkan kebiasaan yang buruk.					
10	Saya merasa kurang produktif saat mengikuti jadwal yang teratur.					
11	Saya mencari banyak informasi sebelum mengambil keputusan.					
12	Saya cenderung kembali pada kebiasaan buruk yang sebenarnya ingin saya tinggalkan.					
13	Saya sering memilih untuk bekerja lebih keras sekarang agar bisa menikmati hasil yang lebih memuaskan di masa depan.					
14	Perasaan saya tidak tenang ketika ada masalah mendesak.					
15	Saya cenderung memilih makanan yang sehat untuk menjaga tubuh saya.					
16	Saya cenderung mengabaikan tujuan besar saya karena saya tidak bisa menahan keinginan untuk menikmati kepuasan sekarang.					
17	Saya tetap tenang saat berada di bawah tekanan.					
18	Saya sabar menjalani proses untuk mendapatkan hasil yang memuaskan.					
19	Saya sulit fokus jika dalam situasi mendesak.					
20	Saya tidur cukup agar tubuh dan pikiran saya tetap sehat.					
21	Saya lebih mementingkan hasil dari pada proses.					
22	Saya tetap berpikir jernih dalam membuat keputusan yang tepat saat dikejar waktu.					
23	Saya lebih memilih menyendiri meskipun merasa tertekan.					
24	Saya cenderung menyelesaikan tugas tepat waktu.					

25	Tugas saya menumpuk karena tidak bisa mengatur waktu.				
26	Saya mampu mengatur kegiatan sebelum melakukan perjalanan liburan.				
27	Saya mampu membagi waktu untuk menyelesaikan beberapa tugas sekaligus.				
28	Saya kesulitan menentukan langkah-langkah kerja sebelum mulai mengerjakan tugas.				
29	Terkadang saya bermain sampai lupa tugas.				
30	Saya menetapkan tenggat waktu yang realistik dalam menyelesaikan tugas.				
31	Saya tidak menunggu perintah untuk menyelesaikan tugas yang sudah menjadi kewajiban saya.				
32	Saya kesulitan menyusun ulang rencana kerja ketika menghadapi perubahan				
33	Saya cenderung menyalahkan keadaan atau orang lain jika tugas saya gagal.				
34	Saya mampu menyusun ulang rencana kerja saat situasi berubah.				
35	Saya tetap menyelesaikan tugas meski ada hambatan.				
36	Saya mudah bingung saat kondisi tidak sesuai dengan rencana.				
37	Saya cenderung menunda mengerjakan tugas yang saya anggap sulit.				
38	Saya mampu mencari alternatif solusi jika rencana awal tidak berjalan.				

LAMPIRAN 3

DIMENSI DAN INDIKATOR

Compulsive buying

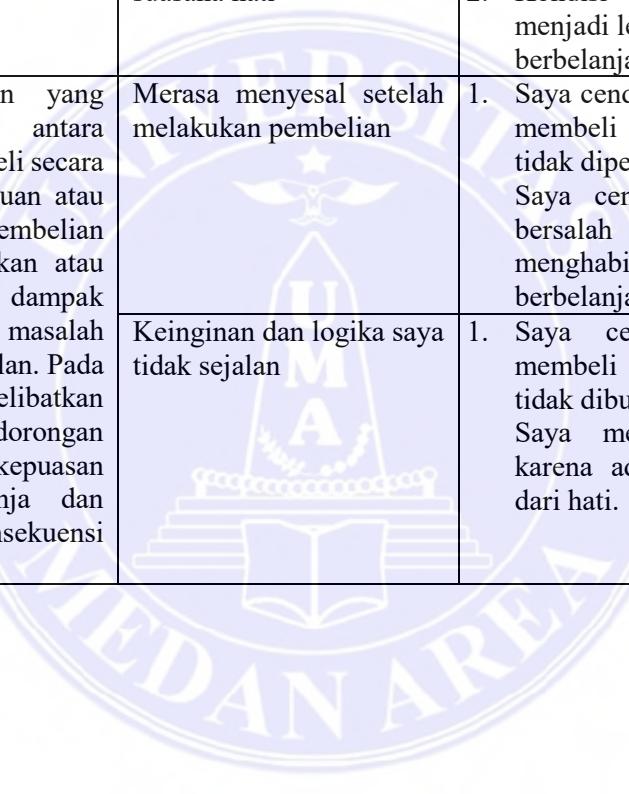
Dimensi	Definisi	Indikator	Item Favorable	Item Unfavorable
Salience	Faktor-faktor yang membuat pembelian berlebih menjadi lebih mencolok dan menarik perhatian seseorang, seperti iklan atau produk yang dirancang dengan cara yang menarik emosi atau keinginan.	Membeli karena melihat tampilan produk	1. Saya cenderung membeli barang karena tampilannya menarik. 2. Kemasan produk sangat memengaruhi keputusan saya untuk membeli	1. Kemasan produk bukan alasan utama saya untuk membeli produk. 2. Saya lebih mementingkan fungsi daripada kemasan produk.
		Membeli karena produk di iklankan oleh <i>influencer</i> dan terdapat promo	1. Saya cenderung membeli produk rekomendasi dari <i>influencer</i> terkenal. 2. Promo atau diskon besar sering mendorong saya untuk segera membeli.	1. Saya jarang membeli produk hanya karena direkomendasikan <i>influencer</i> terkenal. 2. Saya tidak akan membeli produk hanya karena ada promo.
Mood Modification	Bagaimana perilaku belanja impulsif digunakan untuk mengubah atau meningkatkan suasana hati seseorang. Individu yang terlibat dalam compulsive buying sering berbelanja untuk mengatasi perasaan negatif, stres, atau kebosanan dengan tujuan merasakan kebahagiaan atau kelegaan sementara.	Melakukan pembelian ketika suasana hati sedang buruk	1. Saya cenderung berbelanja untuk memperbaiki suasana hati yang buruk. 2. Suasana hati yang buruk mendorong saya untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan.	1. Ketika suasana hati saya buruk, saya justru menghindari berbelanja. 2. Saya hanya membeli barang berdasarkan kebutuhan, bukan karena perasaan saya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/1/26

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

		Melakukan pembelian untuk meningkatkan suasana hati	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa lebih bahagia setelah membeli sesuatu. 2. Kondisi <i>mood</i> saya menjadi lebih baik setelah berbelanja. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tidak merasa lebih bahagia setelah membeli sesuatu. 2. Berbelanja tidak membuat <i>mood</i>
Conflict	<p>Perasaan bertentangan yang dialami individu antara keinginan untuk membeli secara impulsif dan pengetahuan atau kesadaran bahwa pembelian tersebut tidak diperlukan atau dapat menimbulkan dampak negatif, seperti masalah keuangan atau penyesalan. Pada konflik ini sering melibatkan ketegangan antara dorongan untuk mendapatkan kepuasan sesaat melalui belanja dan kesadaran akan konsekuensi jangka panjangnya.</p>	<p>Merasa menyesal setelah melakukan pembelian</p> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya cenderung menyesal membeli barang yang tidak diperlukan. Saya cenderung merasa bersalah setelah menghabiskan uang untuk berbelanja. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas dengan keputusan saya setiap kali berbelanja. Saya yakin dan tidak menyesal atas pembelian saya.

Tolerance	<p>Kondisi seorang individu yang terlibat dalam perilaku belanja impulsif semakin membutuhkan pembelian yang lebih banyak atau lebih mahal. Seiring waktu, individu menjadi kurang terpengaruh oleh pembelian kecil dan merasa perlu untuk meningkatkan intensitas atau frekuensi belanja.</p>	Merasa tidak puas ketika hanya membeli 1 jenis produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tidak puas jika hanya membeli satu barang saja. 2. Saya kurang puas jika hanya membeli sedikit produk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah barang yang saya beli sesuai dengan kebutuhan. 2. Saya hanya berbelanja secukupnya.
		Keinginan yang kuat untuk terus menambah jumlah pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya cenderung merasa ingin membeli lebih banyak meskipun sudah membeli beberapa barang. 2. Sulit bagi saya untuk berhenti berbelanja setelah memulai. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tidak memiliki keinginan untuk menambah pembelian jika sudah mendapatkan barang yang saya butuhkan. 2. Saya tidak merasa tergoda untuk terus menambah jumlah barang yang saya beli.
Relapse	<p>Kembalinya perilaku belanja impulsif setelah seseorang mencoba mengurangi atau mengendalikan kebiasaan tersebut. meskipun seseorang tersebut sudah berusaha untuk berhenti atau mengontrol perilaku belanja berlebihan, individu dapat kembali terjerumus ke dalam pola karena stres, godaan, atau situasi yang memicu dorongan untuk membeli lagi.</p>	Kembalinya melakukan pembelian setelah mencoba beralih ke kegiatan yang lain.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah mencoba berhenti berbelanja, saya tetap tergoda untuk membeli sesuatu 2. Meskipun sudah sibuk dengan kegiatan lain, saya tetap punya keinginan untuk berbelanja. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketika saya mencoba fokus pada aktivitas lain, saya tidak lagi tertarik untuk berbelanja. 2. Kegiatan lain yang saya lakukan cukup efektif untuk mengurangi keinginan untuk berbelanja kembali.
		Kembali melakukan Pembelian karena adanya godaan dari lingkungan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya cenderung tergoda untuk membeli sesuatu setelah melihat teman saya berbelanja. 2. Saya kembali berbelanja karena adanya pengaruh dari orang di sekitar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orang lain tidak memengaruhi keputusan saya dalam berbelanja. 2. Saya tetap konsisten untuk tidak membeli meskipun banyak teman saya yang berbelanja.

Withdrawal	<p>Gejala negatif yang di alami individu saat mencoba berhenti atau mengurangi perilaku belanja impulsif. Hal ini termasuk dalam perasaan cemas, frustasi, atau depresi yang muncul saat seseorang tidak dapat memenuhi dorongan untuk berbelanja. Penarikan ini lebih kepada individu yang merasa kesulitan untuk mengatasi ketergantungan emosional atau psikologis terhadap pembelian.</p>	Merasa gelisah saat melewatkkan 1 event belanja.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya kesal jika melewatkkan satu event belanja. 2. Tidak menonton satu live jualan membuat saya kesal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya baik-baik saja meskipun melewatkkan event promo yang saya tunggu. 2. Saya merasa tidak terpengaruh jika tidak mengikuti suatu event atau promosi.
		Merasa tertekan saat berusaha mengurangi belanja.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tertekan saat mencoba mengurangi kebiasaan belanja. 2. Saya sedih saat tak bisa membeli barang yang diinginkan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengurangi belanja membuat saya lebih tenang. 2. Saya tetap tenang meski sedang mengurangi pembelian.
Problems	<p>Dampak negatif yang muncul akibat dari perilaku belanja impulsif yang berlebihan. Masalah ini dapat mencakup kesulitan keuangan, stres emosional, perasaan bersalah, gangguan hubungan interpersonal, hingga penurunan kualitas hidup secara keseluruhan. Perilaku belanja yang kompulsif sering kali menyebabkan individu menghadapi konsekuensi negatif baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang</p>	Mengalami ketidakstabilan finansial akibat kebiasaan berbelanja.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya cenderung kehabisan uang karena terlalu banyak belanja. 2. Pengeluaran belanja sering melebihi pendapatan saya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebiasaan berbelanja tidak mengganggu keuangan saya. 2. Saya bisa mengatur antara menabung dengan kebutuhan berbelanja.
		Mengalami gangguan dalam hubungan interpersonal akibat kebiasaan berbelanja.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orang terdekat saya sering menegur kebiasaan belanja saya. 2. Orang-orang terdekat saya pernah merasa terganggu dengan pola belanja saya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orang sekitar saya mendukung kebiasaan belanja saya. 2. Kebiasaan belanja tidak mengganggu hubungan saya dengan keluarga atau teman.

Kontrol Diri

Dimensi	Definisi	Indikator	Item Favorable	Item Unfavorable
Self-discipline	Kemampuan individu dalam kedisiplinan diri. Individu yang memiliki disiplin diri mampu menahan diri dari hal lain yang mengganggu konsentrasiya.	Dapat melaksanakan kegiatan sehari-hari dengan disiplin dan teratur.	1. Saya terbiasa menjalani hari sesuai rencana. 2. Saya merasa nyaman dan lebih produktif dengan rutinitas yang teratur.	1. Saya lebih suka menjalani hari secara spontan tanpa direncanakan. 2. Saya merasa kurang produktif saat mengikuti jadwal yang teratur.
		Menunda kepuasan untuk mencapai tujuan yang lebih besar.	1. Saya sering memilih untuk bekerja lebih keras sekarang agar bisa menikmati hasil yang lebih memuaskan di masa depan. 2. Saya sabar menjalani proses untuk mendapatkan hasil yang memuaskan.	1. Saya cenderung mengabaikan tujuan besar saya karena saya tidak bisa menahan keinginan untuk menikmati kepuasan sekarang. 2. Saya lebih mementingkan hasil dari pada proses.
Deliberate/nonimpulsive	Kecenderungan individu untuk melakukan sesuatu dengan pertimbangan tertentu sehingga memiliki sifat hati-hati dan tidak tergesa-gesa. Seseorang yang memiliki sikap nonimpulsive mampu bersikap tenang dalam bertindak atau mengambil keputusan.	Mempertimbangkan segala hal dengan matang sebelum mengambil tindakan.	1. Saya mempertimbangkan berbagai kemungkinan sebelum mengambil keputusan. 2. Saya mencari banyak informasi sebelum mengambil keputusan.	1. Saya cenderung tergesa-gesa mengambil keputusan tanpa mempertimbangkan semua kemungkinan 2. Saya mudah terbawa emosi dan mengambil keputusan tanpa banyak pertimbangan .
		Bersikap dan berpikir tenang dalam menghadapi situasi mendesak	1. Saya tetap tenang saat berada di bawah tekanan. 2. Saya tetap berpikir jernih dalam membuat keputusan yang tepat saat dikejar waktu.	1. Perasaan saya tidak tenang ketika ada masalah mendesak. 2. Saya sulit fokus jika dalam situasi mendesak.

Healthy habits	<p>Kemampuan seseorang dalam mengatur perilaku sehingga menjadi suatu kebiasaan yang baik bagi orang tersebut. Individu yang memiliki kebiasaan baik akan mengutamakan hal lain yang berdampak positif bagi dirinya meskipun tidak berdampak secara langsung.</p>	Mampu menahan diri dari suatu kebiasaan yang buruk dan membiasakan dengan hal yang baik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mampu menghentikan kebiasaan buruk saya. 2. Saya konsisten meninggalkan kebiasaan yang buruk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya sulit menghentikan kebiasaan buruk saya. 2. Saya cenderung kembali pada kebiasaan buruk yang sebenarnya ingin saya tinggalkan.
		Menghindari kebiasaan yang merugikan diri sendiri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya cenderung memilih makanan yang sehat untuk menjaga tubuh saya. 2. Saya tidur cukup agar tubuh dan pikiran saya tetap sehat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya cenderung bergadang tanpa alasan yang penting. 2. Saya lebih memilih menyendiri meskipun merasa tertekan.
Work ethic	<p>Bagaimana seseorang menilai tentang regulasi diri dari etika individu dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Individu yang memiliki etika kerja dapat menyelesaikan tugas tanpa dipengaruhi oleh hal lain diluar tugas. Seseorang yang memiliki etika kerja mampu berkonsentrasi pada tugas yang dikerjakan.</p>	Mampu mengatur waktu dengan baik untuk menyelesaikan tugas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya cenderung menyelesaikan tugas tepat waktu. 2. Saya mampu membagi waktu untuk menyelesaikan beberapa tugas sekaligus. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tugas saya menumpuk karena tidak bisa mengatur waktu. 2. Terkadang saya bermain sampai lupa tugas.
		Menunjukkan tanggung jawab terhadap pekerjaan yang diberikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tidak menunggu perintah untuk menyelesaikan tugas yang sudah menjadi kewajiban saya. 2. Saya tetap menyelesaikan tugas meski ada hambatan. 3. Saya mampu mencari alternatif solusi jika rencana awal tidak berjalan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya cenderung menyalahkan keadaan atau orang lain jika tugas saya gagal. 2. Saya cenderung menunda mengerjakan tugas yang saya anggap sulit.

Reliability	Berkaitan dengan penilaian individu terhadap kemampuan dirinya dalam merancang sebuah rencana untuk tujuan tertentu. Seseorang tersebut secara konsisten akan mengatur perilakunya dalam mencapai tujuan rencana yang telah dirancang.	Kemampuan untuk merencanakan dengan jelas tujuan	1. Saya mampu mengatur kegiatan sebelum melakukan perjalanan liburan. 2. Saya menetapkan tenggat waktu yang realistik dalam menyelesaikan tugas.	1. Saya cenderung memulai tugas tanpa tahu tujuannya. 2. Saya kesulitan menentukan langkah-langkah kerja sebelum mulai mengerjakan tugas.
		Kemampuan untuk mengatur rencana kembali jika terdapat perubahan situasi tanpa kehilangan arah tujuan.	1. Saya mampu menyusun ulang rencana kerja saat situasi berubah.	1. Saya kesulitan menyusun ulang rencana kerja ketika menghadapi perubahan. 2. Saya mudah bingung saat kondisi tidak sesuai dengan rencana.

LAMPIRAN 4
RATA-RATA SKALA PERVARIABEL

1. Skala *Online Compulsive Buying* pada Mahasiswa/i dalam Kategori Tinggi

		Report							
		Jenis Kelamin	Salience	Mood Modification	Conflict	Tolerance	Relapse	Withdrawal	Problems
		Mean	3.9028	3.6250	3.4306	3.8854	3.7976	3.5938	3.7083
Wanita	N	12	12	12	12	12	12	12	12
	Std. Deviation	.32144	.45017	.65697	.44100	.41520	.43993	.54645	
	Mean	3.9074	3.7500	3.6204	3.7292	3.7222	3.6667	3.8241	
Pria	N	18	18	18	18	18	18	18	18
	Std. Deviation	.38015	.44740	.34207	.29471	.30392	.30619	.25226	
	Mean	3.9056	3.7000	3.5444	3.7917	3.7524	3.6375	3.7778	
Total	N	30	30	30	30	30	30	30	30
	Std. Deviation	.35201	.44507	.49117	.36159	.34778	.36012	.39229	

2. Skala *Online Compulsive Buying* pada Mahasiswa/i dalam Kategori Sedang

		Report							
		Jenis Kelamin	Salience	Mood Modification	Conflict	Tolerance	Relapse	Withdrawal	Problems
		Mean	2.8667	3.0303	2.7879	2.6909	2.9117	2.6318	2.9061
Wanita	N	55	55	55	55	55	55	55	55
	Std. Deviation	.43200	.54062	.41877	.43558	.41920	.40713	.40921	
	Mean	2.9643	2.9524	2.9484	2.8155	3.0374	2.5476	2.9524	
Pria	N	42	42	42	42	42	42	42	42
	Std. Deviation	.51605	.61956	.59068	.53905	.36804	.50225	.44674	
	Mean	2.9089	2.9966	2.8574	2.7448	2.9661	2.5954	2.9261	
Total	N	97	97	97	97	97	97	97	97
	Std. Deviation	.47019	.57432	.50403	.48443	.40077	.45025	.42422	

3. Skala Kontrol Diri pada Mahasiswa/i dalam Kategori Tinggi

Jenis Kelamin		<i>Self-discipline</i>	<i>Report</i>			<i>Reliability</i>
			<i>Deliberate</i>	<i>Healthy Habits</i>	<i>Work Ethic</i>	
Wanita	<i>Mean</i>	4.1500	3.4250	3.8429	4.3000	3.7000
	<i>N</i>	10	10	10	10	10
	<i>Std. Deviation</i>	.21082	.41750	.56524	.46570	.61262
Pria	<i>Mean</i>	4.1797	3.9531	3.8482	4.3542	4.0417
	<i>N</i>	16	16	16	16	16
	<i>Std. Deviation</i>	.38990	.57893	.48507	.40616	.59784
Total	<i>Mean</i>	4.1683	3.7500	3.8462	4.3333	3.9103
	<i>N</i>	26	26	26	26	26
	<i>Std. Deviation</i>	.32776	.57663	.50616	.42164	.61505

4. Skala Kontrol Diri pada Mahasiswa/i dalam Kategori Sedang

Jenis Kelamin		<i>Self-discipline</i>	<i>Report</i>			<i>Reliability</i>
			<i>Deliberate</i>	<i>Healthy Habits</i>	<i>Work Ethic</i>	
Wanita	<i>Mean</i>	3.3048	3.0000	3.0652	3.4113	3.1520
	<i>N</i>	57	57	57	57	57
	<i>Std. Deviation</i>	.40299	.37944	.43705	.36428	.36226
Pria	<i>Mean</i>	3.2556	3.1944	3.1238	3.4123	3.2222
	<i>N</i>	45	45	45	45	45
	<i>Std. Deviation</i>	.34228	.35210	.43030	.45358	.50503
Total	<i>Mean</i>	3.2831	3.0858	3.0910	3.4118	3.1830
	<i>N</i>	102	102	102	102	102
	<i>Std. Deviation</i>	.37641	.37848	.43293	.40399	.43023

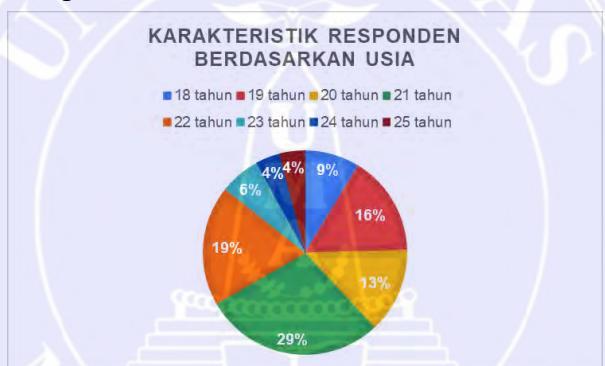
LAMPIRAN 5

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



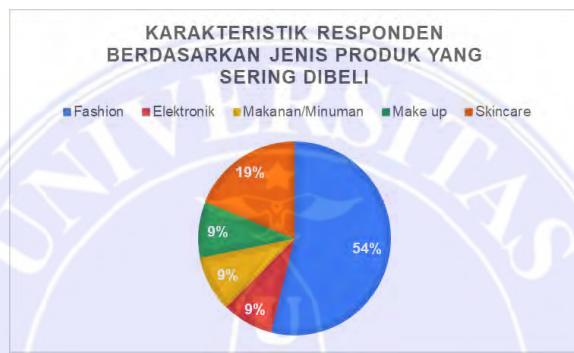
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Suku



4. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan



5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Sering Dibeli



6. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran untuk Berbelanja Perbulan



7. Karakteristik Responden Berdasarkan *Platform* Belanja *Online* yang paling sering digunakan



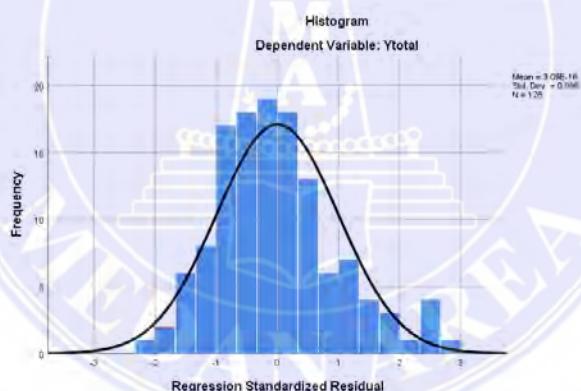
LAMPIRAN 6

HASIL ANALISIS DATA

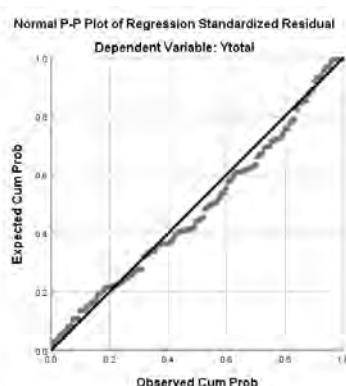
1. Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		Unstandardized Residual
N		128
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	15.19082848
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.039
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.195^c

a. Grafik Histogram



b. Grafik Normal P-Plot



2. Uji Homogenitas

<i>Independent Samples Test</i>					
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means	
		F	Sig.	t	df
Kontrol Diri	Equal variances assumed	4.812	.030	-2.362	126
	Equal variances not assumed			-2.330	110.763

<i>Independent Samples Test</i>					
		t-test for Equality of Means			
		Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference
Kontrol Diri	Equal variances assumed	.020	-6.36286	2.69439	-11.69497
	Equal variances not assumed	.022	-6.36286	2.73030	-11.77327

3. Uji t

<i>Independent Samples Test</i>					
		t-test for Equality of Means			
		Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference
Kontrol Diri	Equal variances assumed	.020	-6.36286	2.69439	-11.69497
	Equal variances not assumed	.022	-6.36286	2.73030	-11.77327

<i>Group Statistics</i>					
	JenisKelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kontrol Diri	Wanita	67	125.5224	13.00391	1.58868
	Pria	61	131.8852	17.34272	2.22051

LAMPIRAN 7

SURAT IZIN PENELITIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Setia Budi 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 : 1822/FPSI/01.10/V/2025 30 Mei 2025
Lampiran : -
Hal : Penelitian

Yth. Bapak/Ibu
Kepala
Badan Riset Inovasi Dareah (BRIDA) Kota Medan
di –
Tempat

Dengan hormat,
Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **Kantor Camat Medan Amplas** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Dinda Melinda
Nomor Pokok Mahasiswa : 218600166
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul "**Perbedaan Kontrol Diri pada Mahasiswa di Kota Medan yang Melakukan Online Compulsive Buying ditinjau dari Jenis Kelamin.**" Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di **Kantor Camat Medan Amplas**. 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 **Emma Fauziah Saragih, S.Psi, M.Psi, Psikolog**.

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

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

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

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

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip

BAN-PT GREENMETRIC UMA PTS SEHAT



PEMERINTAH KOTA MEDAN KECAMATAN MEDAN AMPLAS

Jalan Garu III nomor 111, Kelurahan Harjosari I Kecamatan Medan Amplas,
Kota Medan, Kode Pos 20147, Nomor Pengaduan 0853-6136-8262,
Laman www.medanamplas.pemkomedan.go.id, Pos-el medanamplas1@gmail.co

26 Juni 2025

Nomor : 000.9/ 515
Sifat : Biasa
Lamp : -
Perihal : Selesai Riset

Kepada Yth,
**Wakil Dekan Bidang Penjamin Mutu Akademik & Gugus Jaminan
Mutu Fakultas Psikolog Universitas Medan Area**

Di
Medan

Sehubungan Surat dari Kecamatan Medan Amplas Nomor : 000.9/ 515 tanggal 20 Juni 2025 Perihal
Surat Permohonan Keterangan Riset.

Maka dengan ini Nama tersebut dibawah Benar Telah Selesai Melaksanakan Riset di Kecamatan
Medan Amplas, Adapun Nama tersebut yaitu :

Nama : **Dinda Melinda**
Nim : 218600166
P.study : Psikolog
Judul : **“ Perbedaan Control Diri Pada Mahasiswa di Kota Medan yang Melakukan
Online Compulsive Buying ditinjau dari Jenis Kelamin.”**
Lokasi : Kecamatan Medan Amplas Kota Medan
Lamanya : 1 (satu) Bulan
P. Jawab : **Wakil Dekan Bidang Penjamin Mutu Akademik & Gugus Jaminan Mutu
Fakultas Psikolog Universitas Medan Area.**

Demikian Surat ini diperbuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 26 Juni 2025
An. CAMAT MEDAN AMPLAS
Kasubbag Umum Kec. Medan Amplas,

HILDA SARLAHUTAPE,SE.MM
Penata TK.I (HI/d)
NIP 19781012 200801 2 006