

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA/I PSIKOLOGI DI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Universitas Medan Area

OLEH:

ALI IMRON FUADI

14.860.0350



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2018**

JUDUL SKRIPSI : Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/i Psikologi Di Universitas Medan Area

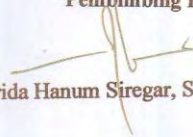
NAMA : Ali Imron Fuadi

NPM : 14.860.0350

BAGIAN : Psikologi Industri dan Organisasi

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

Pembimbing I


Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi

Pembimbing II


Drs. H. Mulia Srg, M.Psi

MENGETAHUI



Tanggal Sidang Meja Hijau

DI PERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA DAN DITERIMA UNTUK
MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA (S1) PSIKOLOGI

Pada Tanggal

MENGESAHKAN
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA



DEWAN PENGUJI

1. Dra. Mustika Tarigan, M.Psi
2. Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi
3. Drs. H. Mulia Siregar, M.Psi
4. Suryani Hardjo, S.Psi, MA

Tanda Tangan

Four horizontal lines are drawn across the page, each with a handwritten signature in blue ink above it. The signatures correspond to the names listed in the 'DEWAN PENGUJI' section. The first signature is the most legible, appearing to be 'Mustika'. The second signature is more stylized. The third signature is 'H. Mulia'. The fourth signature is 'Suryani'.

SURAT PERNYATAAN

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

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

Medan, 23 Juli 2018



NPM. 148600350

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA/I PSIKOLOGI DI UNIVERSITAS MEDAN AREA

OLEH:

ALI IMRON FUADI

NPM: 14.860.0350

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa/i psikologi di Universitas Medan Area. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 51 orang yang berada di Universitas Medan Area Kampus II. Metode pengumpulan data dengan menggunakan teknik random sampling. Kontrol diri mahasiswa/i diukur dengan menggunakan Skala Kontrol Diri yang diukur dari 51 item yang valid ($\alpha = 0,921$), sedangkan perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan Skala Perilaku Konsumtif yang diukur dari 27 item yang valid ($\alpha = 0,880$). Hasil penelitian ini menunjukkan koefisien korelasi $r_{xy} = -0,358$ dengan $p = 0,008 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti yaitu terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dapat diterima. Nilai koefisien korelasi negatif menunjukkan bahwa arah hubungan kedua variabel adalah negatif, artinya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Kontrol diri memberikan sumbangan efektif sebesar 12,8% pada perilaku konsumtif dan sebesar 87,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship of self control with consumptive behaviour in the service users internet package of psychology students of University Medan Area. The population of this study is students in University Medan Area as many as 205 people. The sample was 51 people, the sample was taken by using random sampling technique. The data were collected using two psychological scales is Self Control Scale (51 valid aitems, $\alpha = 0,921$) and Consumptive Behaviour Scale (27 valid aitems, $\alpha = 0,880$). The results of this study show the correlation coefficient of $r_{xy} -0,358$ with $p = 0,008 < 0,05$. The results show that the hypothesis proposed by the researcher that there is a negative relationship between self control with consumptive behaviour is acceptable. Negative correlation coefficient value indicates that the direction of relationship between the two variables is negative, meaning the lowest the self control increasingly the highest the consumptive behaviour. Self control gives effective contribution of 12,8% at consumptive behaviour and equal to 87,2% influenced by other factor that not examined in this research.

Keywords: *Self control, Consumptive behaviour*



KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini. Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/i Psikologi Di Universitas Medan Area”.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orangtua yang selalu membantu dan mendukung saya dalam setiap kegiatan perkuliahan saya dan selalu memberikan *support* materil dan moril.
2. Yayasan Haji Agus Salim Universitas Medan Area.
3. Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng,M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area
4. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Munir, M,Pd selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
5. Bapak Chairul Anwar Dalimunthe, S.psi, M,psi selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
6. Ibu Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing I (satu) yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Drs. H. Mulia Siregar, M.Psi selaku dosen pembimbing II (dua) yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Dra. Mustika Tarigan, M.Psi selaku ketua penguji.

9. Ibu Suryani Hardjo, S.Psi, MA selaku sekretaris.
10. Para Dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan memotivasi penulis dan para staff tata usaha Program Studi Psikologi Universitas Medan Area yang turut memperlancar proses penyelesaian kuliah dan skripsi penulis.
11. Para saudara se-kandung saya yaitu Abangda, Buchari Wijaya dan Faisal Hamid, Kakanda saya yaitu, Nurul Hikmah dan Adik saya Hilsan Elfahd
12. Para sahabat yang tergabung dalam “LALALA GRUP” dan juga “Psychocolatte” yang telah menjadi rekan belajar yang baik.
13. Sahabat saya yang selalu menemani di akhir pekan ketika saya sudah sangat lelah dengan skripsi dengan menelusuri Sun Plaza melihat apa yang bisa dilihat, membeli apa yang bisa dibeli, memakan apa yang bisa dimakan setiap sabtu, dan menikmati secangkir fenty caramel machiatto dari Starbucks Coffee yaitu Hany Batubara, Bg Ian dan si putri kecil mereka Icacabella.
14. Seluruh teman-teman Fakultas Psikologi Universitas Medan Area stambuk 2014 kelas Reguler B.II

Medan, 22 September 2018

Ali Imron Fuadi

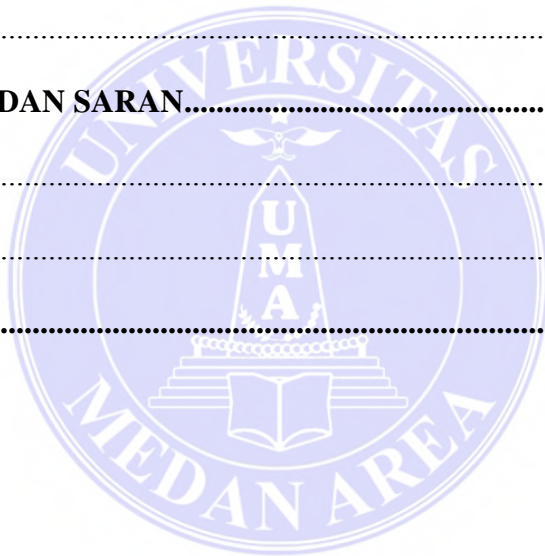
14.860.0350

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II : LANDASAN TEORI.....	11
A. Mahasiswa	11

1. Pengertian Mahasiswa	11
2. Pengertian Remaja	12
3. Tahap-Tahap Perkembangan Remaja	13
B. Perilaku Konsumtif.....	14
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	14
2. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif.....	15
3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	25
4. Indikator Perilaku Konsumtif	27
5. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif.....	29
C. Kontrol Diri	30
1. Pengertian Kontrol Diri	30
2. Faktor-Faktor Kontrol Diri	32
3. Aspek-Aspek Kontrol Diri.....	35
4. Jenis-Jenis Kontrol Diri	38
D. Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif	
Universitas Medan Area	39
E. Kerangka Konseptual.....	41
F. Hipotesis	41
BAB III : METODE PENELITIAN	42
A. Jenis dan Desain Penelitian	42
B. Identifikasi Variabel Penelitian	42
C. Definisi Operasional.....	42
D. Populasi dan Sampel Penelitian	44

E. Metode Penelitian	45
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	50
G. Metode Analisa Data	52
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Orientasi Kancan Penelitian	53
B. Persiapan Penelitian	56
C. Pelaksanaan Penelitian	62
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian	63
E. Pembahasan	68
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Simpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Blueprint Sebaran Item Kontrol Diri	49
Tabel 3.4 Kisi-kisi Blueprint Sebaran Item Perilaku Konsumtif.....	50
Tabel 4.1 Distribusi Penyebaran Skala Kontrol Diri sebelum uji coba	58
Tabel 4.2 Distribusi Penyebaran Skala Perilaku Konsumtif sebelum uji coba....	59
Tabel 4.3 Distribusi Penyebaran Skala Kontrol Diri setelah uji coba	61
Tabel 4.4 Distribusi Penyebaran Skala Perilaku Konsumtif setelah uji coba.....	62
Tabel 4.5 Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas	64
Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Uji Linearitas Hubungan.....	64
Tabel 4.7 Rangkuman Perhitungan Analisis <i>r Product Moment</i>	65
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Nilai Hipotetik dan Empirik.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:

1. Data Mentah Kontrol Diri.....	77
2. Data Mentah Perilaku Konsumtif.....	81
3. Skala Likert (quisioner) Kontrol Diri.....	85
4. Skala Likert (quisioner) Perilaku Konsumtif.....	88
5. Analisis Reliabilitas dan Validitas Kontrol diri.....	90
6. Analisis Reliabilitas dan Validitas Perilaku Konsumtif.....	92
5. Uji Normalitas Sebaran.....	95
6. Uji Linearitas.....	96
7. Uji Korelasi.....	97
8. Surat Izin Penelitian dan Surat Selesai Penelitian.....	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman era globalisasi yang semakin maju setiap individu dituntut dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebutuhan adalah keinginan manusia terhadap barang dan jasa yang harus dipenuhi dan jika tidak dipenuhi akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup atau bisa menimbulkan dampak negative.

Kebutuhan didalam hidup manusia terbagi menjadi tiga yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer yaitu kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup manusia. Kebutuhan primer disebut juga kebutuhan pokok. Seandainya kebutuhan primer tidak dipenuhi, kelangsungan hidup manusia akan terganggu. Contoh kebutuhan primer, antara lain makan, minum, pakaian, dan tempat tinggal.

Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan pokok terpenuhi. Kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan atau pelengkap kebutuhan pokok. Kebutuhan sekunder setiap orang dapat berbeda-beda. Contoh kebutuhan sekunder adalah radio, perabot rumah tangga, pendidikan, tas, sepeda motor, meja, kursi, alat tulis, dan alat olah raga.

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

Setiap individu memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing dimana semua kebutuhan tersebut berusaha untuk dipenuhi dengan cara yang berbeda-beda. Semakin tinggi keinginan individu dalam memenuhi keinginannya semakin banyak pula kebutuhan tersebut yang harus dipenuhi.

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

Perilaku konsumtif seperti ini terjadi hampir pada seluruh lapisan masyarakat termasuk pada kaum remaja baik putri maupun putra. Perilaku konsumtif dikalangan remaja merupakan salah satu fenomena yang banyak terjadi terutama yang bersekolah dan hidup berada di perkotaan.

Pada dasarnya, berbelanja merupakan hal yang disenangi bagi seseorang. Berbelanja bertujuan untuk memperoleh barang yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi menjadi hal yang berbeda dan juga sebuah permasalahan apabila seseorang berbelanja bukan untuk kebutuhan, tetapi hanya karena kesenangan semata tanpa berpikir penting tidaknya seseorang membeli suatu hal yang disebut perilaku konsumtif.

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

konsumen dilapisan masyarakat yang ada, konsumen remaja sangat memiliki potensial yang tinggi untuk perusahaan dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan.

Realitas menunjukkan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja. Menurut Sumartono (dalam Fransisca, 2005) ada beberapa alasan mengapa perilaku konsumtif lebih mudah menjangkit kalangan remaja yaitu secara psikologis remaja masih berada dalam proses mencari jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar.

Remaja merupakan kelompok sasaran yang potensial untuk memasarkan produk-produk industri sebab remaja memiliki pola yang konsumtif dalam berpakaian, berdandan, dan sebagainya. Remaja selalu ingin berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga mereka rela membelanjakan uang mereka untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Mereka juga bersedia menabung untuk memenuhi keinginan tersebut, bahkan ada juga yang rela berhutang kepada teman nya hanya untuk membeli barang yang sebenarnya tidak begitu dibutuhkan.

Perubahan nilai remaja cenderung semakin meningkat melakukan perbelanjaan di mall atau pusat perbelanjaan karena remaja tidak hanya mengandalkan pada sisa uang jajan sekolah akan tetapi sudah menggunakan uang jajan tambahan yang diluar uang jajan sekolah yang bisa dipastikan nilainya jauh lebih tinggi. Perubahan-perubahan tersebut terjadi karena pada tahap perkembangannya diketahui bahwa pada masa remaja, kematangan emosi individu belum stabil sehingga mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar (Diba, 2014).

Perilaku pembelian yang tidak wajar ini mengakibatkan konsumen remaja mudah dipengaruhi oleh rayuan penjual, kurang berpikir hemat, dan mudah terbujuk iklan (Sunyoto, 2015). Karakteristik dasar pada remaja yang cenderung labil dan mudah dipengaruhi sering

dijadikan sasaran utama dalam target pemasaran bagi pihak produsen (Anin, Ramisin, & Atamii, 2008).

Pada masa ini perkembangannya, remaja akan mengalami banyak perubahan baik secara kognitif, biologis maupun social sehingga wajar pada masa ini remaja akan lebih labil, karena masih mencari jati diri atau identitas diri (Santrock, 2003).

Remaja adalah masa perkembangan yang dimulai ketika seseorang melewati usia sepuluh tahun sehingga mencapai usia dua puluhan tahun (Santrock, 2003). Penelitian yang dilakukan Sitorus (2013) menyatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif karena kelompok ini suka mencoba hal-hal baru.

Anin, Ramisin, & Atamini, (2008) juga menyatakan bahwa remaja menggunakan produk fashion berdasarkan perasaan yang ingin diterima dalam kelompok dengan mempresentasikan diri melalui penampilan mereka. Banyaknya produk fashion dalam berbagai atribut atau pakaian yang sedang tren dengan model-model terbaru menyebabkan remaja berusaha mengikutinya karena adanya kebutuhan untuk diterima menjadi seperti orang lain yang sebaya (balipost.co.id). Adapun alasan mereka adalah kalau tidak segera dibeli, mereka khawatir kehabisan atau tidak mendapatkannya dan dalam proses pembelian mereka sering sekali hanya mengikuti hasrat saja tanpa memikirkan barang atau jasa yang mereka beli penting atau tidak. Keadaan tersebut mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku konsumtif dikalangan remaja. Fromm (dalam Aryani, 2006) menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Mahasiswa psikologi di Universitas Medan Area berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan. Kelompok mahasiswa yang berada di semester dua mengatakan bahwa sering sekali merasa tidak terkontrol dalam mengelola keuangan mereka, khususnya untuk memenuhi keinginannya dalam berbelanja.

Mereka mengatakan sering sekali menghabiskan uang jajan hanya untuk memenuhi keinginan mereka yang sesaat seperti berbelanja pakaian, menonton bioskop, dan menghabiskan waktu setelah pulang kuliah untuk berkumpul bersama teman-teman ditempat-tempat makan atau restoran terbaru yang tujuannya hanya untuk ikut-ikutan dan agar dibilang tidak ketinggalan zaman tentang tempat-tempat makan atau restoran yang baru dibuka dikota medan.

Selain itu mereka juga mengatakan sangat boros dalam berbelanja pakaian, dimana tujuannya semata-mata hanya untuk mengikuti perkembangan *trendfashion* yang ada. Didalam melakukan pembelian mereka rela mempergunakan uang yang diberikan untuk keperluan kuliah seperti uang buku, uang kuliah setiap semester, hanya untuk memenuhi keinginan berbelanjanya yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan sehingga pada akhirnya mereka kebingungan bagaimana mengganti uang keperluan kuliah yang sudah terpakai.

Perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja di Universitas Medan Area tidak hanya sekedar mengikuti *trend*, tetapi mereka terdorong dalam pembelian wajar hanya karena tawaran-tawaran menarik dari penjual misalnya, diskon, adanya promosi hadiah menarik yang membuat mereka tertarik membeli barang atau jasa tersebut. Tetapi mereka sebenarnya tahu apa yang mereka beli tidak terlalu dibutuhkan dan sadar akan kebutuhan yang seharusnya lebih penting untuk kebutuhan kuliah.

Mereka juga mengatakan sering sekali dimarahi orang tua dalam masalah keuangannya, dimana mereka selalu merasa tidak cukup dengan uang jajan yang sudah diberikan, itu semua

disebabkan keinginan konsumtif mereka demi mengikuti *trend*, gaya hidup untuk selalu *up to date* tentang *fashion*, filem yang sedang tayang dibioskop, dan tempat-tempat nongkrong atau restoran yang baru dibuka di kota medan.

Pernyataan dibawah merupakan hasil wawancara penulis dengan mahasiswa di fakultas psikologi medan area.

“Saya selalu ingin tahu tempat-tempat makan/restoran yang baru dikota medan, jadi saya pasti akan pergi ketempat itu dengan teman-teman saya. Karena saya gak mau dibilang ga up date”.

“Saya sering pergi ke mall ataupun toko pakaian untuk membeli pakaian jenis baru, meskipun pakaian sudah sangat banyak dan masih banyak yang bagus. Tapi karena saya lihat teman saya sudah memiliki pakaian jenis terbaru, meskipun harganya mahal dan saya merasa harus punya pakaian sejenis dengan mereka. Karena nanti dibilang ketinggalan trend”.

“Kalau saya melihat ada banyak tawaran diskon disuatu tempat seperti tempat makan, outlite pakaian, bahkan promo nonton bioskop dengan potongan setengah harga. Saya tidak bisa mengontrol diri saya, pasti saya langsung tertarik dan pergi membeli nya, meskipun ada banyak kebutuhan kuliah lain yang belum saya bayar”.

Dorongan-dorongan perilaku konsumtif yang tinggi ini disebabkan salah satu faktornya yaitu tidak mampu mengontrol diri dengan baik didalam proses pembelian sehingga mereka sangat mudah terpengaruh menjadi perilaku konsumtif.

Kontrol diri dengan perilaku konsumtif saling berkaitan dimana individu tidak dapat menahan diri untuk membeli barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan dan tidak mau ketinggalan tren yang ada demi menunjang penampilan dan penerimaan diri mereka dengan masyarakat dan teman sebaya.

Kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya (Hurlock, 1990). Chita, dkk., (2015). Menyatakan bahwa kontrol diri menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dari tujuan tertentu yang diinginkan.

Peran kontrol diri menurut penelitian Antonides (dalam Fitriana dan Koencoro, 2009) memiliki peran yang penting dalam proses membelisuatu barang.karena kontrol diri mampu

mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu. Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjanya sesuai dengan kebutuhan bukan hanya untuk memuaskan keinginan mereka, tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan dan percaya diri tampil apa adanya, mampu manajemen keuangan dengan baik untuk dipergunakan kepada yang lebih penting dan lebih bijaksana dalam membelanjakan sesuatu.

Kemampuan mengontrol diri berkembang seiring bertambahnya usia. Salah satu tugas perkembangan yang harus dikuasai remaja adalah mempelajari apa yang diharapkan oleh teman sebaya darinya dan kemudian menjadi pribadi yang konsisten agar sesuai dengan harapan sosial tanpa harus diawasi, didorong, dan diancam seperti hukuman yang dialami ketika anak-anak (Ghufron & Risnawati, 2010). Disamping itu, kemampuan mengontrol diri juga berkembang seiring dengan kematangan emosi. Remaja dikatakan sudah mencapai kematangan emosi bila pada akhir masa remajanya tidak meledakkan emosinya dihadapan orang lain, melainkan menunggu saat dan tempat yang lebih tepat untuk mengungkapkan emosinya dengan cara-cara yang lebih dapat diterima (Hurlock, 2004).

Perubahan tingkah laku yang terjadi pada remaja dikarenakan adanya kematangan emosi-emosi individu yang belum stabil, sehingga mendorong berbagai gejala dalam perilaku pembelian yang tidak wajar (Diba, 2014).

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Psikologi di Universitas Medan Area.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, perilaku konsumtif adalah perilaku individu dalam membeli suatu barang ataupun jasa secara berlebihan walaupun tidak dibutuhkan, salah satu faktornya yaitu kontrol diri. Realitas menunjukkan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan dikalangan remaja. Remaja akan sadar bahwa hal tersebut diakibatkan secara psikologis remaja masih berada dalam proses mencari jati diri dan sangat sensitive terhadap pengaruh dari luar.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk menjawab permasalahan diatas. Untuk itu peneliti melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi di Universitas Medan Area”.

C. Batasan Masalah.

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi masalah yang akan diteliti agar penelitian menjadi lebih terfokus dan dapat menjawab permasalahan penelitian dengan lebih efektif dan efisien. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yang menjelaskan tentang kontrol diri dengan perilaku konsumtif produk *fashion* khususnya pakaian pada Mahasiswa Psikologi di Universitas Medan Area semester dua kelas pagi dikampus II.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Psikologi di Universitas Medan Area?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Psikologi di Universitas Medan Area.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan yang bermanfaat terhadap penelitian di bidang psikologi pada umumnya, khususnya Psikologi Konsumen.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada remaja tentang perilaku konsumtif, sehingga remaja dapat mengurangi perilaku konsumtif.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja, sehingga dalam proses membeli ataupun menggunakan barang dan jasa remaja memiliki kontrol diri yang baik, dan mampu membedakan mana kebutuhan yang harus diprioritaskan daripada keinginan semata yang berujung pada perilaku konsumtif.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Mahasiswa

1. Pengertian Mahasiswa

Mahasiswa dalam perkembangannya berada pada kategori remaja akhir yang berada pada rentang usia 18 sampai 21 tahun (Monks dkk. 2002). Menurut Papalia, dkk. (2008) usia ini berada dalam tahap perkembangan dari remaja atau adolescence menuju dewasa muda atau *young adulthood*. Dimana pada usia perkembangan ini remaja mendapat pengaruh dari lingkungan sosial, serta mencari identitas diri yang kuat. Mahasiswa sangat mudah terpengaruh oleh mode-mode yang sedang *in*. Mereka memperhatikan penampilannya dengan memakai pakaian yang bagus, tas yang bermerek yang dapat mendukung penampilan mereka di sekilangnya.

Hurlock (2003) mengatakan bahwa remaja memiliki ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan periode sebelum dan sesudahnya. Ciri-ciri tersebut antara lain adalah masa remaja sebagai periode yang penting, masa remaja sebagai pelatihan, periode perubahan, masa remaja juga sebagai masa mencari identitas diri, masa yang menimbulkan ketakutan, tidak realistis dan sebagai ambang masa dewasa.

Pada masa remaja ini terdapat beberapa minat utama pada remaja yaitu: minat rekreasi, minat sosial, minat-minat pribadi, minat pendidikan, minat pekerjaan, minat agama, dan minat pada simbol dan status. Minat-minat pribadi salah satunya adalah minat pada penampilan diri. Hal-hal yang termasuk penampilan diri adalah pakaian, perhiasan pribadi, kerapian dan daya tarik fisik. (Hurlock, 2004).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa adalah adalah remaja akhir yang memiliki usia pada rentang 18-21 tahun yang memiliki ketertarikan atau minat pada penampilan diri mereka, sehingga lebih banyak membelanjakan uang mereka untuk keperluan mendukung penampilannya.

2. Pengertian Remaja

Menurut Santrock (2007) masa remaja (adolescence) adalah masasebagai periode transisi perkembangan antara masa anak-anak dengan masa dewasa, yang melibatkan perubahan-perubahan biologis, kognitif dan sosio-emosional. Perubahan biologis, kognitif, dan sosio-emosional yang dialami remaja dapat berkisar mulai dari perkembangan fungsi seksual hingga proses berpikir abstrak dan kemandirian.

Dengan adanya fenomena tersebut membuat remaja merasa bingung untuk dapat menentukan identitasnya sehingga remaja cenderung menunjukkan suatu kepekaan dan labilitas yang meningkat pada setiap tindakannya (Remplein, dalam Monks & Knoer, 2002).

Menurut Erickson (dalam Santrock, 2007) batasan usia pada masa remaja dimulai dari usia 10 tahun hingga 20 tahun. Namun, Santrock mengatakan bahwa rentang usia dari remaja dapat bervariasi terkait dengan lingkungan budaya dan sejarahnya sehingga Santrock mengkategorikan usia remaja mulai dari 10 tahun sampai 22 tahun. Selain itu, Santrock membagi masa remaja menjadi dua dua bagian yaitu masa remaja awal (early adolescence) pada usia 10 tahun hingga 13 tahun dan masa remaja akhir (late adolescence) sekitar 18 hingga 22 tahun (Santrock, 2007).

Pada masa remaja seperti ini mereka sangat peduli dengan apa yang merekat pada diri mereka, mulai dari cara berpakaian, gaya rambut, kesehatan kulit tubuh, kesehatan wajah, bahkan bentuk tubuh. Tujuannya untuk mempercantik dan memperindah diri mereka sesuai dengan jenis

kelamin masing-masing agar dapat diterima oleh teman sebaya dan masyarakat. Selain itu pada usia remaja, mereka mulai tertarik dengan lawan jenis mereka jadi tidak heran remaja sangat sensitif terhadap penampilan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Cross & Cross (dalam Hurlock, 1997) bahwa kecantikan, dan daya Tarik fisik sangat penting bagi umat manusia.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa remaja adalah individu yang memiliki rentang usia 10 sampai dengan 22 tahun dimana pada usia tersebut individu sedang mengalami perubahan periode transisi perkembangan baik dalam biologis, kognisi dan sosio-emosional.

3. Tahap-Tahap Perkembangan Remaja

Tahap perkembangan remaja dibagi menjadi beberapa tahap berdasarkan usia yaitu, masa remaja awal dan masa remaja akhir.

a Masa Remaja Awal

Masa remaja awal mulai terjadi direntang 10 hingga 13 tahun (Santrock, 2007). Masa remaja awal kurang lebih berlangsung dimasa sekolah menengah pertama atau sekolah menengah akhir dan perubahan pubertal terbesar terjadi dimasa ini. Menurut Feist dan Feist (2009) masa remaja awal ditandai dengan ketertarikan genital dan hubungan yang bersifat afeksi seperti keintiman.

b Masa Remaja Akhir

Remaja yang berusia 18 sampai 22 tahun dapat dikategorikan sebagai masa remaja akhir. Masa remaja akhir mulai bertukar pikiran dengan orang lain dan mendapatkan gagasan atau keyakinan mereka untuk bagaimana hidup dalam dunia dewasa. Pada masa ini remaja akhir juga dapat mencapai periode penemuan diri sehingga remaja dapat memutuskan pilihan mereka sendiri dalam berperilaku (Feist & Feist, 2007). Minat remaja akhir lebih cenderung mengarah pada masa depan,

karir, pacaran, dan eksplorasi identitas agar lebih nyata untuk menunjukkan siapa dirinya (Santrock, 2007).

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

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

Lubis (dalam Sumartono, 2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang rasional lagi.

Menurut Swastha & Handoko (2000) karakteristik perilaku konsumtif diantaranya :

- 1) keinginan individu untuk membeli barang yang kurang diperlukan,
- 2) perasaan tidak puas individu untuk selalu memiliki barang yang belum dimiliki,
- 3) sikap individu berfoya-foya dalam membeli barang,
- 4) kesenangan individu membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan nilai dan manfaatnya.

Dahlan (dalam Sumartono, 2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, pengguna segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta

adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

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

2. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Loundon dan Bitta (Hariati, 2006) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat dikaji dan didasari melalui pemahaman terhadap perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan dan aktifitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau dapat menggunakan barang atau jasa, maka proses yang mendahuluinya adalah perilaku konsumen, sebab perilaku konsumtif didasari oleh perilaku konsumen.

Menurut Setiadi (2003) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut:

a. Faktor-faktor kebudayaan:

1. Kebudayaan

Kebudayaan dapat didefinisikan sebagai hasil dari kreativitas manusia dari satu generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Seorang konsumen akan mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, dan perilaku dalam mengkonsumsi suatu produk melalui proses sosial yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial yang mengandung unsur kebudayaan. Kebudayaan

merupakan hal yang kompleks meliputi pengetahuan,kepercayaan diri, seni, moral, dan norma yang berlaku di masyarakat.

2. Sub-budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Setiap sub-budaya tersebut memiliki pola tersendiri dalam menentukan produk yang akan mereka pergunakan yang akhirnya mempengaruhi pola konsumsinya.

1. Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relative homogeny dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaanya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama. Status kelas sosial kerap menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.

b. Faktor-faktor sosial meliputi :

1. Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Orang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara. Pertama, kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku pada dan gaya hidup baru. Kedua, mereka juga mempengaruhi sikap dan konsep jati-diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin

menyesuaikan diri. Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

2. Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan, atau adopsi maupun tinggal bersama. Dalam pengambilan keputusan pembelian, faktor keluarga berperan sebagai pengambilan inisiatif, pemberi pengaruh, pengambilan keputusan, pembeli dan pemakai.

3. Peran dan status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Keputusan seseorang dalam pembelian di pengaruhi oleh perandan status mereka didalam kelompok tersebut.

c. Faktor-faktor pribadi meliputi

1. Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup seseorang akan mengkonsumsi suatu produk sesuai dengan kebutuhan mereka pada usia tertentu. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

2. Pekerjaan

seseorang mempengaruhi minat dalam membeli. Kelompok-kelompok pekerjaan yang berada diatas rata-rata lebih banyak membeli produk-produk yang ditawarkan dimasyarakat.

3. Keadaan ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan uang tabungan. Seseorang yang memiliki keadaan ekonomi di atas rata-rata akan cenderung untuk mengkonsumsi akan semakin beragam.

4. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang serta berkaitan dengan pemilihan produk-produk yang akan digunakan.

5. Kepribadian dan kontrol diri

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

d. Faktor-faktor psikologis meliputi :

1. Motivasi

Kebanyakan dari kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motivasi apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Seorang konsumen akan menentukan produk atau merek yang mereka gunakan sesuai dengan kebutuhan yang tersusun dalam suatu

hierarki, dari kebutuhan yang paling mendesak hingga yang kurang mendesak yang dimulai dari kebutuhan psikologis sampai dengan aktualisasi diri.

2. Persepsi

Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti untuk dapat mengambil suatu keputusan termasuk dalam mengkonsumsi suatu produk.

3. Proses belajar

Proses belajar adalah proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku. Signifikan pemasaran dari teori belajar menjadi jelas ketika salah seorang tokoh terkemuka Jhon B Watson, memasuki bidang pemakaian pada tahun 1930-an, ia mengungkapkan pandangan bahwa kita datang ke dunia ini tanpa apapun selain kapasitas untuk belajar. Filosofinya adalah bahwa pengulangan yang konstan akan mengukuhkan respon dan membina kebiasaan membeli.

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Jika telah memiliki kepercayaan terhadap suatu produk, maka orang tersebut mudah terbuju untuk mengkonsumsi produk tersebut. Menurut Kohler (dalam Santosa, 1998) faktor yang terkait dalam perilaku konsumtif cukup banyak. Secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dapat dibedakan menjadi faktor yang berasal dari luar individu (faktor eksternal).

a. faktor internal

1. motivasi,

Kebanyakan dari kebutuhan yang tidak cukup untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan seseorang akan melakukan perilaku konsumtif berdasarkan kebutuhan yang mereka miliki.

2. Kepribadian,

Faktor ini mempengaruhi perilaku konsumtif dalam pengambilan keputusan pembelian. Kepribadian dalam perilaku konsumtif didefinisikan sebagai respon yang konsisten terhadap stimulus lingkungan.

3. Proses

Merupakan aktifitas manusia yang dilakukan sepanjang hidupnya. Pembelajaran adalah hasil dari pemrosesan informasi secara sadar (pada perilaku membeli produk yang memerlukan keterlibatan tinggi). Tidak sadar ataupun tidak terfokus (pada perilaku membeli produk yang tidak memerlukan keterlibatan tinggi).

4. Sikap

Faktor ini sangat penting bagi pemasaran untuk mengetahui bagaimana sikap konsumtif terhadap produknya, karena sikap yang positif akan menghasilkan pembelian bukan saja dari konsumen yang bersangkutan tetapi rekomendasi kepada teman maupun keluarga juga akan membuahkan pembelian yang menguntungkan. Sebaliknya sikap negatif terhadap produk yang

akan menghasilkan penolakan dan sikap yang demikian ini akan di teruskan untuk mempengaruhi orang lain, Sikap ini dibentuk dari pelajaran.

5. Gaya hidup

perilaku konsumtif sebagai pola aktifitas, minat dan pendapat konsumtif yang konsisten dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianutnya. Gaya hidup selalu berkaitan dengan pilihan barang dan jasa yang dipergunakan.

b. Faktor eksternal

1. Kebudayaan,

budaya merupakan milik bersama dalam suatu masyarakat atau komunitas dan budaya juga bersifat dinamis. Dalam setiap budaya terdapat nilai-nilai dasar yang mendominasi perilaku, konsep diri yang ideal dan sosial perioritas hidup, dan sebagai konsumen berperan dalam pemilihan produk.

2. Kelas sosial

setiap kelas sosial terdapat suatu faktor-faktor gaya hidup yang spesifik (keyakinan, setiap kegiatan, dan perilaku yang sama) yang dapat membedakan anggota-anggota satu kelas sosial dari anggota-anggota kelas sosial lainnya.

3. Keluarga

anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terdapat perilaku pembeli. Keluarga dan anak keluarga, terutama dalam budaya yang cenderung kolektif (bukan individual) sangat menentuka perilaku pilihan produk dan aktifitas pembelian.

4. Kelompok

orang sering dipengaruhi oleh kelompok dimana ia menjadi anggotanya. Kelompok dapat mempengaruhi orang pada perilaku dan gaya hidup. Mereka dapat mempengaruhi pemilihan produk dan merek yang dipilih seseorang.

Menurut tinarbuko (dalam www.edza.seniman.com. 2007) faktor-faktor yang melatarbelakangi munculnya perilaku konsumtif adalah :

1. Harga diri

Menurut Atkinson (1992) harga diri merupakan bagian yang terpenting dalam diri individu. Harga diri sebagian besar dihasilkan oleh refleksi dari penghargaan orang lain terhadap dirinya, agar dapat tumbuh dan berkembang dengan baik yang diperlukan oleh lingkungan yang mendukung harga diri merupakan penilaian individu yang diberikan kepada dirinya sendiri yang meliputi penilaian positif atau negatif yang dinyatakan melalui sikap menghargai atau tidak menghargai dirinya dan dimunculkan dalam bentuk hubungan yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan masyarakat dilingkungannya. Bila seseorang memiliki rasa harga diri yang sehat maka dapat mengenal dan dapat menerima diri sendiri dengan segala keterbatasannya. Menurut hasil penelitian seorang wanita lebih rendah dari pada pria karena kedudukan wanita secara relatif lebih rendah dari pada pria.

2. Gengsi

Seseorang biasanya melakukan perilaku konsumtif akibat gengsi yang didukung oleh tindakan orang lain atau lingkungan sekitarnya yang juga memiliki kebiasaan berperilaku konsumtif. Hal ini dilakukan hanya untuk menunjukkan bahwa seseorang yang melakukan perilaku konsumtif tersebut merasa mampu melakukan apa yang dilakukan oleh lingkungan sekitarnya juga. Alasan lainnya adalah merasa takut ketinggalan zaman, jadi harus dapat

mengikuti *trend* yang sedang digemari. Hal ini dikarenakan mereka ingin selalu tampil beda dari lingkungannya.

3. Status sosial

Seseorang yang memiliki status sosial yang dipandang dalam lingkungannya atau seseorang yang sudah memiliki nama di lingkungannya akan mudah terpengaruh pada perilaku konsumtif. Perilaku seperti ini biasanya dilakukan dikalangan orang kaya yang gemar membelanjakan sebagian besar hartanya untuk membeli barang-barang yang diperlukan maupun yang kurang diperlukan hanya sekedar untuk kebanggaan dan bermewah-mewahan.

4. Ekonomi

kelas ekonomi yang cukup berada menjadi salah satu faktor penunjang munculnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif harus didukung oleh kondisi financial yang memadai, menurut Bahar (dalam www.marketing.com, 2008) uang saku remaja diatas Rp 500.000.- perhari dalam mengkonsumsi berbagai macam produk lebih beragam sehingga kecenderungan untuk memakai uang tersebut untuk kebutuhan yang tidak mereka butuhkan sangat besar. Jika banyak uang yang tersedia, maka hobi berbelanja tidak menjadi masalah. Namun bila sifat konsumtif sudah “menggila”, tidak tertutup kemungkinan seseorang lepas kendali, menghabiskan uang sebanyak apapun dalam waktu singkat. Pepatah “lebih besar pasak dari pada tiang” berlaku disini. Terkadang apa yang dituntut oleh remaja diluar kemampuan orang tuanya sebagai sumber dana dalam hal ini perilaku tersebut telah menimbulkan masalah ekonomi pada keluarganya.

5. Pengaruh kelompok

Perilaku konsumtif seseorang perempuan akan dimulai saat mereka menginjak usia remaja membentuk kelompok dan seseorang akan masuk kedalam kelompok dengan kohesi

yang kuat berkembanglah suatu iklan kelompok dan norma-norma kelompok tertentu. Menurut Ewert (dalam Haditono 2004) norma tersebut tidak merupakan norma yang buruk, namun terdapat bahaya bagi pembentuk identitas remaja. Dia akan lebih mementingkan perannya.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, dan faktor pribadi. Dimana faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang termasuk kontrol diri yang disebutkan didalam salah satu faktornya yaitu faktor pribadi.

3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rasyid 1997, (dalam Nanda, 2016) ada tiga aspek perilaku konsumtif adalah sebagai berikut :

a .Aspek Pembelian Implusif

Pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba, terhadap suatu merek yang sedang *ngetren* di pasaran.

b .Aspek Pembelian Tidak Rasional

Pembelian dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat disebut sebagai orang yang modern.

c .Aspek Pembelian Boros atau Berlebihan

Pembelian suatu produk yang berlebihan yang dilakukan oleh konsumen.

Sedangkan menurut Tambunan (2001), ada dua aspek perilaku konsumtif yaitu :

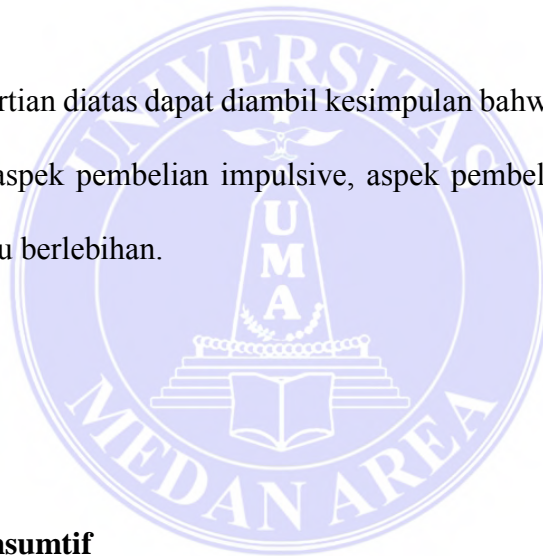
a .Adanya Suatu Keinginan untuk Mengonsumsi Secara Berlebih

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

b Perilaku Tersebut Bertujuan untuk Mencapai Kepuasan Semata

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

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



4.Indikator Perilaku Konsumtif

Ada beberapa indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) yaitu :

a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

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

b. Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen remaja sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi

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

d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaanya).

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

e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

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

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

Remaja cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya. Remaja juga cenderung

memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan *public figure* produk tersebut.

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

Remaja sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Cross dan cross (dalam Hurlock, 1997) menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik mereka akan menjadi lebih percaya diri.

h. Mencoba lebih dari dua produk (merek berbeda).

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

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ada delapan yang menjadi indikator perilaku konsumtif yaitu, membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk karena perimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, membeli produk karena unsur konformitas terhadap *model* yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk (merek berbeda).

5. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif

Ada pun ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Ayu, (2009) yaitu:

1.Keinginan untuk membeli secara spontan

Suatu keinginan untuk membeli suatu barang yang tidak direncanakan sebelumnya, tetapi muncul secara tiba-tiba atau spontan, jika keinginan seperti ini terus dibiarkan serta dituruti, ini akan menjadi sebuah kebiasaan yang sulit dihentikan. Terlebih setelah maraknya tempat yang menjadi pusat perdagangan yang menawarkan barang yang sangat menarik.

2. *Shopaholic*

Seseorang yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja sehingga menghabiskan banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang-barang yang dibelinya tidak selalu ia butuhkan. Banyak individu yang rela menguras isi kantong demi membeli berbagai macam yang tidak mereka butuhkan untuk mendapatkan kenikmatan dan kesenangan jika berhasil membeli barang itu.

3. Keinginan untuk bermewah-mewah

Seseorang yang memiliki keinginan sesuatu yang tidak diperlukan secara berlebihan dengan tujuan hanya sekedar untuk kebanggaan atau menjaga gengsi. Perilaku seperti ini biasanya berlaku dikalangan orang kaya yang gemar membelanjakan sebagian besar harta untuk membeli barang-barang yang diperlukan maupun yang tidak diperlukan.

Berdasarkan uraian diatas ada beberapa ciri perilaku konsumtif antara lain: keinginan secara spontan, gejala demam belanja, dan keinginan berbelanja untuk bermewah-mewah.

C. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Hurlock (1980) mengatakan bahwa kontrol diri merupakan perbedaan dalam mengelola emosi, cara mengatasi masalah, tinggi rendahnya motivasi, dan kemampuan mengelola potensi dan pengembangan kompetesinya. Kontrol diri sendiri berkaitan dengan bagaimana individu mampu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dalam dirinya.

Hurlock (2006) juga mengemukakan bahwa kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dengan dorongan-dorongan dari dalam dirinya. Menurut konsep ilmiah, pengendalian berarti mengarahkan energy emosi ke saluran ekspresi yang bermanfaat dan dapat diterima secara sosial. Konsep ilmiah ini menitikberatkan pada pengendalian tetapi tidak sama dengan penekanan.

Ada dua kriteria yang menentukan apakah kontrol diri dapat diterima secara sosial atau tidak. Kontrol emosi dapat diterima bila reaksi masyarakat terhadap pengendalian emosi adalah positif. Namun, reaksi positif saja tidak cukup karenanya perlu diperhatikan kriteria lain, yaitu efek yang muncul setelah mengontrol emosi terhadap kondisi fisik dan psikis individu. Artinya, dengan mengontrol emosi kondisi fisik dan psikis harus membaik. Hurlock (2006) menyebutkan tiga kriteria emosi, antara lain:

- 1) Dapat melakukan kontrol diri yang bisa diterima secara rasional
- 2) Dapat memahami seberapa banyak kontrol yang dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhannya dan sesuai dengan harapan masyarakat.
- 3) Dapat menilai situasi secara kritis sebelum meresponnya dan memutuskan cara bereaksi terhadap situasi tersebut.

Menurut Tangney, Baumister, dan Boone (2004) mengatakan bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk mengesampingkan atau mengubah respon batin seseorang, serta mencegah kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri dari melakukan perilaku tersebut.

Kontrol diri juga secara luas dianggap sebagai kapasitas untuk mengubah dan menyesuaikan diri sehingga menghasilkan perilaku yang lebih baik dan sesuai antara diri dengan dunia (Rothbaum, dkk, 1982, dalam Tangney, dkk, 2004).

Goldfried & Merbaum (dalam Ghufron & Risnawati, 2011) mendefenisikan kontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu kearah konsekuensi positif. Kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan seperti yang diinginkan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu dalam pengendalian serta mengarahkan seluruh bentuk emosi dan juga perilaku agar lebih bermanfaat dan membawa individu kearah yang lebih positif

2. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Sebagaimana faktor psikologis lainnya, kontrol diri dipengaruhi pula oleh beberapa faktor. Secara garis besar faktor yang mempengaruhi kontrol diri terdiri dari faktor eksternal dan faktor internal.

- a) Faktor eksternal diantaranya adalah lingkungan keluarga (Hurlock,1992), dalam lingkungan keluarga terutama orangtua akan menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Bila orangtua menerapkan kepada anaknya sikap disiplin secara intens sejak dini, dan orangtua yang bersikap konsisten terhdap semua konsekuensi yang dilakukan anak bila ia menyimpang diri yang sudah di tetapkan, maka sikap konsistensi inilah yang akan diinternalisasi oleh anak dan kemudian akan menjadi kontrol diri baginya.

- b) Faktor internal yang turut adil dalam kemampuan diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang maka semakin baik kemamuan mengontrol diri orang tersebut (Newman, dalam Verawati, 2001). Faktor internal lainnya adalah kematangan (hurlock, 1992) dan salah satu faktor yang mempengaruhi kematangan adalah kesadaran agama (Yusuf,2001). Kesadaran beragama dapat membawa seseorang untuk memiliki kematangan beragama. Individu yang memiliki kematangan beragama akan berperilaku hidu terkontrol dan terarah dalam menjalani kehidupannya.

Selain faktor eksternal dan faktor internal yang mempengaruhi kontrol diri, ada beberapa faktor lain, yaitu : faktor orientasi religus, pola asuh orangtua dan faktor kognitif.

- a) Faktor orientasi religius Bergin (dalam Huroniyah, 2004) berpendapat bahwa orientasi religius dapat memiliki beberapa konsekwensi positif, termasuk terhadap variabel kepribadian seperti kecemasan, kontrol diri, keyakinan irasional, depresi, affect dan sifat kepribadian lain. Berdasarkan hasil penelitian Mc. Clain (dalam Huroniyah, 2004) menunjukkan bahwa orientasi religius berkolerasi positif dengan kontrol diri, disamping itu, penelitian tersebut juga menunjukkan adanya hubungan orientasi religius dengan kepribadian positif.
- b) Faktor pola asuh orang tua Beberapa penelitian membuktikan adanya pengaruh pola asuh orang tua terhadap kontrol diri anak. Menurut Hurlok (1992) bahwa disiplin yang diterapkan orangtua kepada anak merupakan hal penting dalam kehidupan karena dapat mengembangkan self control dan self direction, sehingga seseorang dapat bertanggung jawab dengan baik terhadap tindakan yang dilakukannya.

Elkind dan Weiner (1989) menyatakan bahawa sebagaimana besar pertimbangan social dan kontrol diri dibentuk oleh disiplin orang tua pada anak dan contoh-contoh yang mereka

berikan. Seseorang dapat memiliki kontrol diri yang rendah apabila orangtua menegakkan disiplin yang bersifat otoriter atau hukuman. Baumrind (dalam Kail dan Nelson, 1993) menjelaskan bahwa orangtua yang bersikap otoriter selalu mengontrol anak untuk mendapatkan kepatuhan segera maupun jangka panjang. Kepatuhan sering ditegakkan oleh orangtua dengan berbagai jalan seiring dengan hukuman fisik atau kekerasan lain. Orangtua jarang memberikan keterangan mengenai aturan-aturan maupun larangan.

Menurut Feldman dan Wenzel (dalam Kail dan Nelson, 1993) bahwa orangtua yang otoriter selalu mendikte anak untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan orangtua yang mengontrol anak terus menerus, maka anak akan kehilangan kesempatan atau dorongan menginternalisasi kontrol dalam dirinya. Penelitian yang dilakukan oleh Silverman dan Raqusa (dalam Kail dan Nelson, 1993) mendapatkan adanya korelasi sebesar 0,43 antara dorongan orangtua agar anak mandiri dengan kemampuan anak dalam mengendalikan diri dengan stimulasi yang diberikan

c) Faktor kognitif Faktor kognitif memberikan sumbangan terhadap kemampuan mengontrol diri individu. Menurut Elkin dan Weiner (dalam Fadhlina, 2012) bahwa individu tidak dilahirkan dalam konsep benar dan salah satu dalam suatu pemahaman tentang perilakunya yang diperolehkkan dan dilarang.

Calhoun dan Acocela (1990 dalam Utami & Sumaryono 2008 : 48) berpendapat bahwa berhasilnya kontrol diri dipengaruhi tiga faktor dasar yaitu:

- a. Memilih dengan tidak tergesa-gesa
- b. Memilih diantara dua perilaku yang bertentangan , yang memberikan kepuasan seketika dan yang lain memberikan *reward* jangka panjang

c. Memanipulasi stimulus dengan tujuan membuat sebuah perilaku menjadi tidak mungkin dan perilaku yang lain memungkinkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor mempengaruhi kontrol diri adalah faktor eksternal dan internal.

Termasuk sebagai faktor internal adalah faktor orientasi religious dan faktor kognitif, sementara pola asuh orangtua termasuk sebagai faktor eksternal.

3.Aspek- aspek Kontrol Diri

Averill (dalam Ghufroon & Risnawati, 2011) mengatakan terdapat tiga aspek kontrol diri yaitu:

1. Kontrol perilaku (*behavior control*) merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu kemampuan mengatur pelaksana (*regulated administration*) dan kemudian kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*).

Kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan. Apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan kemampuan sumber eksternal. Sedangkan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*) merupakan kemampuan untuk mengatasi bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak diketahui untuk dihadapi.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan, antara lain: mencegah atau menjauhi stimulus, menepatkan tenggang waktu diantara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan membatasi intensitasnya.

2. Kontrol kognitif (*cognitive control*) merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Kontrol kognitif (*cognitive control*) terdiri atas dua komponen yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*).

Memperoleh informasi (*information gain*) yang dimaksud adalah dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Individu tersebut dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Sedangkan yang dimaksud dengan melakukan penilaian (*appraisal*) adalah individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau individu berusaha menilai dan memanfaatkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

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

Selain aspek diatas ada lima aspek kontrol diri menurut Tangney, Baumeister dan Boone (2004) :

1. *Self-Discipline*

Aspek ini menilai tentang kedisiplinan diri individu dalam melakukan suatu. Disiplin dalam hal ini individu bisa fokus pada tugas individu yang memiliki *self-discipline* maupun menahan diri dari hal-hal lain yang dapat mengganggu konsentrasinya.

2. *Deliberate/Non-Impulsive*

Aspek ini menilai tentang kecenderungan individu untuk melakukan suatu tindakan yang tidak impulsive. Individu dengan kecenderungan deliberate mempunyai pertimbangan yang baik, bersifat hati-hati, dan tidak tergesa-gesa dalam pengambilan keputusan atau bertindak.

3. *Healty Habits*

Mengatur tentang kebiasaan atau pola hidup sehat individu. Individu dengan kecenderungan healty habits akan mampu menolak sesuatu yang dapat menimbulkan dampak buruk bagi dirinya meskipun hal tersebut menyenangkan. Individu tersebut akan mengutamakan hal-hal yang memberikan dampak positif meski dampak tersebut tidak diterima secara langsung.

4. *Work Ethic*

Menilai tentang etika individu dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Individu yang memiliki work ethis mampu menyelesaikan tugas tanpa terpengaruh hal-hal yang ada diluar tugasnya.

5. *Reliability*

Menilai kemampuan individu dalam menangani sebuah tantangan. Individu yang memiliki eliability mampu melaksanakan rencana jangka panjang dalam pencapaian tertentu.

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan yaitu terdapat sepuluh yang menjadi aspek kontrol diri yaitu, kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), mengontrol keputusan (*decisional control*), *Self-Discipline* (Disiplin Diri), *Delibrate/ Non-Impilsive* (Aksi Yang Tidak Impulsive), *Healty Habits*(Pola Hidup Sehat), *Work Ethic*(Etika Kerja), dan *Reliability*(Kehandalan).

4. Jenis-Jenis Kontrol Diri

Menurut Block & Block (dalam Ghufon & Risnawati, 2011), ada tiga jenis kontrol diri yaitu :

1. *Over Control*, yaitu kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus.
2. *Under Control*, yaitu suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa perhitungan yang matang.
3. *Appropriate Control*, yaitu kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara cepat.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan yaitu terdapat tiga yang menjadi jenis kontrol diri yaitu, *over control*, *under control*, *appropriate control*.

D. Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja

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

Remaja memang selalu diidentifikasi dengan perilaku konsumtif karena masih dalam tahap perkembangan, yang mana pada rentan usia 18-21 tahun (Desmita, 2007), dimana mereka mempunyai keinginan membeli yang terutama untuk menunjang penampilan. Pada usia ini mereka sudah mulai mantap dan stabil, disamping itu pada usia ini mereka juga sudah mulai dituntut untuk memiliki kontrol diri yang baik agar mereka dapat mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok dan kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial serta

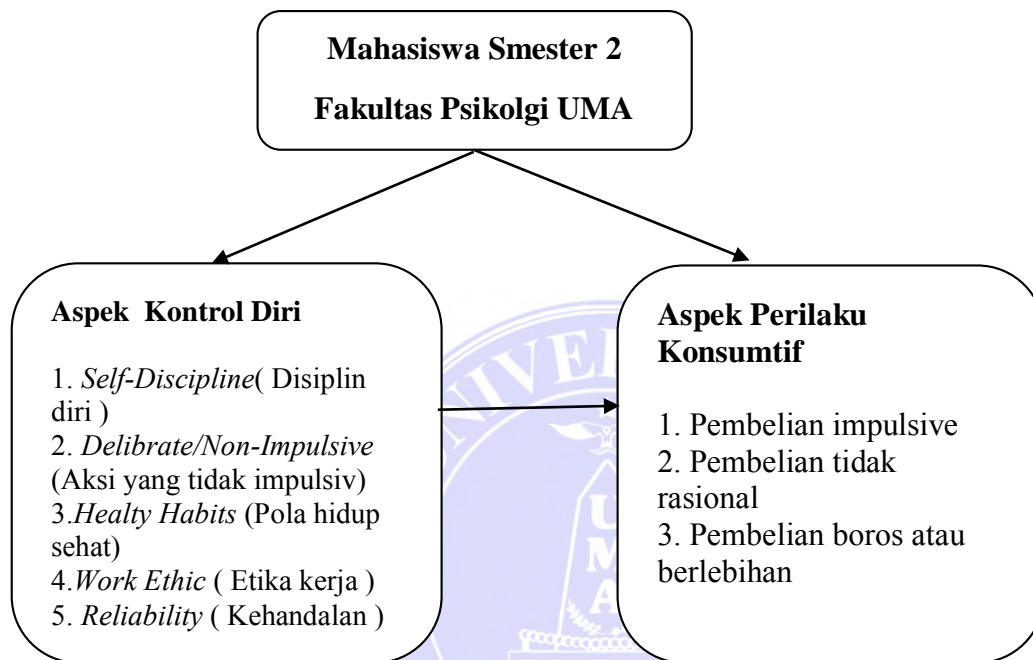
dapat mengatasi berbagai hal yang merugikan yang mungkin terjadi yang berasal dari luar. Jadi jika remaja memiliki kontrol diri yang baik, maka mereka akan mampu mengendalikan perilaku konsumtifnya. Sebaliknya apabila kontrol dirinya rendah maka remaja tersebut cenderung berperilaku konsumtif terhadap segala macam bentuk konsumsi.

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

Melihat remaja banyak dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, karena karakteristik remaja yang cenderung labil dan mudah dipengaruhi sehingga mendorong munculnya berbagai gejala perilaku konsumsi yang tidak wajar seperti membeli suatu barang bukan atas dasar kebutuhan (Zebua dan Nurdjayadi dalam Aryani, 2006). Salah satu gejala tersebut adalah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan tindakan remaja sebagai konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih sesuatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama. Hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif (Sarwono dalam Farida, 2006). Individu yang memiliki kontrol diri tinggi akan mampu mengatur belanjanya sesuai dengan kebutuhan bukan hanya untuk memuaskan keinginan mereka, tidak mudah terpengaruh oleh tawaran dengan

diskon yang besar, percaya diri dengan penampilan apa adanya, mampu menata uang lebih efisien dengan membelanjakannya untuk sesuatu yang bermanfaat sebagai asset perilaku.

E. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis Penelitian

Dari uraian diatas dapat diajukan hipotesis sebagai berikut: ada hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja, artinya bahwa semakin tinggi kontrol diri pada remaja maka semakin rendah perilaku konsumtif mereka. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah kontrol diri pada remaja maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mereka.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. JENIS DAN DESAIN PENELITIAN

Pengertian tentang desain penelitian sebagai suatu proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian (Nazir, 2003). Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikan perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang akan diteliti (Azwar, 2014). Secara khusus penelitian ini menggunakan metode korelasi, yaitu metode yang bertujuan untuk variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau variabel lainnya (Azwar, 2014).

B. IDENTIFIKASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel-variabel yang terlihat dalam penelitian adalah :

1. Variabel bebas : Kontrol diri
2. Variabel terikat : Perilaku konsumtif

C. DEFENISI OPERASIONAL

1. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan individu dalam pengendalian serta mengarahkan seluruh bentuk emosi dan juga perilaku agar lebih bermanfaat dan membawa individu kearah yang lebih

positif. Kontrol diri diukur dengan menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek kemampuan kontrol diri oleh Tangney, Baumeister dan Boone (2004) yaitu, *Self-Discipline* (Disiplin diri), *Delibrate/Non-Impulsive* (Aksi yang tidak impulsif), *Healty Habits* (Pola hidup sehat), *Work Ethic* (Etika kerja), *Reliability* (Kehandalan)

Skor total merupakan petunjuk tinggi rendahnya kontrol diri. Jika semakin tinggi skor total skala yang dicapai seseorang maka kontrol diri yang dimiliki individu tersebut berada pada tingkat yang tinggi. Dan sebaliknya, jika semakin rendah skor total skala yang dicapai seseorang maka kontrol diri yang dimiliki individu tersebut berada pada tingkat yang rendah.

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku untuk mendapatkan barang atau jasa dengan cara membeli produk yang ditawarkan tanpa berpikir secara rasional dan tidak didasari oleh kebutuhan yang sesungguhnya melainkan hanya hasrat dan kesenangan semata dan sifatnya berlebihan.

Dorongan perilaku konsumtif ini akan diukur dengan menggunakan skala perilaku konsumtif berdasarkan aspek perilaku konsumtif oleh Menurut Lina dan Rasyid 1997, (dalam Nanda, 2016) yaitu, aspek pembelian impulsif, aspek pembelian tidak rasional. aspek pembelian boros atau berlebihan.

Skor skala ini menunjukkan bahwa semakin tinggi skor total yang dimiliki subyek maka menunjukkan semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif individu dan sebaliknya, semakin rendah pula kecenderungan perilaku subyek maka menunjukkan semakin rendah pula kecenderungan perilaku konsumtif individu.

D. POPULASI dan SAMPEL PENELITIAN

Masalah populasi dan sampel yang dipakai dalam penelitian merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan. Populasi adalah objek, gejala atau kejadian yang diselidiki terdiri dari semua individu untuk siapa kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel penelitian itu hendak digenerasikan (Hadi, 2000).

Populasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Medan Area. Mengingat keterbatasan peneliti untuk menjangkau keseluruhan populasi, maka peneliti hanya meneliti sebagian dari keseluruhan populasi yang dijadikan sebagai subjek penelitian, atau yang dikenal dengan nama sampel.

1. Populasi

Populasi subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa psikologi S1 Universitas Medan Area. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa psikologi Universitas Medan Area Reguler B.II smester 2 berjumlah 205 orang. Populasi subjek dalam penelitian adalah mahasiswa (berusia 18-21 tahun).

2. Sampel

Sampel yang menjadi subjek penelitian adalah mahasiswa psikologi S1 Universitas Medan Area Reguler B.II semester 2.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah random sampling, yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan randomisasi terhadap individual (Azwar, 2005). Mengingat keterbatasan seluruh subjek dimana jumlah pria dan wanita tidak sama, maka

hanya sebagian saja diambil sebagai subjek penelitian yang disebut dengan sampel. Berikut ini adalah rumus yang digunakan dalam penelitian ini:

$$n = 25\% \times N$$

Keterangan:

N: jumlah populasi

Arikunto (2006) mengemukakan bahwa jika populasinya kurang dari 100 orang lebih baik diambil seluruhnya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tetapi jika jumlah subjek besar, dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%. Untuk menggunakan rumus ini, pertama kali ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} 205 &= 25\% \times 205 \\ &= 0,25 \times 205 = 51 \end{aligned}$$

E. METODE dan ALAT PENGUMPULAN DATA

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pengambilan data dengan menggunakan skala. Menurut (Azwar, 2010) metode skala dapat menggambarkan aspek kepribadian individu, dapat merefleksikan diri yang biasanya tidak disadari responden yang bersangkutan. Skala yang diberikan didalam penelitian ini merupakan skala *Likert*. Pada model perskalaan ini terdapat dua jenis pernyataan, yaitu *favorable* dan *unfavorable*, merupakan pernyataan positif yang mendukung objek sikap yang diungkap sedangkan pernyataan *unfavorable* merupakan pernyataan negative yang tidak mendukung objek sikap yang hendak diungkap (Azwar 2010).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua skala psikologis yaitu skala kecenderungan perilaku konsumtif dan skala kontrol diri.

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif berdasarkan aspek perilaku konsumtif. Untuk mengukur perilaku konsumtif pada mahasiswa maka pada penelitian ini digunakan skala model *Likert*.

Setiap indikator diatas akan diuraikan sejumlah pernyataan *favorable* (mendukung) dan *unfavorable* (tidak mendukung). Dimana subjek diberikan empat alternative pilihan yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Untuk item yang *favorable*, pilihan SS akan mendapatkan skor empat, pilihan S akan mendapat skor tiga, Pilihan TS akan mendapatkan skor dua, dan pilihan STS akan mendapat skor satu. Sedangkan untuk item yang *unfavorable* pilihan SS akan mendapatkan skor satu, pilihan S akan mendapatkan skor dua, pilihan TS akan mendapatkan skor tiga, dan pilihan STS akan mendapatkan skor empat.

Item-item yang terdapat pada skala ini menggunakan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Lina dan Rasyid 1997, (dalam Nanda, 2016) yaitu :

a. Aspek Pembelian Implusif

Pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba, terhadap suatu merek yang sedang *ngetren* di pasaran.

b. Aspek Pembelian Tidak Rasional

Pembelian dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat disebut sebagai orang yang modern.

c. Aspek Pembelian Boros atau Berlebihan

Pembelian suatu produk yang berlebihan yang dilakukan oleh konsumen.

2. Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri disusun berdasarkan aspek- aspek yang terdapat dalam kontrol diri, berdasarkan lima aspek kontrol diri menurut Tangney, Baumeister dan Boone (2004) yaitu :

1. Self-Discipline

Aspek ini menilai tentang kedisiplinan diri individu dalam melakukan suatu. Disiplin dalam hal ini individu bisa fokus pada tugas individu yang memiliki self-discipline maupun menahan diri dari hal-hal lain yang dapat mengganggu konsentrasinya.

2. Delibrate/Non-Impulsive

Aspek ini menilai tentang kecenderungan individu untuk melakukan suatu tindakan yang tidak impulsive. Individu dengan kecenderungan delibrate mempunyai pertimbangan yang baik, bersifat hati-hati, dan tidak tergesa-gesa dalam pengambilan keputusan atau bertindak.

3. Healty Habits

Mengatur tentang kebiasaan atau pola hidup sehat individu. Individu dengan kecenderungan healty habits akan mampu menolak sesuatu yang dapat menimbulkan dampak buruk bagi dirinya meskipun hal tersebut menyenangkan. Individu tersebut akan mengutamakan hal-hal yang memberikan dampak positif meski dampak tersebut tidak diterima secara langsung.

4. Work Ethic

Menilai tentang etika individu dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Individu yang memili work ethis mampu menyelesaikan tugas tanpa terpengaruh hal-hal yang ada diluar tugasnya.

5. Reliability

Menilai kemampuan individu dalam menangani sebuah tantangan. Individu yang memiliki reliabilitas mampu melaksanakan rencana jangka panjang dalam pencapaian tertentu.

Setiap indikator diatas akan diuraikan sejumlah pernyataan *favorable* (mendukung) dan *unfavorable* (tidak mendukung). Dimana subjek diberikan empat alternative pilihan yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Untuk item yang *favorable*, pilihan SS akan mendapatkan skor empat, pilihan S akan mendapat skor tiga, Pilihan TS akan mendapatkan skor dua, dan pilihan STS akan mendapat skor satu. Sedangkan untuk item yang *unfavorable* pilihan SS akan mendapatkan skor satu, pilihan S akan mendapatkan skor dua, pilihan TS akan mendapatkan skor tiga, dan pilihan STS akan mendapatkan skor empat.

Kisi-kisi skala kontrol diri yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1. Kisi-Kisi Kontrol Diri

No.	Variabel	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
				+	-	
1	Kontrol diri	<i>Self-Discipline</i> (disiplin diri)	1. Mampu menghilangkan kebiasaan buruk	1,3,7	2,4,6	6
			2. Mampu mengontrol diri	5,9	10,13,18	5
			3. Memiliki sifat disiplin	13,15,17	14,16,20	6
		<i>Delibrate/Non Impulsive</i> (aksi yang tidak impulsive)	1. Berfikir sebelum bertindak	11,19	18,22	4
			2. Tidak mudah terpengaruh	21,23,25	24,26,28	6
		<i>Healty Habits</i> (pola hidup sehat)	1. Makan makanan sehat	27,31	32,30	4
			2. Berolahraga	29,33,35	34,36,38	6

		3. Tidak mengonsumsi sesuatu yang mengganggu kesehatan	37,39	40,42	4
	<i>Work Ethic</i> (etika kerja)	1. Tidak bekerja secara mendadak	41,43 ,45	44,46 ,48	6
		2. Giat dalam menyelesaikan tugas / pekerjaan	51,53	50,54	4
		3. Memiliki konsentrasi yang baik	47,49	52,56	4
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	1. Merasa handal/ yakin pada diri sendiri	55,57 ,59	58,60	5
	Jumlah		30	30	60

Kisi-kisi skala perilaku konsumtif yang digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2. Kisi-kisi Perilaku Konsumtif

No	Variabel	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
				+	-	
1	Perilaku Konsumtif	Pembelian Impulsif	1. Spontanitas pada pembelian	1,3,5,7	2,4,6,8	8
			2. Ketidakpedulian akan akibat dari sebuah produk yang dibeli	11,15	10,14	4
			3. Pembelian dilakukan karena pengaruh lingkungan	9,13	12,16	4
		Pembelian tidak rasional	1. Pembelian dilakukan karena gengsi bukan karena kebutuhan	21,23,25	18,20,22,26	7
			2. Membeli barang hanya karena merek yang terkenal	17,19	24,28	4
		Pembelian boros	1. Mengikuti mode yang sedang <i>in</i>	27,29,31,33	32,30,34,36	8
			2. Membeli ingin tampak berbeda dari yang lain	35,37	38,39	4

	Jumlah	19	20	39
--	--------	----	----	----

F. VALIDITAS dan RELIABILITAS ALAT UKUR

1. Validitas

Menurut Hadi (2004) suatu alat ukur dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang sebenarnya harus diukur. Alat ukur dikatakan teliti apabila alat out mempunyai kemampuan yang cermat menunjukkan ukuran besar kecilnya gejala yang diukur. Validitas menunjukkan kepada ketepatan dan kecermatan tes dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Suatu tes dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan diadakannya tes tersebut.

Dalam penelitian skala ini diuji validitasnya dengan menggunakan *product moment* rumus angka kasar dari Pearson, yaitu mencari koefisien korelasi antara tiap butir dengan skor total (Hadi, 2004).

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi hasil dari suatu alat tes ukur yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan (Supratiknya, 2014). Peneliti dalam penelitian ini menggunakan koefisien konsistensi internal (*internal consistency coefficients*) dalam menguji reliabel atau tidaknya skala yang dibuat oleh peneliti. Koefisien konsistensi internal, yaitu konsistensi antar bagian-bagian dalam tes (Kein dalam Supratiknya, 2014). Koefisein konsistensi internal minimum yang dipandang memuaskan apabila $r > 0,70$ (Supratiknya, 2014).

Reliabilitas yang digunakan dalam skala ini adalah koefisien *Alfa Cronbach*. *Alfa Cronbach* dipilih karena bisa diterapkan untuk mengestimasi koefisien konsistensi internal item-item

yang diskor dengan skala yang lebih luas (Supratiknya, 2014). Koefisien *Alfa Cronbach* pada SPSS 16 for windows digunakan untuk menunjukkan seberapa baiknya item-item dalam suatu kumpulan pernyataan secara positif berkorelasi satu sama lainnya (Noor, 2011).

G. Metode Analisis Data

Sejalan dengan hipotesis serta identifikasi variabel dalam penelitian ini maka metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Korelasi Parsial Jenjang Pertama, dimana rumus digunakan untuk melihat hubungan antara satu variabel bebas (kontrol diri) dengan satu variabel terikat (perilaku konsumtif).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji asumsi normalitas dilakukan melalui metode Smirnov untuk menguji kenormalan data penelitian dengan bantuan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) 17.00 for Windows.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel dan variabel terikat terbentuk linear atau tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anin, F, A Rasimin . S., & Atamini, N, (2008). Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja.
Jurnal Psikologi, Vol. 35 No. 2, 181-193. ISSN: 0215-8884
- Arikunto, Suharsimi. 2006 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta: Rineka Cipta
- Aryani, G, (2006). Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di SMA Negeri 1 Semarang Tahun Ajaran 2005/2006. Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Averill, J.R (1973). *Personal Control Over Aversive Stimuli and It's Relationship to Stress. Psychological Bulletin*, No. 80. p. 286-303
- Azwar. S (2014). *Metode Penelitian* .Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Baumeister. R. F. (2002). Yielding To Temptation : Self Control Failure Impulsive Purchasing, and Customer Behavior. Reflections and Reviews. *Journal of Consumer Research*, 28, 670-676.
[www.\(balispot.co.id\)](http://www.balispot.co.id)
- Calhoun, J.F dan Accocella J.R 1990. *Psychology Of Adjustment and Human Relationship*. M.c Graw Hill Inc. New York
- Chita. R. C. M., David L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*, Volume 3, Nomor 1, Januari-Aprli 2015.
- Desmita. 2007. *Psikologi Perkembangan* . Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Diba, D. S. (2014). Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin di Samarinda. *eJournal Psikologi*. 1 (3): 313-323.
- Elkin, D dan Weiner (1989) . *Development Of Child*. Jhon Willey & Sons, Inc. New York.
- Engel, Blackwell, Miniard (1995). *Consumer Behavior*, Eight Edt. Florida : The Dryden Press
- Farida Hanum 2006, *Sosioantropologi Pendidikan*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta
- Feist, & Feist . (2009). *Teori Kepribadian Jilid 1*. Jakarta : Salemba Humanika
- Feist, J. & Feist, G. J (2008) *Theory of Personality*. (Edisi 6). Jakarta : Salemba Humanika

- Fitriana, N Koentjoro. (2009). Keranjang Berbelanja Pada Wanita Bekerja., Vol 7, 48-57.
- Fransisca & P. Tommy YS Suyasa. 2005. Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran, *Jurnal Phorensis*, Fakultas Psikologi Universitas Taumanegara.
- Ghufron, M. Nur & Risnawati, RS. 2010. Teori-Teori Psikologi. Jogjakarta : Ar-Ruzz Media.
- Hadi, Sutrisno, 2000. Metodologi Research Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Hurlock, EB. (1990). Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (edisi kelima). Jakarta :Penerbit Erlangga.
- Hurlock, EB. Alih Bahasa. Istiwidayanti dan Sudjarno (1997). Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Edisi Kelima : Jakarta Erlangga.
- Hurlock, EB. (1980). Developmental Psychology. A Life-Span Approach Fifth Edition, New York . McGraw –Hill Book Company.
- Hurlock E B. 2004. Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta : Erlangga.
- Hurlock. EB. 2006. Adolence Developmment (4 th ed). Tokyo : MC Graw- Hill Kogukusha Ltd.
- Lina dan Rasyid, H.F. (1997) Perilaku Konsumtif berdasarkan *Locus Of Control* Pada Remaja Putra. *Jurnal Psikologika*, 4-5-13
- Loudon, D.L, dan Della Bitta, A.J, 1993, *Consumer Behavior : Concepts and Application* Singapore: Mc.Grow-Hill, Inc.
- Moch. Nazir (2003) . Metode Penelitian. Salemba Empat Jakarta, 63.
- Moningka, c. (2006). Konsumtif : antara gengsi dan kebutuhan. (online) (<http://www.suarapembaruan.com/news/2006/12/13/urban/urb02.htm>)
- Monks, F. F ., & Knoers. (2002). Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya, penerjemah: Haditono S. R. Cetakkan 14, Yogyakarta : Gadj Mada University Press.
- Noor, S. (2011). Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmia. Rawamangun, Jakarta : Kencana.
- Papalia, Old, Feldman 2008. Human Development (terjemahan) Jakarta. Kencana
- Ratih, A. 2009. Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri di SMU St. Thomas Medan. (tidak diterbitkan). Medan Universitas Medan Area.

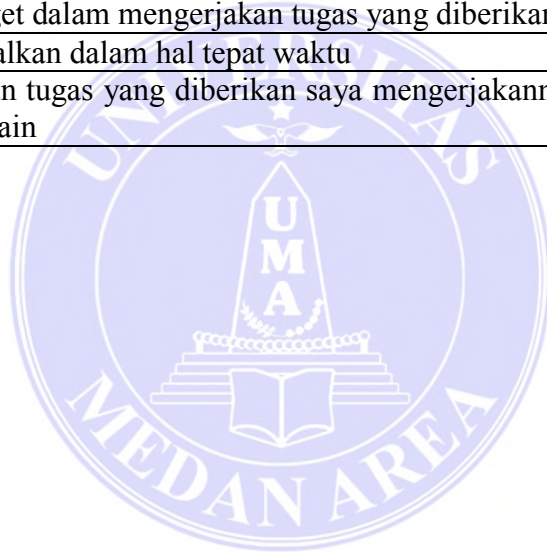
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence Perkembangan Remaja*. Jakarta : Erlangga.
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja edisi Kesebelas*. Jakarta: Erlangga.
- Setiadi, N. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia
- Sitorus RJ. (2013). Dampak Penggunaa Blackberry Messenger Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMK Negeri 1Samarinda dalam Berbelanja Online. *Ejournal Ilmu Komunikasi* . Vol. 1(4):28-37.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* . Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Supraktiknya, A.(2014). *Pengukuran Psikologis*. Yoyakarta : Universitas Sanata Dharma.
- Swasta & Handoko., 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen* . Yogyakarta : BPFE UI Depok
- Swasta & Handoko., 2012. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen* . Yogyakarta : Liberty
- Tulus H. Tambunan. (2001). *Perekonomian Indonesia* Jakarta : Penerbit Ghalia
- Tangney, J.P ., Baumeister . R.F., & Boone, A.L (2004). High Self-Control Predict Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality* , 7(2). 271-282.

LAMPIRAN B.
SKALA KONTROL DIRI



No.	Pernyataan	Skor			
		SS	S	TS	STS
1.	saya fokus dalam mengerjakan tugas kuliah				
2.	saya kesulitan dalam menghilangkan kebiasaan buruk				
3.	saya tetap mengerjakan tugas saya meskipun banyak yang mengganggu saya				
4.	saya mengatur pengeluaran keuangan saya dengan baik				
5.	saya membicarakan sesuatu yang tidak benar				
6.	saya dapat diandalkan ketika diberikan tugas oleh dosen				
7.	saya mudah marah dengan orang lain				
8.	Saya tidak menunjukkan emosi saya didepan umum				
9.	saya menghabiskan banyak uang				
10.	Saya memikirkan konsekuensi yang terjadi dengan apa yang sayalakukan				
11.	saya mudah terpengaruh dengan perkataan teman saya				
12.	saya datang ke kampus tepat waktu				
13.	saya membuat orang kecewa dengan apa yang sayalakukan				
14.	saya menyimpan segala hal dengan rapi				
15.	saya suka menunda pekerjaan				
16.	saya mengungkapkan apa saja yang ada dalam pikiran saya kepada orang lain				
17.	saya berfikir terlebih dahulu sebelum berbicara kepada orang lain				
18.	saya tidak menepati janji saya kepada orang lain				
19.	saya termasuk orang yang teguh dalam berpendirian				
20.	saya mengungkapkan apa saja yang ada dalam pikiran saya kepada orang lain				
21.	saya mampu menahan godaan dari lingkungan luar				
22.	Saya sulit menolak ajakan teman				
23.	saya percaya diri dengan penampilan diri saya				
24.	saya pribadi yang labil dalam menentukan pilihan				
25.	saya memperhatikan komposisi makanan saya sehari-hari				
26.	saya cukup sering berubah pikiran				
27.	saya menjaga pola tidur saya				
28.	saya makan apa saja , selama saya menyukai makanan tersebut				
29.	saya menjaga higienitas makanan yang akan saya makan				
30.	saya selalu mengkonsumsi makanan cepat saji (junkfood)				
31.	saya tidak suka berolahraga karena membuat saya kelelahan				
32.	saya berolahraga tiga kali dalam seminggu				
33.	saya tidak mengatur jadwal tidur saya				
34.	kelebihan berat badan tidak menghalang saya untuk tetap makan dengan sesuka hati				
35.	saya rutin mengkonsumsi vitamin				
36.	saya minum atau mengkonsumsi obat secara berlebihan				
37.	Ketika mendapat tugas, saya langsung mengerjaknya				
38.	saya lebih suka mengkonsumsi air minuman yang bersoda dan mengandung rasa				

39.	saya menyelesaikan pekerjaan yang diberikan satu per satu dengan baik				
40.	saya mengerjakan tugas / pekerjaan secara mendadak				
41.	saya membuat jadwal terlebih dahulu untuk menyelesaikan pekerjaan saya				
42.	saya terburu-buru dalam menyelesaikan pekerjaan				
43.	saya memiliki target dalam mengerjakan tugas yang diberikan				
44.	jadwal tidak penting bagi saya dalam menyelesaikan pekerjaan karena pasti akan selesai				
45.	saya fokus dalam melaksanakan tugas				
46.	saya menunda untuk menyelesaikan suatu pekerjaan saat merasa senang/bahagia				
47.	saya bersungguh-sungguh dalam menyelesaikan tugas yang diberikan				
48.	saya memiliki masalah dalam berkonsentrasi				
49.	saya memiliki target dalam mengerjakan tugas yang diberikan				
50.	saya dapat diandalkan dalam hal tepat waktu				
51.	ketika mengerjakan tugas yang diberikan saya mengerjakannya sambil bermain-main				



SKALA PERILAKU KONSUMTIF



No.	Pernyataan	Skor			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya adalah orang yang mudah terpengaruh dengan produk pakaian terbaru				
2.	Saya mampu menahan godaan untuk membeli produk pakaian walaupun jenis yang terbaru				
3.	Saya tidak mudah terpengaruh dengan tawaran produk pakaian yang sedang diskon				
4.	Saya langsung membeli penawaran produk pakaian ketika sedang diskon				
5.	Saya melihat-lihat produk pakaian yang sedang digemari tapi tidak langsung membelinya				
6.	Saya langsung membeli produk pakaian ketika memiliki keunikan tersendiri				
7.	Saya membeli produk pakaian karena terpengaruh oleh pihak SPG Mall				
8.	Saya selalu mempertimbangkan dalam membeli suatu produk pakaian				
9.	Walaupun produk pakaian tersebut sangat menarik perhatian, saya tetap memikirkan ulang untuk membelinya				
10.	Saya selalu membeli pakaian terbaru dengan melihat teman saya yang sudah memiliki jenis tersebut				
11.	Saya hanya membeli barang sesuai kebutuhan				
12.	Saya mampu menahan diri untuk tidak terpengaruh rayuan penjual				
13.	Saya membeli produk pakaian karena merk nya terkenal				
14.	Penampilan saya tidak bergantung pada produk yang bermerk				
15.	Saya membeli produk pakaian bermerk agar terlihat berkelas				
16.	Saya tidak menggunakan merk dalam membeli produk pakaian				
17.	Saya membeli produk pakaian bermerk agar terlihat modern				
18.	Saya merasa produk pakaian yang mahal akan meningkatkan harga diri saya				
19.	Saya lebih mementingkan kualitas daripada merk				
20.	Saya mengikuti produk pakaian bermerk yang dipakai oleh idola saya sebagai acuan gaya saya				
21.	Saya suka membeli produk-produk pakaian yang saya pikir sebenarnya kurang berguna				
22.	Saya tidak peduli tentang produk pakaian bermerk				
23.	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum membeli produk pakaian yang saya beli				
24.	Setiap ada produk pakaian terbaru, saya langsung membeli				
25.	Saya memiliki produk pakaian yang dibutuhkan saja				
26.	Ketika saya melihat produk pakaian dengan model terbaru, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak item yang sama				

27.	Setiap menghadiri acara, saya selalu menggunakan produk pakaian dari <i>designer</i> yang berbeda dengan teman-teman saya				
-----	---	--	--	--	--

