

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM BERBELANJA *ONLINE* PRODUK
FASHION PADA REMAJA DI TANJUNG SELAMAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan dalam

Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Universitas Medan Area

OLEH:

NAMIRA ANJANI

18.860.0083



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM
BERBELANJA *ONLINE* PRODUK FASHION PADA REMAJA DI TANJUNG
SELAMAT

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Namira Anjani

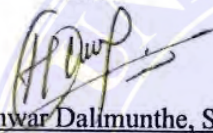
18.860.0083

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Pada Tanggal, 05 Mei 2023

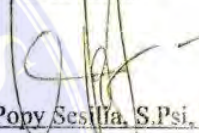
Susunan Dewan Penguji:

Ketua



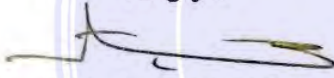
(Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Si)

Sekretaris



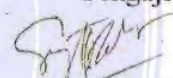
(Ayudia Popy Sesilia, S.Psi, M.Si)

Penguji I



(Eryanti Novita, S.Psi, M.Psi, Psikolog)

Penguji II

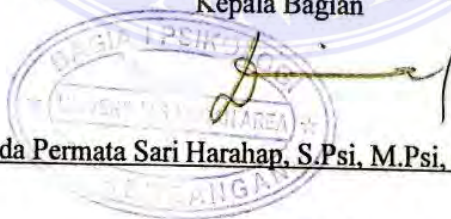


(Dr. Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi)

Skripsi Ini Diterima Sebagai Salah Satu
Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Tanggal, 05 Mei 2023

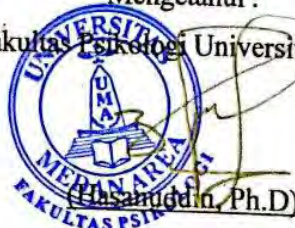
Kepala Bagian



(Dinda Permata Sari Harahap, S.Psi, M.Psi, Psikolog)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area


(Ghassanuddin, Ph.D)

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Namira Anjani

NIM : 188600083

Tahun Terdaftar : 2023

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Psikologi

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik disuatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah Skripsi ini di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Medan, 5 Januari 2023



Namira Anjani

18.860.0083

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Namira Anjani
NPM : 188600083
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Tugas Akhir

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

Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Berbelanja *Online* Produk Fashion Pada Remaja di Tanjung Selamat

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 05 Januari 2023

Yang Menyatakan



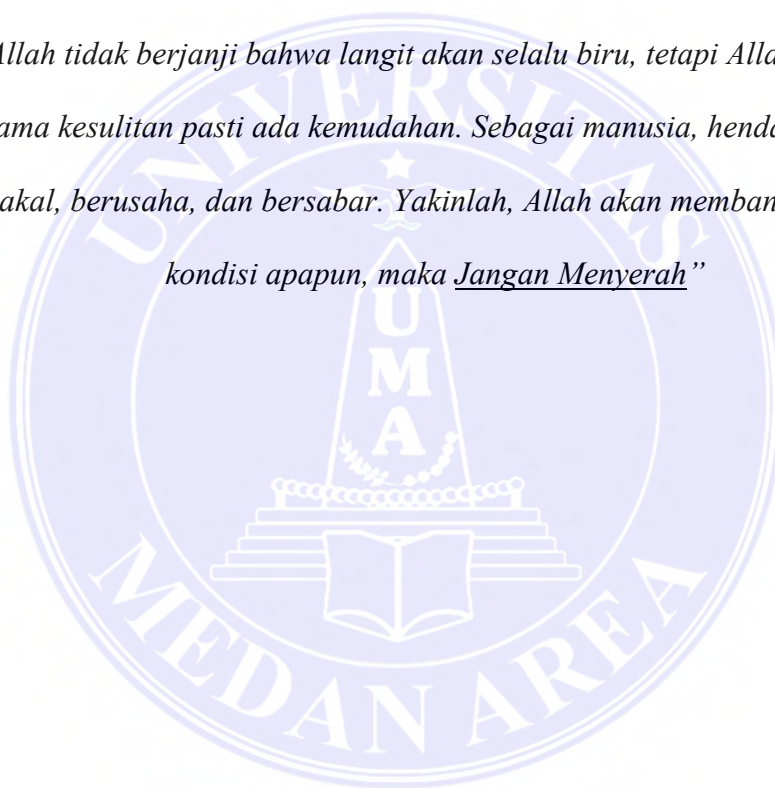
(Namira Anjani)

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan lain)”

(QS. Al-Insyirah : 6-7)

” Allah tidak berjanji bahwa langit akan selalu biru, tetapi Allah berjanji bersama kesulitan pasti ada kemudahan. Sebagai manusia, hendaknya selalu betawakal, berusaha, dan bersabar. Yakinlah, Allah akan membantu kita dalam kondisi apapun, maka Jangan Menyerah”



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta Salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh pengikutnya.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tersayang ayah dan mama yang dimana telah memberikan semangat, motivasi, ketulusan dan cinta kasih kepada penulis. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, kepada dosen pembimbing, dan teman-teman sekalian.

Kepada diri saya sendiri, terima kasih atas perjuangan serta kesabarannya dan mampu bertahan sampai saat ini sehingga mampu dalam menyelesaikan skripsi ini.

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Namira Anjani
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Medan, 13 Agustus 1999
Alamat : Jl. Perjuangan, Griya Mutiara II Blok A04
Kode Pos : 20353
Nomor Ponsel : 082369068373
Email : namiraanjani189@gmail.com

B. Jenjang Pendidikan Formal

1. SMK Swasta Wira Karya Mandiri Medan
2. SMP Negeri 8 Tebing Tinggi
3. SD Negeri 168060 Tebing Tinggi

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Adapun tujuan dari membuat skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Penelitian ini yang berjudul **“Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* produk fashion pada remaja di Tanjung Selamat”**.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, saya selaku penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dengan setulus hati kepada:

1. Drs. M. Erwin, MBA, selaku Ketua Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim Siregar.
2. Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, Msc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Hasanuddin, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Ibu Laili Alfita, S.Psi, MM, M.Psi Psikolog Selaku Wakil Dekan I bidang akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

5. Ibu Dinda Permata Sari Hrp S.Psi, M.Psi Psikolog selaku Kepala Bagian Jurusan Psikologi Perkembangan.
6. Ibu Eryanti Novita S.Psi, M.Psi Psikolog selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dalam proses bimbingan, memberi arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Syafrizaldi S.Psi, M.Psi selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan serta saran untuk penulisan skripsi saya menjadi lebih baik lagi.
8. Bapak Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Si selaku ketua dalam sidang skripsi saya yang telah memberikan saran serta masukan yang memotivasi saya sehingga penulisan skripsi saya menjadi lebih baik lagi.
9. Seluruh bapak/ibu dosen Fakultas Psikologi yang memberikan ilmu kepada mahasiswa.
10. Seluruh staf Tata Usaha dan staf Biro Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
11. Kepada kepala Desa Bapak Sapi'I, para staf di Kantor Desa yang telah memberi saya izin serta kesempatan untuk melakukan penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Teruntuk Kedua orang tua yang saya cintai yaitu ayah dan mama yang telah bersabar, memberi motivasi, doa dan dukungan dana sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan baik dan lancar. Untuk adik saya Alfariz Terima kasih telah menjadi teman keluh kesah dan memberikan semangat serta dukungan kepada saya.

13. Untuk teman baik saya selama Kuliah Mayland Diah A, Fazira, Syafirah Arifah, Intan Widya, dan Fachri Syawal yang telah saling berjuang, saling menguatkan dan memotivasi dalam penulisan skripsi ini.
14. Untuk sahabat saya Novi Hartini, Fadiyah Khairunnisa, serta Richa Angguni yang telah menyemangati saya dalam penyelesaian skripsi ini.
15. Untuk teman seperdopingan saya Winda, Firizkina, Tiur, dan kak Fira, yang sudah mau saling berjuang, menyemangati dan saling berbagi informasi sehingga saya sampai dalam penyelesaian skripsi ini.
16. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung, semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini nantinya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkannya.

Medan, 15 November 2022

Namira Anjani

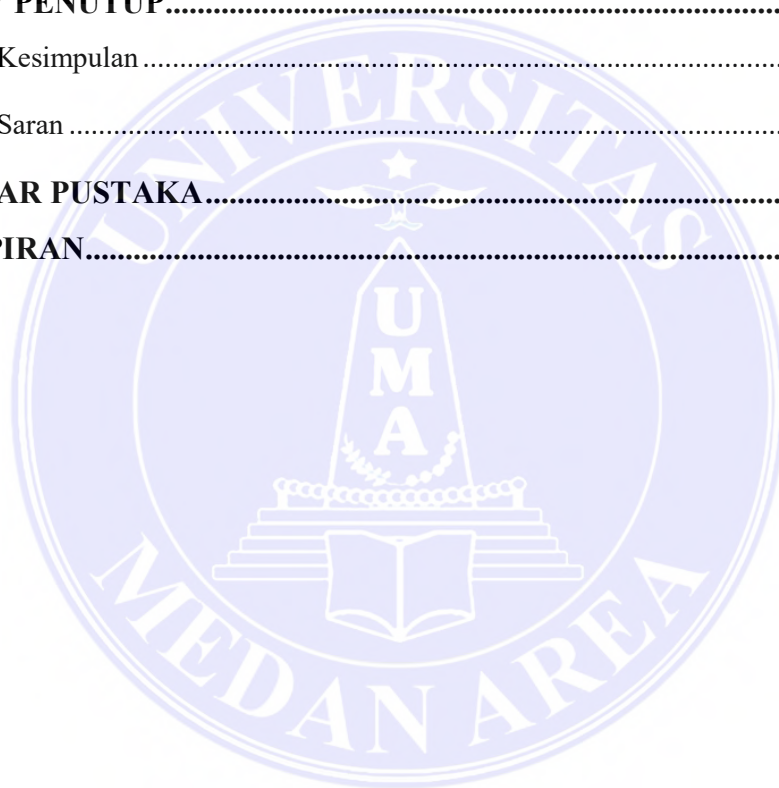
18.860.0083

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Teoritis.....	13
2. Manfaat Praktis	13
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Belanja <i>Online</i> Produk Fashion	13
1. Pengertian Belanja <i>Online</i> Produk <i>Fashion</i>	13
2. Alasan-alasan berbelanja <i>online</i>	14
3. Kelebihan dan kekurangan belanja <i>online</i>	15

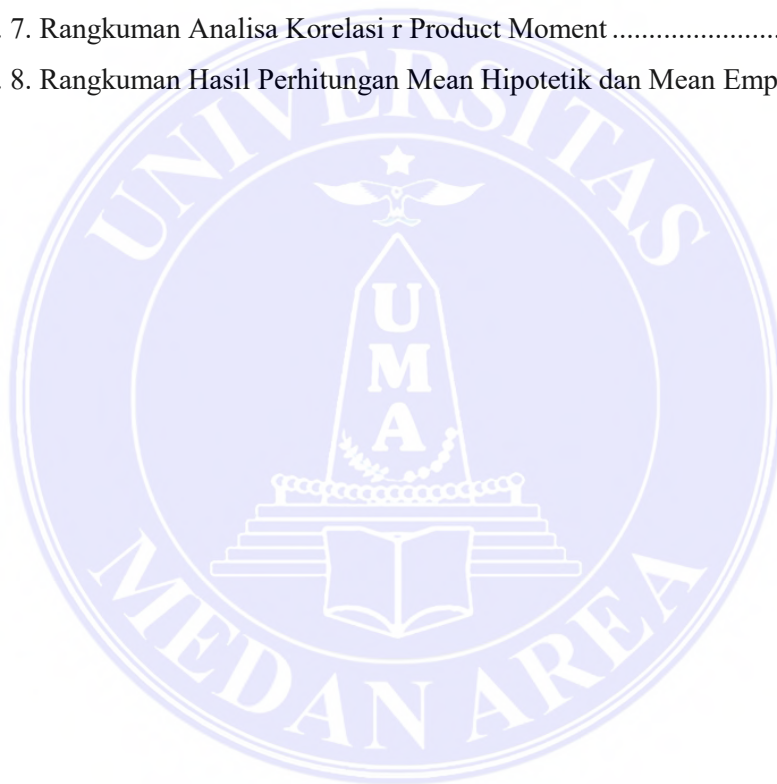
B.	Perilaku Konsumtif.....	17
1.	Pengertian Perilaku Konsumtif.....	17
2.	Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	19
3.	Faktor-faktor Penyebab terjadinya Perilaku Konsumtif	22
4.	Ciri-ciri Perilaku Konsumtif	26
C.	Kontrol Diri.....	28
1.	Pengertian Kontrol Diri	28
2.	Aspek-aspek kontrol diri.....	29
3.	Faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri	31
4.	Ciri-ciri kontrol diri	33
E.	Kerangka Konseptual.....	37
F.	Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
A.	Jenis Penelitian	38
B.	Identifikasi Variabel Penelitian.....	38
C.	Definisi Operasional	39
D.	Populasi dan Sampel.....	40
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
F.	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	43
G.	Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
A.	Orientasi Kacah Penelitian.....	45
B.	Persiapan Penelitian	46
1.	Persiapan Administrasi	46
2.	Persiapan Alat Ukur Penelitian.....	46
C.	Pelaksanaan Penelitian.....	48

D. Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	49
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	49
2. Uji Asumsi	51
3. Uji Hipotesis	54
4. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	55
E. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	69



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1. Kisi-Kisi Blueprint Skala Kontrol Diri	47
Tabel 4. 2. Kisi-kisi Blueprint Skala Perilaku Konsumtif	48
Tabel 4. 3. Distribusi Skala Kontrol Diri Setelah Penyebaran.....	50
Tabel 4. 4. Distribusi Skala Perilaku Konsumtif Setelah Penyebaran	51
Tabel 4. 5. Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran.....	52
Tabel 4. 6. Hasil Perhitungan Uji Linieritas Hubungan.....	53
Tabel 4. 7. Rangkuman Analisa Korelasi r Product Moment	54
Tabel 4. 8. Rangkuman Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	37
Gambar 4.1 Grafik Kontrol Diri	57
Gambar 4.2 Grafik Perilaku Konsumtif.....	57



**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
DALAM BERBELANJA *ONLINE* PRODUK FASHION PADA REMAJA
DI TANJUNG SELAMAT**

Namira Anjani

18.860.0083

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* produk fashion pada remaja di Tanjung Selamat. Sampel dalam penelitian ini adalah 60 remaja di Dusun II-B Tanjung Selamat yang didapat dengan menggunakan teknik *Snowball Sampling*. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi product moment dari Karl Pearson. Hasil penelitian ini menunjukkan koefisien korelasi $r_{xy} = -0,877$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ berarti $p < 0,050$ yang artinya terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Dengan hasil tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat di terima. Adapun sumbangan efektif dari kontrol diri yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu sebesar 77.00%.

Kata Kunci: Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif, Berbelanja *Online*, Remaja.

THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONTROL AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN ONLINE SHOPPING FOR FASHION PRODUCTS AMONG ADOLESCENTS IN TANJUNG SELAMAT

Namira Anjani

18.860.0083

ABSTRACT

This research aimed to know correlation between self-control and consumptive behavior in online shopping for fashion products among adolescents. The sample in this research were 60 teenagers in Dusun II - B Tanjung Selamat through snowball sampling technique. The instrument in this study used a scale of self-control and a scale of consumptive behavior. The data analysis technique used is the product moment correlation from Karl Pearson. The results of this research indicate a correlation coefficient $r_{xy} = -0.877$ with a significance value of $p = 0.000$ meaning $p < 0.050$ which means that there is a negative relationship between self-control and consumptive behavior. With these results, the hypothesis in this study can be accepted, The effective contribution of self-control that influences consumptive behavior is 77.00%.

Keywords : *Self Control, Consumptive Behavior, Online Shopping, Adolescents.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi di era globalisasi saat ini, tidak dapat dipisahkan mengenai bagaimana teknologi mempengaruhi kehidupan masyarakat. Internet telah memberi perubahan yang cukup besar, membuat internet berperan penting dalam setiap aspek kehidupan manusia, sehingga memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari lebih efektif dan efisien. Masyarakat dapat melakukan berbagai kegiatan di mana saja, kapan saja, tanpa batasan waktu dan tempat. Seiring berjalannya waktu, jumlah pengguna internet semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Penggunaan internet di Indonesia berkembang begitu pesat, Pada tahun 2020 terdapat 196,7 juta pengguna, tahun 2021 naik sebanyak 202,6 juta pengguna, kemudian di awal tahun 2022 menjadi 277,7 juta pengguna (Katadata, 2022). Kecanggihan internet ini memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti mengakses informasi dengan mudah dan cepat, sarana komunikasi, mencari hiburan, dan kemudahan dalam berbisnis salah satunya adalah berbelanja melalui situs *online* (*website*).

Perkembangan internet kini telah mampu mengubah gaya hidup masyarakat. Salah satunya adalah perubahan dalam kegiatan berbelanja. Jika dahulu orang membeli barang dengan cara pergi ke toko, *mall*, dan pasar tradisional, hal itu sangat berbeda dengan saat ini, yang dimana masyarakat bisa

mengakses internet dengan cepat dan mudah serta membeli barang dari rumah mereka tanpa harus pergi ke toko. Pembelian ini dapat dilakukan melalui *Smartphone* apapun yang sudah terkoneksi internet. Dengan perantara dari berbagai *platform* belanja *online* seperti *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, dll, serta *platform* Media Sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok Shop*, bahkan *WhatsApp*.

Menurut Mujiyana & Elisa (2013), *Online shopping* atau belanja via *online* adalah salah satu kegiatan proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet atau layanan secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual maupun pembeli secara langsung. Pada *online shop*, para calon pembeli bisa melihat barang-barang yang berupa gambar, foto bahkan video yang disediakan oleh penjual. Kemudian pembeli bisa langsung memesan barang yang sesuai dengan pilihan, kemudian *transfer* uangnya dengan berbagai macam metode pembayaran, kemudian pilih salah satu metode pembayaran tersebut. Selanjutnya, toko *online* tersebut akan mengirimkan produk yang telah di pesan ke alamat pembeli (Nusarika, 2015).

Kemudahan-kemudahan dalam belanja *online* menguntungkan konsumen karena kebutuhannya tetap terpenuhi tanpa keluar rumah, namun konsumen mudah tergoda untuk membeli produk secara berlebihan dengan lebih mengutamakan keinginan (Rahmawati & Surjanti, 2021). Kegiatan belanja *online* ini telah memberi dampak berupa keuntungan maupun kerugian yang akan dihadapi oleh calon pembeli (konsumen) saat berbelanja *online*, keuntungan yang akan didapatkan yakni akses kegiatan belanja *online* tidak ada batasan waktu dan

tempat, harga barang yang ditawarkan lebih murah dari pada di toko tradisional, proses transaksi yang mudah dan dapat dilakukan melalui ATM atau kartu kredit, Indomaret, Alfamart, atau bisa langsung bayar saat barang sudah sampai di alamat tujuan, atau bisa juga disebut dengan *Cash On Delivery* (COD), kemudian banyaknya penawaran harga serta gratis ongkos kirim (ongkir).

Selain keuntungan yang didapatkan, konsumen mungkin akan mengalami kerugian seperti: tingkat kesesuaian gambar dengan bentuk asli produk tidak sesuai 100%, bahkan terdapat produk yang jauh dari gambar yang telah ditampilkan, proses pengiriman mungkin memakan waktu yang cukup lama dan tidak dapat diprediksi, kondisi barang yang diterima oleh pihak pembeli kemungkinan akan rusak bahkan hilang, dan resiko yang besar adalah kecenderungan masyarakat untuk berperilaku konsumtif (Utami, 2022).

Masa remaja adalah peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, yang mencakup semua aktivitas yang berhubungan dengan tujuan memasuki masa dewasa. Dalam setiap aspek perkembangannya, baik fisik, kognitif, psikologis, maupun sosial (Gunarsa, 2006). Masa remaja dimulai antara usia 10 sampai 13 tahun dan berakhir antara usia 18 dan 21 tahun (santrock, 2003). Menurut Hurlock (2003), rentang usia remaja dibagi menjadi tiga (3) kelompok berdasarkan tahap perkembangannya, yaitu: Remaja Awal dengan usia 12-15 tahun, remaja pertengahan dengan usia 15-18 tahun, dan remaja akhir dengan usia 18-21 tahun.

Masa remaja merupakan masa yang mudah terpengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, dimulai dari lingkungan keluarga, lingkungan pertemanan, bahkan gaya hidup hedonis. Ini adalah faktor kunci dari gaya hidup konsumtif pada remaja. Pada fase ini, remaja akan mengalami perubahan fisik dan perubahan emosi yang bersifat sementara, dan biasanya dipengaruhi oleh tindakan-tindakan yang negatif.

Saat ini kegiatan belanja *online* menjadi kegiatan yang cukup populer di kalangan remaja. Remaja dapat mengenakan pakaian yang mereka inginkan dan bersaing untuk berpenampilan semenarik mungkin dengan menggunakan produk-produk kekinian/trendi agar terlihat lebih menarik. Amelia (2019) mengatakan masa remaja akhir usia 18-21 tahun biasanya memiliki rasa penasaran yang tinggi terhadap hal-hal baru, sehingga mereka tidak takut untuk mencoba atau mengikuti sesuatu yang lebih populer atau kekinian pada saat itu. Tidak hanya itu, remaja biasanya mudah terpengaruhi oleh iklan-iklan di TV atau media sosial seperti *tiktok*, *instagram* dan lainnya, tanpa berfikir panjang individu mengambil keputusan untuk membelanjakan uangnya (Sari, 2015).

Santrock (2011) menyatakan bahwa remaja yang hidup di zaman sekarang dihadapkan pada penawaran produk yang ditawarkan melalui media. Banyaknya media *online* yang menawarkan produk kebutuhan sehari-hari seperti pakaian, aksesoris, make up, tas, sepatu, dll, sehingga mendorong konsumerisme di kalangan remaja untuk memenuhi kebutuhan berpenampilan remaja.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli barang secara berlebihan dan tanpa perencanaan. Perilaku konsumtif ini terjadi bukan berdasarkan kebutuhan, namun karena adanya dorongan hasrat dan keinginan, perubahan perilaku konsumtif tidak lagi berdasarkan kebutuhan tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, menantang keinginan, dan menghilangkan stress (Chita dkk, 2015).

Perilaku konsumtif bisa terjadi pada siapa saja. Menurut Mangkunegara (2005) pada dasarnya manusia dikelompokkan dalam tiga (3) golongan, yaitu: golongan atas, golongan menengah dan golongan bawah. Dalam arti perilaku konsumtif bisa saja terjadi pada semua kalangan, baik dari golongan atas, menengah, maupun golongan bawah. Salah satu kalangan yang lebih cenderung berperilaku konsumtif adalah remaja.

Pada fase ini, remaja mulai mencari jati dirinya sehingga lebih mudah terpengaruhi oleh lingkungannya baik itu secara positif maupun negatif. Remaja mengekspresikan diri mereka melalui penampilan, sehingga produk fashion penting dalam mendukung penampilan mereka. Hal ini didukung oleh penelitian Anin (dalam David dkk, 2015) bahwa remaja mengkonsumsi produk *fashion* karena berdasarkan perasaan emosi yang membuat mereka ingin diterima oleh kelompoknya.

Menurut Soekanto (dalam Sudarto, 2020), fashion memiliki arti suatu *mode* yang hidupnya tidak lama, yang menyangkut gaya, bahasa, perilaku, hobi terhadap model pakaian tertentu. Menurut *The Contempersry English Indonesian*

Dictionary of English Language oleh Houghton Mifflin Company di Amerika pada tahun 2004, fashion diartikan sebagai gaya atau kebiasaan dalam berperilaku atau berpakaian. pakaian dengan gaya pada zaman sekarang. Sesuatu bersifat pribadi yang berkaitan dengan tabiat seseorang mengenai jenis, macam, bentuk, dan wujud lainnya. Produk *fashion* adalah mode pakaian yang mencakup semua aksesoris seperti sepatu, tas, kaos kaki, gelang, kalung, ikat pinggang, jam tangan, dll. Produk *fashion* merupakan salah satu produk yang digemari oleh para remaja. *Fashion* merupakan wujud dari penampilan yang menunjukkan identitas dan status sosial seseorang. Para remaja bersaing untuk tampil terbaik untuk mendapat pengakuan dan pujian dikalangannya.

Pada perilaku konsumtif, remaja biasanya tidak dapat menahan dirinya untuk membeli produk-produk yang kurang penting dan merasa tidak percaya diri dengan apa yang sudah mereka miliki. Pada dasarnya, remaja cenderung ingin menunjukkan identitas diri melalui *fashion* yang mereka kenakan. Mereka membeli barang-barang yang pada dasarnya tidak dibutuhkan dan hanya untuk mengikuti trend disekitar mereka agar mendapatkan pengakuan sosial. Oleh karena itu, kontrol diri dibutuhkan agar individu mampu mengontrol dan mengarahkan perilakunya agar terhindar dari perilaku yang negatif, dan mampu menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

Berdasarkan fenomena perilaku konsumtif yang terjadi dikalangan remaja. Penelitian ini dilakukan di dusun II-B, dengan subject usia 18-21 tahun. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan delapan remaja, enam dari remaja tersebut mengatakan bahwa mereka rutin melakukan belanja

online minimal 3 kali dan maksimal 8 kali dalam sebulan. Mereka membeli secara *online* dikarenakan produk yang ditawarkan sangat beragam serta harga yang tercantum sangat bervariasi, remaja dapat memilah-milah barang yang akan mereka beli dan mereka sukai dengan melihat kualitas dari produk tersebut.

Berikut merupakan hasil wawancara peneliti kepada remaja di Dusun II-B Tanjung Selamat:

“kalau belanja online selalu di shopee kak karena lebih banyak pilihan gitu, udah gitu gak perlu ngantri ke toko, lebih praktis lah kak.. hahah kalau aku sih belinya random kak, apa aja kubelanja in karena emang dasarnya hobi belanja online... kalau terkait dengan fashion seringnya beli cardigan sama sweeter gitu sih kak..ya sekali pembelian kadang beli 3 kadang beli 4. Walaupun ujung-ujungnya jarang dipakai, tapi suka aja membelinya” (Wawancara kepada IA (21), 10 Juni 2022)

“belanjanya sering di shopee sih ra. paling malas kalau datang ke toko kak, lebih praktis belanja online.. udah gitu kalau di shopee harganya jelas, pilihan barangnya juga banyak.. kalau produk fashion sih seringnya beli sepatu sama baju sih ra.. heheh kalau sepatu kadang beli sampe 4 pasang. Pernah juga aku beli sepatu (pansus) sampe 6 pasang, bentuknya lucu jadi aku beli” (Wawancara kepada PA (18), 10 Juni 2022).

Responden menyatakan bahwa mereka sering membeli produk yang berhubungan dengan penampilan, seperti baju/gamis, celana/rok, jilbab, make up, tas, sepatu, dan aksesoris lainnya. Remaja juga mengaku sering membeli produk *online* tersebut aplikasi *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia*, Dan *Tiktokshop*. Hasil wawancara peneliti, aplikasi *Shopee*, *lazada* dan *tiktokshop* merupakan aplikasi yang paling sering digunakan saat berbelanja *online*.

Berikut merupakan hasil wawancara pada remaja di Dusun II-B Tanjung Selamat.

“kadang lazada, shopee, atau tiktokshop, tergantung barang yang trend dijual dimana, kalau belanja sih random ya kak, iya kayak mendadak dan gak berencana gitu. Kadang kalau scroll-scroll sosmed terus nemu barang yang lagi trend dan bentuknya aku suka, pasti bakal ku cari-cari tu sampe dapat langsung ku check out... seringnya sih beli produk baju sih kak, hobi aja gitu beliin baju walaupun ujung-ujungnya jarang dipakai “(Wawancara pada MD (21), 12 Juni 2022).

“di shopee atau instagram.. kalau produk fashion paling sering beli baju, jilbab sama rok gitu. Padahal aku jarang pakai rok, paling kalau pakai rok pas acara-acara besar aja, tapi kalau nemu rok yang motifnya lucu pasti langsung ku beli walaupun ujung-ujungnya gak kepakai. Pernah aku beli rok sampe 8 pasang, yang kepake Cuma 5, sisanya masih kusimpan didalam lemari sampe sekarang “(Wawancara pada F (20), 14 Juni 2022).

Berdasarkan dari hasil *screening* dan wawancara, sebanyak 66,1% remaja yang masih berstatus pelajar/mahasiswa, dan 29% remaja yang sudah bekerja. Ada enam remaja yang memiliki tingkat konsumtif yang cukup tinggi saat berbelanja *online*, dengan jumlah 3 sampai 8 produk per bulan. Banyak dari mereka membeli produk seperti baju, hijab, tas dan sepatu, dengan setiap pembelian mereka membeli lebih dari satu produk. Sebagian mereka juga mengatakan sering membeli secara spontanitas atau tanpa perencanaan. Mereka juga mengatakan sering lupa diri ketika belanja secara online, sehingga barang yang mereka beli ujung-ujungnya tidak terpakai.

Mereka juga mengatakan bahwa pengeluaran bulanan mereka untuk belanja *online* berkisar antara Rp 200.000 - Rp. 300.000 di setiap pembeliannya. Barang yang dibeli bukan hanya kebutuhan pokok saja, tetapi ada juga barang yang tidak terlalu dibutuhkan atau sifatnya tidak mendesak. Juga beberapa dari mereka mengatakan sering membeli produk-produk masa kini/sedang trend di kalangannya.

Pada dasarnya perilaku konsumtif bisa terjadi di setiap golongan masyarakat. Baik itu golongan atas, menengah maupun bawah. Dari hasil wawancara, remaja dusun II-B Tanjung Selamat termasuk dalam golongan menengah, yang dimana setiap kali berbelanja mereka membeli lebih dari tiga produk, dengan harga yang berkisar dari Rp 50.000 sampai Rp 200.000 di setiap produknya. Salah satu dari mereka juga mengatakan bahwa tidak secara rutin melakukan pembelian secara *online*, namun dalam sekali pembelian ia mampu membeli lebih dari tiga produk, dengan harga yang cukup fantastis.

Berdasarkan hasil wawancara, para remaja mengatakan jika mereka senang ketika melakukan pembelian secara *online*. mereka juga mengatakan bahwa berbelanja secara *online* merupakan kegiatan yang cukup menyenangkan, karena dapat dilakukan dengan cepat dan juga praktis. Hal ini sesuai dengan pendapat Menurut Erich Fromm (2017), bahwa perilaku konsumtif dipandang sebagai perilaku membeli barang secara berlebihan dengan tujuan untuk mendapatkan kesenangan dan kebahagiaan. Fromm juga menambahkan bahwa seseorang dikatakan konsumtif apabila membeli barang yang diluar dari kebutuhannya, hanya menginginkannya dan menunjukkan statusnya. Beberapa

remaja mengaku terkadang menyesal saat membeli produk dalam jumlah besar karena beberapa produk yang dibeli tidak terpakai, hal itu terjadi karena barang tersebut jauh dari harapan mereka mengenai produk yang mereka beli.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian. Salah satu bagian dari kepribadian adalah kontrol diri. Menurut Munandar (2001) kontrol diri adalah kemampuan untuk mengarahkan atau mengendalikan perilaku yang dapat mempengaruhi seseorang untuk membeli atau bahkan menggunakan sesuatu.

Kontrol diri memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya pada remaja. Kontrol diri berperan dalam penyesuaian diri, sehingga apabila pengendalian diri yang buruk dapat menyebabkan perilaku cenderung menyimpang atau menuju kearah yang lebih negatif. Remaja dengan kontrol diri yang rendah cenderung tidak mampu mengatur atau mengarahkan perilakunya dan tidak mampu memilih tindakan yang tepat sehingga mengarah pada perilaku agresif. Menurut Monks, dkk (2006) mengatakan bahwa remaja pada umumnya memiliki kecenderungs membeli yang tinggi, karena remaja memiliki ciri khas dalam berpakaian, make up, tingkah laku dan cara berinteraksi.

Hasil wawancara yang telah dilakukan, Kontrol diri pada remaja di Dusun II-B Tanjung Selamat dapat dikatakan sedang. Sebagian dari mereka mengatakan terkadang mampu mengontrol dirinya, dan sebagian mengatakan cukup sulit untuk mengontrol diri agar tidak berbelanja *online*. kontrol diri

dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang terjadi dalam diri individu, hal ini dimaksud dengan bagaimana remaja memberi reaksi dan menstimulus yang ia dapatkan serta bagaimana remaja tersebut mampu mengontrol dirinya. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari lingkungan, baik itu lingkungan keluarga maupun lingkungan pertemanan (kelompok), remaja pada dasarnya akan mengikuti segala hal yang terjadi dilingkungan. Remaja cenderung mengikuti trend yang ada di kalangannya Agar ia tidak dikatakan ketinggalan zaman. Maka dari itu, kontrol diri pada remaja akan di uji, apakah ia mampu mengontrol dirinya atau tidak.

Faktor perilaku konsumtif berkaitan dengan kontrol diri karena kontrol diri berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan suatu pembelian dan mempertimbangkan secara rasional, dan juga tidak mudah dipengaruhi oleh lingkungannya. Berdasarkan pemaparan fenomena diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* produk fashion pada remaja di tanjung selamat".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, perilaku konsumtif mengacu pada perilaku seseorang dalam membeli barang atau jasa secara berlebihan dan tidak dibutuhkan, salah satu faktor perilaku konsumtif adalah kontrol diri. Pada kenyataannya perilaku konsumtif banyak terjadi di kalangan remaja khususnya remaja yang gemar berbelanja *online*.

Perilaku konsumtif dapat disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kontrol diri yang rendah. Kontrol diri merupakan kemampuan seseorang dalam mengendalikan dirinya. Maka dari itu kontrol diri berperan penting dalam mengontrol stimulus untuk berperilaku konsumtif, dengan arti semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah daya perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif terjadi. Mengontrol diri dalam kegiatan belanja secara *online* pada remaja merupakan suatu hal penting yang perlu dilakukan untuk terhindar dari sikap pemborosan dan tidak menyesal dikemudian hari.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjawab permasalahan yang terjadi. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* produk fashion pada remaja di Tanjung Selamat”.

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya membahas mengenai “Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* produk fashion pada remaja di tanjung selamat di Tanjung Selamat”, maka penelitian ini hanya membahas mengenai kontrol diri dengan perilaku konsumtif berbelanja *online* produk *fashion*. Adapun yang terlibat dalam penelitian ini adalah remaja usia 18-21 tahun di Dusun II B Desa Tanjung Selamat. Dengan populasi 383 serta sample 60 remaja.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apakah ada Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja *Online* Produk *Fashion* pada remaja di Tanjung Selamat?"

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* produk *fashion* pada remaja di Tanjung Selamat.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi sumbangan dalam pengembangan ilmu psikologi, serta menambahkan bantuan dalam bentuk teoritis, terkhusus dalam bidang psikologi perkembangan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diarahkan untuk semua kalangan terutama pada remaja. Dari Penelitian ini, berharap dapat memberikan penjelasan mengenai pentingnya kontrol diri dan mengurangi perilaku konsumtif, sehingga remaja mampu untuk mengontrol diri serta mengurangi perilaku konsumtif yang tinggi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Belanja *Online* Produk Fashion

1. Pengertian Belanja *Online* Produk Fashion

Menurut Mujiyana (2013) mendefinisikan Belanja *online* (*online shopping*) sebagai suatu proses di mana para konsumen secara langsung membeli barang-barang maupun jasa dari seorang penjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui internet. Menurut Edwin Gnanadhas (2014), yang mengatakan belanja *online* adalah proses di mana konsumen langsung membeli barang, jasa dan lain-lain. Dari penjual tanpa layanan perantara melalui internet.

Menurut Loekamto (2012) Belanja *online* merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa melalui internet sehingga pengunjung *online* dapat melihat barang-barang di toko tersebut. Para pembeli dapat melihat barang-barang dari sebuah gambar/foto bahkan video. Belanja *online* ini merupakan komunikasi tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan dengan melalui media *handphone*, dan *komputer* yang tersambung dengan layanan internet.

Produk *fashion* merupakan *mode* pakaian, yang mencakup juga semua aksesoris seperti sepatu, tas, kaus kaki, gelang, kalung, tali pinggang, jam tangan dan lain sebagainya.

Dapat disimpulkan bahwa belanja *online* produk *fashion* merupakan kegiatan individu dalam berbelanja secara *online* dengan membeli barang-barang yang berupa baju, tas, sepatu dan aksesoris lainnya secara *online* tanpa harus bertatap muka secara langsung, hanya dengan melalui internet.

2. Alasan-alasan berbelanja *online*

Adapun alasan-alasan seseorang melakukan belanja secara *online* (Annur, 2020), yakni sebagai berikut:

1. Harga jauh lebih murah
Harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan toko konvensional.
2. Dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.
Pembelian ini dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, tanpa adanya batasan waktu dan tempat.
3. Lebih cepat dan praktis.
Pemilihan produk dapat dilakukan secara cepat dan proses pembayarannya cukup mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama, sehingga waktu si pembeli tidak terbuang sia-sia.
4. Banyak diskon dan promo.
Banyaknya diskon dan potongan harga dari produk yang ditawarkan oleh penjual toko *online*.
5. Mudah membandingkan produk.
Berbelanja secara *online*, memudahkan para pembeli untuk melakukan perbandingan harga serta kualitas produk dari berbagai toko *online*.

3. Kelebihan dan kekurangan belanja *online*

Utami (2022) mengatakan adapun Kelebihan dalam berbelanja *online* daripada belanja secara *offline* yaitu:

1. Mudah. Karena dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, melalui perangkat komputer yang terkoneksi dengan internet, seperti *handphone*, *laptop*, tablet dan perangkat lainnya.
2. Murah. Alasannya adalah belanja lewat *online* lebih murah daripada toko konvensional.
3. Praktis. Dikatakan praktis karena belanja *online* dapat dilakukan dimana saja, kapan saja, dengan alamat pengiriman yang bisa ditentukan sendiri.
4. Efisien, Karena konsumen tidak perlu berlama-lama menghabiskan waktu mencari produk yang dibutuhkan.

Selain itu, Belanja *online* juga mempunyai kelemahan-kelemahan yaitu:

1. Tidak jarang kualitas barang yang diinginkan berbeda dengan gambar/foto yang tercantum di *website*.
2. Rentan penipuan.
3. Rentan rusak atau pecah karena media pengiriman.
4. Rentan aksi pembobolan rekening karena pembayaran dilakukan melalui internet.
5. Marak aksi *spamming* karena setelah pembeli melakukan registrasi, penjual cenderung selalu mengirimkan katalog *online* melalui email pembeli dan hal ini cukup mengganggu privasi.

4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Untuk Belanja *Online*

Menurut Putri (2021) dalam penelitiannya, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *online* adalah:

1. Harga

Harga menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Konsumer dapat membandingkan harga satu produk dengan produk yang lain melalui kualitas dan kuantitas produk tersebut.

2. Desain Produk

Variasi desain produk yang ditawarkan sangat beragam dan seringkali tidak tersedia di retail *offline* di wilayah konsumen sehingga membuat konsumen memutuskan membeli secara *online*.

3. Promosi

Toko *online* seringkali memberikan fasilitas-fasilitas promosi yang berupa diskon, *voucher* belanja, maupun gratis ongkir (ongkos kirim).

4. Kemudahan dan Informasi

Kemudahan dalam hal ini meliputi kemudahan pencarian produk fashion yang diinginkan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan kemudahan transaksi. Selain itu, informasi dinilai cukup memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian produk fashion secara *online*.

5. Kualitas Produk

Kualitas produk ternyata bukan menjadi prioritas yang diperhitungkan.

Hal ini ditunjukkan dengan konsumen telah siap dengan konsekuensi

yang akan ditimbulkan dari hasil pembelian produk tersebut. Konsumen menyadari penuh, kualitas produk mengandung resiko antara ketidaksesuaian barang dengan ekspektasi.

6. Kecepatan dan Kepraktisan

Kecepatan yang dimaksud adalah durasi waktu sampainya produk yang telah dibeli. Kecepatan ini dipengaruhi oleh durasi pengemasan, jarak tempuh pengiriman, dan jasa agen yang digunakan. Sedangkan kepraktisan berkaitan dengan kemampuan konsumen dalam melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.

7. Keamanan dan Kepercayaan

Keamanan meliputi keamanan transaksi, keamanan keaslian produk, penyimpanan uang digital, dan keamanan privasi. Kepercayaan dalam hal ini adalah kemampuan untuk melakukan transaksi secara maya antara penjual dan pembeli dengan mempercayakan uangnya melalui pihak ketiga (*e-commerce*).

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Maulana (2013) menyatakan perilaku konsumtif merupakan perilaku munculnya kemauan untuk membeli produk yang kurang diperlukan hanya karena untuk memenuhi kepuasan individu. Ningrum (2011) menyatakan perilaku konsumtif merupakan perilaku berkonsumsi secara berlebihan tanpa

didasari kebutuhan, lebih mengedepankan pada orientasi keinginan dan hasrat sesaat.

Ancok (dalam Thohiroh, 2015) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif seseorang ialah perilaku yang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi membeli barang hanya semata-mata untuk membeli produk, walaupun sebenarnya tidak memerlukan produk tersebut. Menurut Lubis perilaku konsumtif yaitu suatu perilaku membeli barang tanpa berfikir rasional, melainkan karena keinginan yang tidak rasional lagi.

Menurut Wijayanti Astuti (2017), perilaku konsumtif yaitu perilaku berbelanja produk secara berlebihan tanpa berfikir rasional, hanya untuk mendapatkan suatu kenangan dalam mencapai suatu ambisi sesaat dan kenyamanan fisik setinggi-tingginya yang bersifat bombastis sebenarnya.

Fromm menjelaskan seseorang dikatakan konsumtif apabila dirinya memiliki barang yang lebih disebabkan karena pertimbangan status. Seseorang yang konsumtif membeli barang yang diinginkan, bukan yang dibutuhkan secara berlebihan dan tidak wajar untuk menunjukkan status dirinya. Dahlan (dalam Imron, 2018) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah untuk perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, pengguna secara hal yang dianggap paling mahal memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong suatu keinginan untuk memenuhi hasrat bersenang-senang semata.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi atau membeli barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara tidak rasional dan tidak didasari oleh kebutuhan yang sesungguhnya melainkan hanya untuk mencapai kepuasan semata dan sifatnya berlebihan.

2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rasyid (dalam Rinjani, 2020) ada tiga aspek perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*)

Aspek ini menjelaskan bahwa individu membeli barang berdasarkan dorongan dalam diri yang muncul secara tiba-tiba dan bersifat sesaat, hal ini dilakukan tanpa berpikir terlebih dahulu dan biasanya bersifat emosional.

2. Pembelian tidak rasional (*Non rational buying*)

Aspek ini menjelaskan suatu perilaku yang dimana individu mencari kebahagiaan dengan berbelanja dan keinginan individu untuk selalu menonjolkan diri lebih dari orang lain, selalu ada perasaan tidak puas dan berusaha mendapat pengakuan dari orang lain biasanya diikuti rasa selalu ingin bersaing yang tinggi.

3. Pemborosan (*wasteful buying*)

Aspek ini menjelaskan bahwa pemborosan mengarah pada perilaku konsumtif yaitu suatu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak uang dan tanpa didasari kebutuhan yang jelas.

Menurut Fromm (dalam Fithri, 2018) membagi aspek perilaku konsumtif menjadi empat aspek yaitu:

1. Pemenuhan keinginan

Pembelian dilakukan secara terus-menerus secara berlebihan hanya untuk memuaskan keinginan. Pembelian yang dilakukan seringkali disertai oleh keinginan untuk mendapatkan sesuatu yang lain (hadiah, potongan harga) sehingga rasa puas yang didapatkan lebih besar.

2. Barang di luar jangkauan

Pembelian dilakukan tanpa pertimbangan rasional, tetapi lebih pada pemenuhan keinginan. Barang-barang yang diinginkan seringkali merupakan barang-barang di luar jangkauan. Individu berusaha untuk membeli barang di luar jangkauan tersebut untuk menjaga eksistensi dirinya.

3. Barang tidak produktif

Pembelian tidak didasari oleh tujuan yang rasional, tetapi lebih didasari oleh motif emosional dan situasi yang menyertai saat pembelian. Engel, dkk. (2002) menyatakan bahwa individu yang konsumtif memiliki kontrol diri yang rendah yang menyebabkan dirinya membeli barang yang tidak dibutuhkan. Barang yang dibeli seringkali tidak produktif

atau bersifat pemborosan karena keputusan individu bukan keputusan yang rasional.

4. Status

Pembelian dilakukan atas dasar keinginan memperoleh status tertentu. Fromm (2008) menyatakan bahwa terdapat perubahan pandangan di masyarakat mengenai produk yang dikonsumsi. Masyarakat saat ini memiliki pandangan bahwa "*new is beautiful*". Individu dalam menjaga eksistensinya perlu untuk senantiasa mengikuti perkembangan dari trend yang ada. Barang-barang yang baru dianggap lebih baik dan menarik daripada barang-barang yang lama.

Menurut Tambunan (2001), menyatakan ada dua aspek perilaku konsumtif yaitu:

1. Adanya suatu keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebih, Hal ini menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya, apalagi bagi remaja yang belum memiliki penghasilan sendiri.
2. Perilaku tersebut bertujuan untuk mencapai kepuasan semata, Kebutuhan dipenuhi bukan merupakan kebutuhan utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah minuman yang dibutuhkan atau tidak titik padahal hal ini akan menimbulkan kecemasan, rasa cemas di sini ditimbulkan karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

Berdasarkan pemaparan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif adalah pembelian impulsif, pembelian irasional, pemborosan, memenuhi keinginan dan kepuasan, dan memperoleh status.

3. Faktor-faktor Penyebab terjadinya Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Kotler (dalam Purnama, 2021) dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor internal terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

1. Faktor Psikologis

- a) Motivasi, Dengan adanya motivasi yang tinggi untuk membeli suatu produk, barang maupun jasa mereka cenderung untuk membeli tanpa menggunakan pikiran rasionalnya.
- b) Persepsi, Persepsi berhubungan dengan motivasi, dengan adanya persepsi yang baik maka motivasi untuk bertindak cenderung lebih tinggi, hal ini akan membuat individu berfikir secara rasional.
- c) Sikap pendirian dan kepercayaan, Melalui bertindak dan belajar seseorang akan memperoleh kepercayaan dan pendirian.

2. Faktor Pribadi

Menurut Kotler (2000) keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu:

- a) Usia, Pada usia remaja kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif lebih besar dari pada orang dewasa.
- b) Pekerjaan, Setiap orang memiliki pekerjaan yang berbeda-beda, hal tersebut membuat seseorang mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda, hal ini berpengaruh pada konsumsi seseorang untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan pekerjaannya.
- c) Keadaan Ekonomi, Individu yang memiliki uang yang cukup lebih cenderung senang untuk membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang sesuai keinginannya, sedangkan individu dengan ekonomi rendah lebih cenderung berhemat.
- d) Kepribadian, Kepribadian dapat menentukan pola hidup seseorang, demikian pula perilaku konsumtif seseorang dapat dilihat dari kepribadian tersebut. Munandar (2001) menyatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang termasuk dalam salah satu kepribadian yang mempengaruhi individu dalam membeli suatu barang. Kontrol diri dapat mempengaruhi Perilaku konsumtif dalam pembelian suatu barang.
- e) Jenis Kelamin, Jenis kelamin mempengaruhi kebutuhan membeli, karena remaja putri cenderung lebih konsumtif dibanding pria (Tambunan, 2001).

b. Faktor Eksternal/lingkungan

Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok, dan keluarga.

1. Kebudayaan

Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi kebutuhan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan yang paling fundamental dan keinginan perilaku seseorang (Kotler, 2000).

2. Kelas sosial

Pada dasarnya masyarakat Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan (Mangkunegara, 2005) yaitu: golongan atas, golongan menengah dan golongan bawah. Perilaku konsumtif antara kelompok sosial satu dengan yang lain akan berbeda (Mangkunegara, 2005). Dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif.

3. Keluarga

Keluarga Sangat penting dalam perilaku membeli karena keluarga adalah pengaruh konsumsi untuk banyak produk. Selain itu keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli (Mangkunegara, 2005). Peranan setiap anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang dibelinya.

Menurut Estetika (2017) mengemukakan bahwa faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif terbagi atas:

a. Faktor Internal

1. Konsep diri, yaitu dalam membeli barang disesuaikan dengan penilaian diri sendiri.
2. Gaya hidup, yaitu dalam membeli barang selalu mengikuti perkembangan zaman.

b. Faktor Eksternal yang menyebabkan perilaku konsumtif adalah kelompok referensi.

Sumartono (Mujahidah, 2020) menjelaskan bahwa hal menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan eksternal.

- a. Faktor Internal: faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri.
- b. Faktor Eksternal: faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi serta keluarga.

Berdasarkan dari pemaparan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor psikologi, faktor pribadi, kebudayaan, dan pola hidup. Yang dimana faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang termasuk kontrol diri yang disebutkan didalam salah satunya yaitu faktor pribadi.

4. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) ciri-ciri perilaku konsumtif adalah:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Pembelian barang tidak melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat orang tertarik untuk membeli.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.
4. Membeli barang karena ada program potongan harga. Pembelian yang dilakukan bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya, akan tetapi barang yang ditawarkan menarik.
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga status sosial. Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya.
6. Memakai produk karena pengaruh model yang mengiklankan barang. Individu membeli barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun model yang mengiklankan produk tersebut.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Individu membeli suatu produk bukan berdasarkan kebutuhan akan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan diri.
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Membeli produk yang sejenis dengan merk yang berbeda akan menimbulkan pemborosan.

Ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Chris Sjahbuana (2014) adalah:

- a. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- b. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri.
- c. Menilai bahwa produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
- d. Ingin meniru mode yang sedang ngetrend
- e. Untuk menarik perhatian dari orang lain.

Berdasarkan uraian di atas maka ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu berperilaku boros, lebih mementingkan hasrat atau keinginan dibandingkan kebutuhan, mengedepankan gengsi atau mempertahankan harga diri.

C. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungan selain itu kemampuan untuk mengontrol dan mengolah faktor-faktor perilaku yang sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi serta kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain menyenangkan orang lain

Menurut Chaplin (2015), kontrol diri merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, serta kemampuan untuk menekan atau merintang impuls impuls atau tingkah laku impulsif. Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengarahkan tingkah lakunya sehingga dapat mengurangi atau menghindari tingkah laku yang merugikan dirinya sendiri.

Tangney (2004) kontrol diri adalah kemampuan untuk mengesampingkan atau mengubah keinginan seseorang, seperti tidak melakukan kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri dari perbuatan dan tindakan yang dapat menimbulkan hal negatif. Kontrol diri memiliki kapasitas besar dalam memberikan perubahan positif pada kehidupan individu.

Sedangkan Menurut Averill (Ghufron & Risnawati, 2011) kontrol diri adalah kemampuan individu untuk modifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, dan

kemampuan individu dalam memilih salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini.

Berdasarkan penjelasan menurut para ahli di atas, maka kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku agar lebih bermanfaat dan membawa individu kearah yang lebih positif, dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu tindakan. Semakin tinggi kontrol diri individu maka semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku.

2. Aspek-aspek kontrol diri

Averill (dalam Gufron, 2012) menyebutkan kontrol diri dengan sebutan kontrol personal, yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*) dan mengontrol keputusan (*desecisional control*).

1. Kontrol Perilaku (*behavior control*).

Kontrol perilaku merupakan kesiapan terjadinya suatu respon yang secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini dibagi menjadi dua komponen yaitu: Kemampuan mengatur pelaksanaan (*Regulated administration*), dan Kemampuan mengatur stimulus (*stimulus modifiability*).

2. Kontrol kognitif (*cognitive control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan seseorang untuk mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan menilai menghubungkan atau

menginterpretasinya. Aspek ini terdiri dari dari dua bagian yaitu; Mem peroleh informasi (*information gain*), Melakukan penilaian (*appraisal*),

3. Mengontrol keputusan (*Decesional control*)

Mengontrol keputusan adalah kemampuan seseorang untuk memilih suatu tindakan berdasarkan apa yang mereka yakini atau yang setuju. Kontrol diri dalam menentukan keputusan akan berfungsi baik dengan adanya kesempatan kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Sedangkan menurut Tangney (2004) terdapat lima aspek yang mempengaruhi kontrol diri, yaitu:

- a. Disiplin diri (*self-discipline*), Disiplin diri mengacu pada kemampuan individu dalam melakukan disiplin diri. Hal ini berarti individu mampu memfokuskan diri saat melakukan tugas. Individu dengan disiplin diri mampu menahan dirinya dari hal-hal yang dapat mengganggu konsentrasinya.
- b. Kehati-hatian (*deliberaate atau non impulsive*), yaitu kecenderungan individu untuk melakukan sesuatu dengan pertimbangan tertentu, bersifat hati-hati, dan tidak tergesa-gesa, Individu yang tergolong non inklusif dapat bersifat tenang dalam mengambil keputusan dan bertindak.

- c. Kebiasaan sehat (*healty habits*), Aspek ini merujuk pada bagaimana individu dapat mengatur pola perilaku menjadi kebiasaan yang menyehatkan dan positif bagi individu.
- d. *Work Ethic*, yaitu penilaian individu terhadap regulasi diri mereka dalam layanan etika kerja dan mampu memberikan perhatiannya pada pekerjaan yang sedang dilakukan.
- e. Reliability, yaitu merujuk pada penilaian individu terhadap kemampuannya dalam pelaksanaan rencana jangka panjang untuk pencapaian tertentu.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri

Faktor yang mempengaruhi kontrol diri menurut Ghufron dan risnawati (2012) terdiri dari dua faktor yaitu faktor internal (dalam diri individu) dan faktor eksternal (lingkungan individu)

a. Faktor internal

Faktor internal yang mempengaruhi kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik pula kemampuan kontrol dirinya. Dengan demikian, faktor ini sangat membantu individu untuk mengontrol atau dan merekam perilakunya sendiri dengan pola hidup dan pemikiran yang lebih baik.

b. Faktor eksternal

Salah satu faktor eksternal adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orang tua sangat menentukan bagaimana kemampuan

seseorang dalam mengontrol diri. Karena orang tua dianjurkan untuk menerapkan sikap disiplin pada anak sejak usia dini, yang pada akhirnya mereka akan membentuk kepribadian yang baik dan juga mampu mengendalikan perilaku mereka sendiri.

Menurut Baumister (dalam Marsela, 2019) faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri adalah sebagai berikut:

a. Orang tua

Hubungan dengan orang tua merupakan bukti bahwa orang tua mempengaruhi kontrol diri anak. Orang tua yang mendidik anaknya dengan tegas dan otoriter menyebabkan anak-anaknya kurang dapat mengendalikan diri serta kurang peka terhadap peristiwa yang dihadapi. Sebaiknya orang tua sejak Dini sudah mengajari anaknya untuk mandiri memberikan kesempatan dalam menentukan keputusan sendiri, maka anak-anak akan lebih mempunyai kontrol diri yang baik.

b. Faktor Budaya

Rumah setiap individu di lingkungan akan terkait dengan budaya di lingkungan tersebut, setiap daerah memiliki budaya yang berbeda-beda dengan budaya lingkungan lainnya. Hal tersebut dapat mempengaruhi kontrol diri seseorang sebagai anggota dari lingkungan tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, kontrol diri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, orang tua dan faktor budaya, yang dimana perilaku kontrol diri individu bisa berasal dari dalam keluarga maupun dari lingkungan sekitarnya.

4. Ciri-ciri kontrol diri

Menurut Gufron dan risnawati (2010), ada tiga jenis kualitas kontrol diri diantaranya yaitu:

- a. *Over control*, yaitu kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu menahan diri terhadap simulasi.
- b. *Under control*, yaitu suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impuls dengan bebas tanpa perhitungan yang matang.
- c. *Appropriate control*, yaitu kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat.

Menurut Thompson (dalam Lynantawati, 2021), ciri-ciri seseorang yang memiliki kontrol diri diantaranya yaitu

- a. Kemampuan untuk mengontrol perilaku/tingkah laku impulsif yang ditandai dengan kemampuan menghadapi stimulus yang tidak diinginkan.
- b. Kemampuan menunda kepuasan dengan segera untuk keberhasilan mengatur perilaku dalam mencapai sesuatu yang lebih berharga atau diterima dalam masyarakat.
- c. Kemampuan mengantisipasi peristiwa yaitu kemampuan untuk mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan secara objektif.

Berdasarkan uraian di atas, ciri-ciri kontrol diri terdiri dari *over control*, *under control*, *appropriate control*, kemampuan mengontrol perilaku, kemampuan menunda kepuasan, dan kemampuan mengantisipasi peristiwa.

D. Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Remaja di Tanjung Selamat

Maulana (2013) menyatakan perilaku konsumtif merupakan perilaku munculnya kemauan untuk membeli produk yang kurang diperlukan hanya karena untuk memenuhi kepuasan individu. Ningrum (2011), menyatakan perilaku konsumtif merupakan perilaku berkonsumsi secara berlebihan tanpa didasari kebutuhan, lebih mengedepankan pada orientasi keinginan dan hasrat sesaat.

Remaja selalu di identifikasikan dengan perilaku konsumtif karena masih dalam tahap perkembangan, yang mana ini terjadi pada remaja usia 18 sampai 21 tahun (Desmita, 2007), yang di mana mereka memiliki keinginan untuk membeli barang terutama untuk menunjang penampilannya.

Remaja seringkali dijadikan target pemasaran berbagai produk karena remaja memiliki sifat yang cenderung labil dan mudah dipengaruhi oleh lingkungan sehingga mendorong munculnya berbagai gejala perilaku konsumtif yang tidak wajar seperti membeli suatu barang bukan dasar atas kebutuhan (Purnama 2021). Perilaku konsumtif merupakan tindakan remaja sebagai konsumen dalam mendapatkan dan menggunakan serta mengambil keputusan dalam memilih suatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama.

Menurut Averill (dalam purnama, 2021) kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya untuk mencegah atau mengurangi

dampak dari dorongan sesaat, sehingga mampu menciptakan keadaan yang lebih baik. Kemampuan kontrol diri dapat dilihat dari kemampuan individu menghadapi dorongan sesaat melakukan pertimbangan sebelum melakukan sesuatu mampu memilih keputusan yang terbaik dari berbagai pilihan yang ada. Kontrol diri cukup berpengaruh dalam pembentukan perilaku pada remaja. Dengan kata lain remaja memberi kontrol diri tinggi akan mampu mengatur dan mengarahkan perilakunya. Kontrol diri menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif.

Sebagai dasar acuan dan pembuktian dari teori yang dikemukakan, Adapun penelitian terlebih dahulu yang relevan dan sejalan dalam penelitian ini adalah: penelitian yang dilakukan oleh Purnama (2021), yang berjudul “*hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa pada masa covid-19*” penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan sampel sebanyak 91 mahasiswa, dengan teknik *total sampling*. Hasil analisis korelasi r sebesar -0,374 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negative antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa tersebut, semakin kuat kontrol diri mahasiswa makan semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa tersebut, sebaliknya semakin lemah kontrol diri mahasiswa maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Vadila (2019) dengan judul “*Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswi*”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang

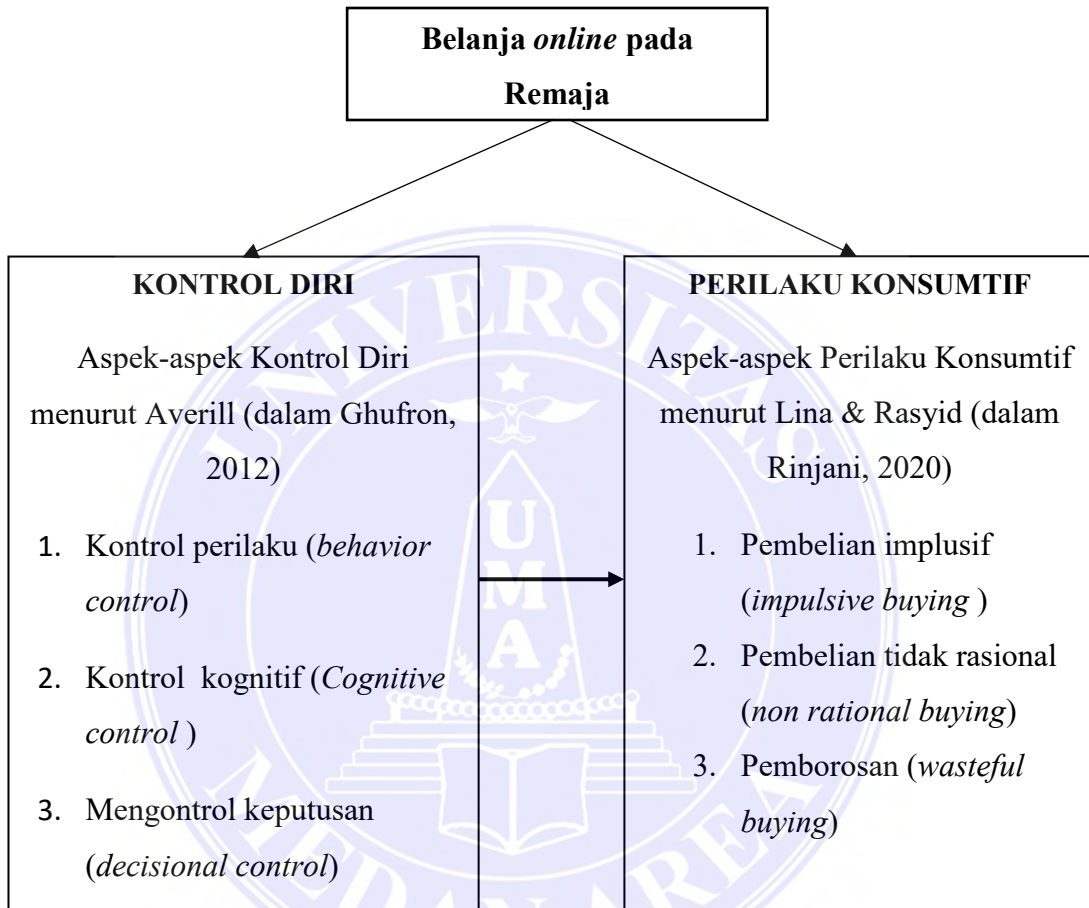
menggunakan sampel sebanyak 130 mahasiswi, dengan teknik *simple random sampling*. Hasil analisis korelasi $-0,861$ dan signifikansi $p < 0,05$, yang artinya adanya hubungan dan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif melalui *online shop* pada mahasiswi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Utami (2022) dengan judul *hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswi bimbingan penyuluhan islam IAIN Ponorogo*. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif pada mahasiswa BPI semester dua sampaisemester sepuluh tahun 2022 sebanyak 142 mahasiswa. Hasil perhitungan SPSS yaitu nilai $r = -0,290$ dengan signifikansi $= 0,000$ ($p < 0,01$), H_a diterima H_o ditolak artinya adanya hubungan *negatif* antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam Semester dua sampai semester sepuluh tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif belanja *online*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di atas, dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Dengan arti, semakin tinggi kontrol diri semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

E. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja, dengan asumsi semakin tinggi kontrol diri pada remaja maka semakin rendah perilaku konsumtif pada remaja, begitu pula sebaliknya, semakin rendah kontrol diri pada remaja maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada remaja.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus, dan kepastian dalam proses pengerjaannya (Musianto, 2002). Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya dalam bentuk angka-angka yang diolah dengan metode statistik. Dengan menggunakan metode kuantitatif, diperoleh perbedaan kelompok yang signifikan atau signifikansi hubungan antara variabel yang diteliti (Azwar, 2014). Secara khusus, penelitian ini menggunakan metode korelasi, yaitu metode bertujuan untuk variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau variabel lainnya (Azwar, 2014).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat di klasifikasikan menjadi:

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| 1. Variabel independen (X) | : Kontrol Diri |
| 2. Variabel dependen (Y) | : Perilaku Konsumtif |

C. Definisi Operasional

Menurut Azwar (2007) definisi operasional merupakan suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Definisi operasional pada penelitian ini adalah:

1. Kontrol Diri (X)

Kontrol diri merupakan suatu aktivitas pengendalian tingkah laku agar lebih bermanfaat dan membawa individu kearah yang lebih positif, dengan melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu tindakan. Kontrol diri diukur dengan menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek kontrol diri oleh Averill (dalam Ghufroon, 2012) yaitu, Kontrol perilaku (*behavior control*), Kontrol kognitif (*Cognitive control*), Mengontrol keputusan (*decisional control*).

2. Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi atau membeli barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara tidak rasional dan tidak didasari oleh kebutuhan yang sesungguhnya, melainkan hanya untuk mencapai kepuasan semata dan sifatnya berlebihan. Perilaku konsumtif diukur berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif oleh Lina & Rasyid (dalam Rinjani, 2020) yaitu, Pembelian impulsif (*impulsive buying*), Pembelian tidak rasional (*non rational buying*), Pemborosan (*wasteful buying*).

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh jumlah subjek penelitian menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi pada penelitian ini adalah remaja di Dusun II B Desa Tanjung Selamat yang berjumlah 383 remaja.

2. Teknik Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *teknik snowball sampling*, yaitu pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi besar. Hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

Menurut Arikunto (dalam Lestari, 2022), pengambilan sampel dalam penelitian jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, namun jika subjeknya lebih dari 100 orang dapat diambil 10 – 15% atau 20 – 25% atau lebih. Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah 15% dari populasi yang ada, karena populasi melebihi dari 100 yaitu 383 remaja. Yang berarti $383 \times 15\% = 57$ (digenap menjadi 60), jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 remaja.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk mendapatkan data-data dari masyarakat agar dapat menjelaskan permasalahan mengenai penelitiannya. Skala merupakan suatu instrumen atau mekanisme untuk membedakan individu. Dalam hal terkait variabel yang dipelajari. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner (Angket).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila penelitian tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet (Sugiyono, 2014).

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Penelitian ini menggunakan dua skala yakni skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri.

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif. Untuk mengukur perilaku konsumtif pada remaja maka penelitian ini menggunakan skala likert.

Jenis skala dalam penelitian ini menggunakan likert dengan 4 pilihan jawaban, yakni Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Setiap butir pernyataan yang disusun dibuat dalam bentuk *favourable* dan *unfavourable*. Penilaian butir *favourable* bergerak dari nilai empat untuk jawaban “SS”, nilai tiga untuk jawaban “S”, nilai dua untuk jawaban “TS” dan nilai satu untuk jawaban “STS”. Sedangkan penilaian butir *unfavorable* bergerak dari nilai satu untuk jawaban “SS”, nilai dua untuk jawaban “S”, nilai tiga untuk jawaban “TS” dan nilai empat untuk jawaban “STS”.

2. Skala Kontrol diri

Skala Kontrol diri berdasarkan aspek-aspek Kontrol diri. Untuk mengukur perilaku konsumtif pada remaja maka penelitian ini menggunakan skala likert. Jenis skala dalam penelitian ini memakai likert dengan 4 pilihan jawaban, yakni; Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Setiap butir pernyataan yang disusun dibuat dalam bentuk *favourable* dan *unfavourable*. Penilaian butir

favourable bergerak dari nilai empat untuk jawaban “SS”, nilai tiga untuk jawaban “S”, nilai dua untuk jawaban “TS” dan nilai satu untuk jawaban “STS”. Sedangkan penilaian butir *unfavorable* bergerak dari nilai satu untuk jawaban “SS”, nilai dua untuk jawaban “S”, nilai tiga untuk jawaban “TS” dan nilai empat untuk jawaban “STS”.

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Validitas berasal dari kata “*validity*” yang diartikan sebagai ketepatan (mampu mengukur apa yang akan diukur) dan kecermatan suatu instrumen pengukuran melakukan fungsi ukurnya. Alat ukur dikatakan valid apabila alat ukur tersebut memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan maksud dan tujuan dari pengukuran tersebut (Azwar, 2015).

Pada penelitian ini adapun teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur (skala) adalah teknik korelasi *product moment* dari Carl Pearson (Hadi, 2000) yang diolah dengan *software SPSS versi 23.0*.

2. Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada konsistensi, kemantapan, dan kepercayaan alat ukur. Secara empirik tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan melalui koefisien reliabilitas (Azwar, 2015). Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama selama dalam diri subjek yang diukur memang belum berubah (Azwar, 2007).

G. Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis data uji korelasi *Person Product Moment* dari Karl Pearson yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel bebas (Kontrol Diri) dengan satu variabel terikat (Perilaku Konsumtif) yang bersifat interval atau rasio. Untuk menghitung koefisien korelasi *Person Product Moment* dengan menggunakan *SPSS for windows versi 23*.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal, yakni sebagai berikut:

- 1) Hasil analisa korelasi *Pearson* diketahui bahwa ada hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = -0,877$, dengan Signifikan $p = 0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Hal ini menandakan bahwa hipotesis penelitian diterima yakni “Adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* produk *fashion* pada remaja di Tanjung Selamat”
- 2) Koefisien determinan (r^2) dari hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) adalah $r^2 = 0,770$. Hal Ini menunjukkan bahwa Kontrol diri berdistribusi sebesar 77.00% terhadap Perilaku konsumtif.
- 3) Berdasarkan perhitungan nilai mean hipotetik dan empirik, dapat dinyatakan bahwa kontrol diri tergolong tinggi dan perilaku konsumtif tergolong sedang. Hal ini dilihat dari hasil perhitungan mean hipotetik dan mean empirik, dimana mean hipotetik kontrol diri sebesar 75,000 dan mean empiric sebesar 95.000 serta nilai SD 12.675, sedangkan mean hipotetik perilaku konsumtif sebesar 65,000 dan empiric sebesar 50.017 serta nilai SD 15.105.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang diberikan peneliti yaitu:

1. Bagi Remaja

Disarankan kepada Remaja yang memiliki kontrol diri yang cukup baik, peneliti harap agar tetap mempertahankan kontrol diri yang sudah dimiliki dan bagi remaja yang memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif agar lebih mengurangi sikap spontanitas dan lebih mampu mengendalikan diri dalam pembelian secara *online* terutama dalam bidang fashion. Untuk pencegahan perilaku konsumtif ini dapat dilakukan dengan cara mengatur keuangan mempertimbangkan mana kebutuhan dan mana yang sekedar keinginan, mampu menahan diri saat ada diskon, serta menjauhi hal-hal yang dapat memicu diri untuk berperilaku konsumtif.

2. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti kontrol diri dengan perilaku konsumtif diharapkan mampu memperdalam teori yang akan diteliti. Peneliti berharap agar peneliti selanjutnya mampu mengembangkan penelitiannya untuk menjadi lebih baik, seperti memperbanyak jumlah sampel serta mencari sampel yang sesuai dengan karakteristik variabel agar penelitian menjadi lebih baik lagi.

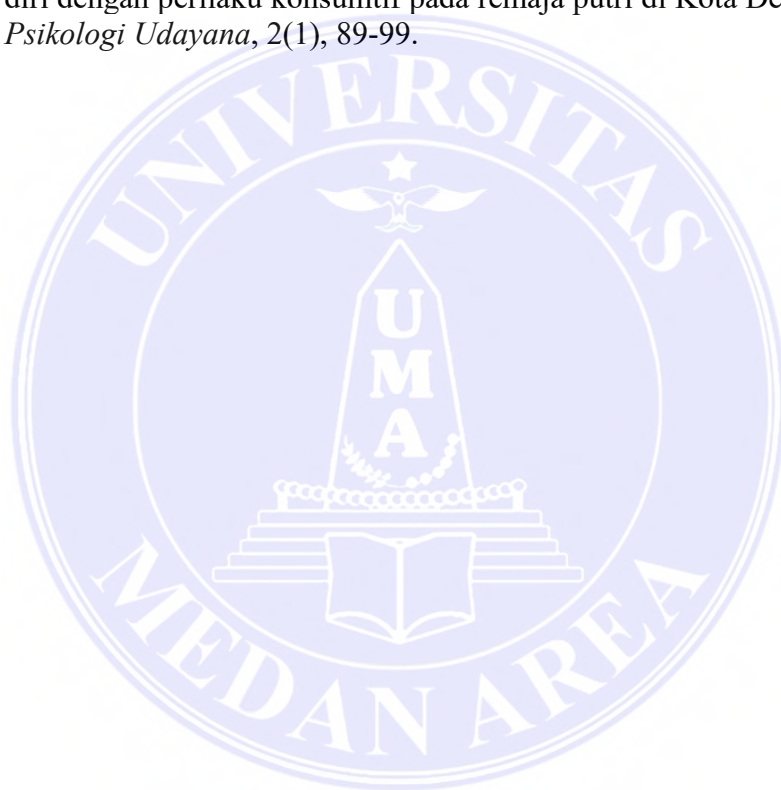
DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D. & Rinaldi, R. (2019). Hubungan Antara Self Control dengan perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Mahasiswa UNP. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(4).
- Annur, C. M. (2020). Ragam Alasan Konsumen Pilih Berbelanja Online. Retrieved from [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/ragam-alasan-konsumen-pilh-berbelanja-online).
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/ragam-alasan-konsumen-pilh-berbelanja-online>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ashar Sunyoto Munandar, 2001, *Psikologi Industri dan Organisasi*, Universitas Indonesia (UI-Press), Jakarta.
- Azwar, S. (2014). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- , S. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: pustaka pelajar
- Budi Rinjani, L., & Prasetyaningrum, J. (2021). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Konformitas Kelompok Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir (*Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Chaplin, J.P. (2015). *Kamus Psikologi Lengkap* Jakarta PT Raja Grafindo
- Chita, R. C., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif *onlineshopping* produk *fashion* pada mahasiswa fakultas kedokteran universitas samratulangi angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1)
- Desmita. (2007). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Engel dkk. 2002. *Perilaku konsumen* Alih bahasa Drs. F.X. Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Estetika, M. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa perempuan kelas xii Ips. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 6(6).
- Fromm, E., & Anderson, L., A (2017). *The Sane Society*. Routledge
- Fromm, Erich. 2008. *The Sane Society*. British Library Cataloguing in Publication Data.
- Ghufron M .Nur Rini Risnawati. S. (2012) *TEORI-TEORI PSIKOLOGI*, Ar Ruz Media: Yogyakarta

- Gunarsa, S. (2006). *Psikologi Perkembangan Anak dan Dewasa*. Jakarta: Gunung Mulia
- Hadi, S. dan Pamardiningsih, Y. 2000. *Panduan Manual Seri Program Statistik (SPS 2000)*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Hurlock, E.B. (2003). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Terjemahan Istiwardyanti dan Soedjarwo (Jakarta: Erlangga, 1999)
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lestari, W. A. (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Pematangsiantar. Skripsi, Universitas Medan Area. Medan.
- Lina, & Rasyid, H.F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan *locus of control* Pada remaja putra. *Jurnal Psikologika*. Ed.4, hal 24-28. Universitas Gadjah Mada
- Loekanto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shoppin. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen Vol 1 No 3*.
- Mangkunegara, A. P. (2005). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Bandung: PT. Refika. Aditama.
- Marsela R. D. & Mamat Suprianta (2019). Kontrol Diri : Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research* Vol 3(2). Hal
- Monks, dkk. 2006. *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagianya*. Yogyakarta: UGM Press.
- MUJAHIDAH, A. N. (2020). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR).
- Mujiyana, Ingge dan Ellisa. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Nusarika, L. A. K., & Purnami, N. M. (2015). *Pengaruh persepsi harga, kepercayaan, dan orientasi belanja terhadap niat beli secara online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar)* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Pratama, S, D, G (2018). Perilaku konsumtif dan Kontrol diri belanja online pada mahasiswa. Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

- Purnama, M. P. (2021). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada masa Pandemi Covid-19 (*Doctoral dissertation*, UIN Raden Intan Lampung).
- Rahmawati, K (2022). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian online mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada masa pandemic, Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Malang.
- Rahmawati, V. E., & Surjanti, J. (2021). Analisis Faktor Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Produk *Fashion* Saat Pandemi Pada Mahasiswa. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(2), 11-18.
- Renaldy, M., Dewi, R. S., & Hidayatullah, M. S. (2020). Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Konsumen *Online* Shop Melalui Sosial Media Pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Kognisia*, 1(1), 94-97.
- Santrock, Jhon W. (2003) *Adolescence perkembangan remaja* 6 th ed. Jakarta Erlangga.
- Santrock, Jhon W. (2007) *Adolescence* Boston Mcgraw-Hill, Inc.
- Santrock, Jhon W. (2011). *Life – Span Development : Perkembangan Masa Hidup*, Edisi 13, Jilid II, Jakarta Erlangga.
- Santrock, J. W. (2012) *Perkembangan Masa Hidup (B. Widyasinta*, Penerjemah). Jakarta Penerbit Erlangga
- Sari, Chacha Andira. 2015. Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Di Universitas Airlangga, *Jurnal AntroUnairdotNet*: Vol. 4 No. 2.
- Sjahbuana, Chris. 2014. *Hubungan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa*. *Jurnal Psikologi Universitas Sebelas Maret Surakarta*. Volume 1 Nomor 2
- Sudarisman, H. S. V. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui *Online* Shop pada Mahasiswi. *Acta Psychologia*, 1(1), 53-61.
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan perilaku konsumtif <http://www.epsikolog.com/remaja/191101.htm> Jakarta (diunduh 20 Juni 2022)

- Utami, N. D., (2022). *Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa bimbingan penyuluhan islam IAIN Ponorogo*. Skripsi, Universitas Institut Agama Islam (IAIN) Ponorogo, 2022.
- Wijayanti, A. (2017) Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol 4 No. 1 2017
- Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 41-49.
- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89-99.





KUESIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS DIRI

Nama/inisial :

Usia :

Jenis Kelamin :

pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN SKALA

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda seperti Nama, usia, jenis kelamin, dan status pekerjaan,
2. Angket terdiri dari 30 pernyataan dengan 4 butir pilihan jawaban
3. Bacalah setiap butir pertanyaan secara teliti sebelum menjawabnya
4. Pilihlah salah satu jawaban dengan cara memberi tanda checklist (✓) di setiap kolom pernyataan, adapun pilihan jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut;
SS = Bila merasa **SANGAT SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan
S = Bila merasa **SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan
TS = Bila merasa **TIDAK SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan
STS = Bila merasa **SANGAT TIDAK SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan
5. Jawablah semua butir pernyataan dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan yang anda alami.
6. Identitas yang anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian ini.

Skala Kontrol Diri (X)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya membeli barang yang dibutuhkan saja				
2	Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli produk <i>fashion</i>				
3	Saya mampu mengontrol diri				
4	Saya membeli barang tanpa perencanaan				
5	Saya sulit mengurangi kebiasaan berbelanja <i>online</i>				
6	Saya tidak mampu menahan amarah				
7	Saya memilih-milih ajakan teman saya untuk melihat produk pakaian di aplikasi <i>online</i>				
8	Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli barang yang saya sukai				
9	Apabila teman mengajak saya untuk membeli produk terbaru yang sedang <i>trend</i> , saya akan menolaknya				
10	Saya membeli produk pakaian karena bujukan dari teman-teman saya				
11	Ketika melihat barang yang saya suka modelnya dan <i>limited edition</i> di <i>online shop</i> , saya langsung membelinya saat itu juga				
12	Saya tetap membeli produk-produk yang <i>trendi</i> tanpa bujukan oleh teman saya				
13	Saya selalu mencari informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan produk yang akan saya beli				
14	Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli produk				
15	ketika teman saya memberikan informasi tentang produk <i>fashion</i> , saya akan mendengarkan dengan seksama				

16	Saya tidak akan mencari informasi mengenai produk yang akan saya beli				
17	Saya tidak mempertimbangkan kebutuhan saat membeli barang				
18	Saya mengabaikan teman saya ketika teman saya memberikan informasi				
19	Saya mengikuti saran teman saya untuk tidak menghabiskan uang ketika berbelanja <i>online</i>				
20	Saya mampu menempatkan diri saya di segala situasi				
21	Saya akan menegur teman saya jika terlalu sering membeli barang-barang yang menurut saya kurang dibutuhkan				
22	Saya merasa tidak senang ketika seseorang memberi masukan pada saya				
23	Saya sulit menempatkan diri di segala situasi				
24	Saya akan membiarkan teman saya membeli barang yang tidak diperlukan				
25	Saya tidak tergesa-gesa dalam mengambil keputusan				
26	Saya percaya diri dengan keputusan yang saya ambil				
27	Saya selalu mempertimbangkan konsekuensinya sebelum mengambil keputusan				
28	Saya tergesa-gesa dalam mengambil keputusan				
29	Saya sering merasa bimbang saat akan mengambil keputusan				
30	Saya tidak memikirkan konsekuensi saat mengambil keputusan				

KUESIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS DIRI

Nama/inisial :

Usia :

Jenis Kelamin :

pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN SKALA

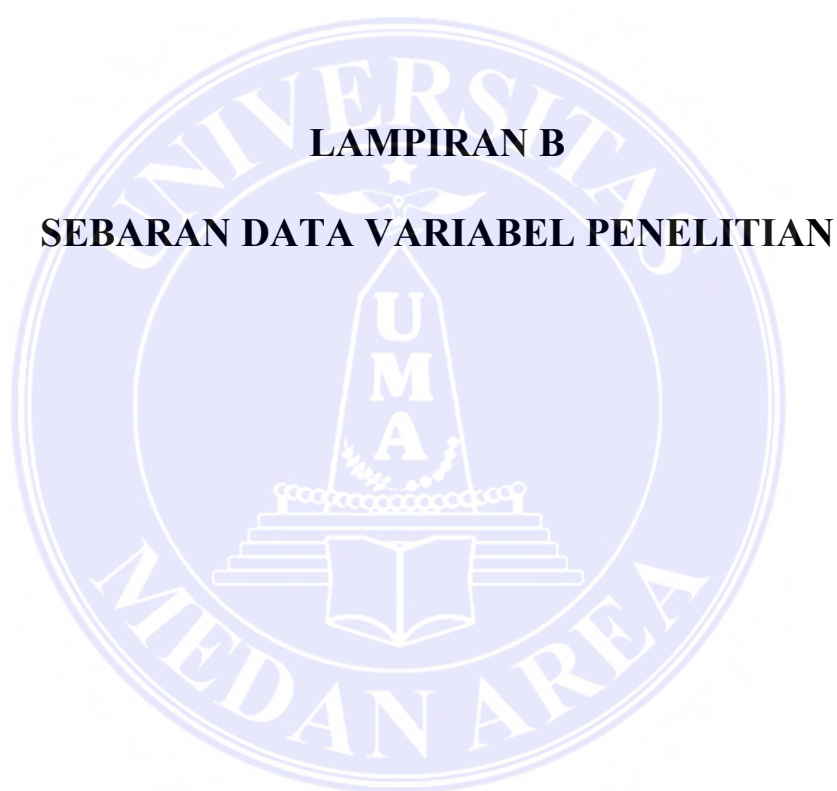
1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda seperti Nama, usia, jenis kelamin, dan status pekerjaan,
2. Angket terdiri dari 36 pernyataan dengan 4 butir pilihan jawaban
3. Bacalah setiap butir pertanyaan secara teliti sebelum menjawabnya
4. Pilihlah salah satu jawaban dengan cara memberi tanda checklist (✓) di setiap kolom pernyataan, adapun pilihan jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut ;

SS = Bila merasa **SANGAT SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan
S = Bila merasa **SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan
TS = Bila merasa **TIDAK SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan
STS = Bila merasa **SANGAT TIDAK SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan
5. Jawablah semua butir pernyataan dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan yang anda alami.
6. Identitas yang anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian ini.

Skala Perilaku konsumtif (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya sering membeli barang yang sebenarnya kurang diperlukan				
2	Saya membeli barang hanya untuk kesenangan sesaat				
3	Saya akan membeli produk secara <i>online</i> , apabila saya menginginkannya				
4	Saya membeli barang sesuai kebutuhan				
5	Meskipun harganya mahal saya tetap membelinya				
6	Walaupun saya menginginkannya, saya tidak akan membelinya				
7	Saat sedang ada diskon/promo saya akan membelinya tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu				
8	Meskipun harganya mahal, saya akan tetap membelinya				
9	Saya membeli produk yang saya inginkan tanpa berpikir panjang				
10	Walaupun sedang diskon, saya tidak membelinya				
11	Saya mempertimbangkan harga saat berbelanja <i>online</i>				
12	Saya selalu mempertimbangkan apapun yang akan saya beli				
13	Saya merasa senang Ketika berbelanja <i>online</i>				
14	Saya menggunakan barang-barang mewah untuk mencari kesenangan				
15	Saya merasa senang apabila barang yang saya inginkan sudah terbeli				
16	Saya senang bisa menahan diri untuk tidak berbelanja <i>online</i>				
17	Saya merasa biasa saja Ketika membeli barang yang sedang <i>trend</i>				
18	Saya merasa tidak puas jika produk yang dibeli tidak sesuai dengan harapan saya				

19	Saya suka membeli produk pakaian yang saya pikir kurang berguna				
20	Saya merasa bahwa pakaian mahal akan meningkatkan harga diri saya				
21	Saya membeli pakaian bermerk karena gengsi				
22	Saya selalu membeli barang yang berguna				
23	Saya tidak merasa gengsi Ketika memakai pakaian lama				
24	Saya tidak peduli dengan produk pakaian bermerk				
25	Setiap berbelanja, saya membeli produk dengan jumlah lebih dari satu				
26	Saya merasa sangat boros saat berbelanja <i>online</i>				
27	Saya membeli produk-produk <i>fashion</i> hanya untuk koleksi saja				
28	Saya mampu mengontrol diri agar tidak boros				
29	Harga menjadi patokan saya saat berbelanja <i>online</i>				
30	Saya harus memiliki produk yang <i>trendi</i> , meskipun tidak original				
31	Saya selalu mengikuti mode yang sedang <i>trend</i>				
32	Meskipun saya tidak punya uang, saya akan mencari pinjaman untuk membeli produk-produk <i>trendi</i> agar tidak kehabisan				
33	Ketika melihat teman memakai pakaian <i>trend</i> , saya akan membelinya juga				
34	Saya tetap nyaman memakai produk lama meskipun produk-produk <i>trend</i> sedang booming				
35	Saya merasa biasa saja Ketika membeli barang yang sedang <i>trend</i>				
36	Saya tidak mudah terpengaruh oleh <i>trend</i> atau mode masa kini				



Sebaran Data Kontrol Diri sebelum uji validitas

NO	Kontrol Diri (X)																														Total
	Aitem																														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	1	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	83
2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	109
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2	2	4	4	3	4	2	4	100
4	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	82
5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	94
6	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	4	4	4	3	2	3	91
7	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	74
8	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	77
9	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	83	
10	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	4	94
11	3	3	4	3	4	3	2	4	2	4	2	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	1	4	96
12	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	1	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	100
13	3	4	3	1	3	2	4	4	3	4	2	2	3	4	3	3	4	1	3	3	1	3	4	4	3	3	4	4	4	4	93
14	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	102
15	4	3	2	2	1	2	3	2	2	2	1	1	4	4	4	4	1	3	2	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	3	81
16	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	108
17	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	4	3	4	4	107
18	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	106
19	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	1	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	104
20	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	110

21	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	113		
22	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	1	1	4	4	3	3	2	4	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	76	
23	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	111		
24	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	109		
25	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	110	
26	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	106	
27	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	104	
28	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	2	4	3	4	4	4	4	107	
29	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	106	
30	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	4	4	100	
31	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	106	
32	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	4	3	4	4	4	4	108	
33	4	3	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	4	3	3	3	101	
34	2	3	4	4	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	83	
35	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	100	
36	2	2	2	1	2	2	3	1	1	3	1	1	4	3	4	3	1	3	1	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	69	
37	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	4	4	4	103	
38	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	97	
39	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	106
40	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	4	3	4	4	98	
41	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	106	
42	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	106	
43	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	3	2	4	4	4	3	4	3	105		
44	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	107	
45	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	4	1	3	3	3	3	4	3	100		

46	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	103
47	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	104
48	2	2	2	2	1	2	4	2	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	75
49	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	88
50	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	1	4	4	2	4	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	1	4	90
51	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	1	3	74
52	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	75
53	4	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	85
54	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	84
55	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	78
56	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	79
57	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	83
58	4	4	4	1	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	1	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	100
59	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	83
60	3	1	2	1	1	2	4	2	4	4	1	1	4	2	4	3	3	3	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	1	3	68

Sebaran Data Perilaku Konsumtif sebelum uji validitas

No	Perilaku Konsumtif (Y)																																				Total		
	Aitem																																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36			
1	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	1	2	4	3	4	3	1	2	3	4	2	2	3	2	4	4	3	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	96	
2	1	1	3	1	1	3	1	1	1	3	1	2	3	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	1	3	2	1	2	1	4	1	1	1	1	1	2	1	59	
3	2	1	4	1	2	2	2	3	2	2	1	1	4	1	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	2	1	3	3	1	3	2	2	2	2	68	
4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	4	2	2	1	2	4	3	3	2	2	2	4	2	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	85	
5	2	2	3	1	1	3	3	3	2	3	2	1	4	1	3	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	4	1	1	1	1	1	2	1	65	
6	2	2	3	1	2	2	4	2	2	2	2	1	2	2	3	1	1	3	2	2	2	1	1	1	3	4	2	2	1	3	2	1	2	1	1	1	1	69	
7	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	87	
8	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	81	
9	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	1	2	4	2	4	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	1	79	
10	2	2	4	1	2	3	2	1	2	3	1	1	3	1	4	2	3	1	1	3	2	1	2	2	4	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	1	73	
11	2	2	4	1	1	2	2	2	2	3	2	1	4	1	4	2	1	2	1	1	1	1	3	3	2	2	1	2	2	2	3	1	1	1	2	1	3	70	
12	2	1	3	2	2	1	2	2	2	3	1	1	4	1	3	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	4	2	1	1	1	2	2	1	67	
13	1	2	4	1	2	1	3	2	1	1	1	2	4	1	3	1	3	1	1	1	1	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	67	
14	2	2	3	2	1	1	3	2	1	3	2	1	4	1	4	2	3	1	1	1	1	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	1	1	1	3	69	
15	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	2	2	4	2	4	3	3	1	4	2	2	3	2	3	4	2	3	3	2	4	3	2	2	2	2	2	2	100	
16	2	2	4	1	1	1	2	2	2	1	1	1	4	1	4	2	3	1	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	3	3	66
17	1	1	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	4	1	4	1	3	1	1	1	1	1	1	3	3	2	1	1	2	4	3	1	1	1	2	2	2	66	
18	2	2	4	1	1	1	1	2	1	1	1	1	4	1	4	2	3	2	1	2	1	1	1	1	3	3	1	2	1	1	4	3	2	1	2	3	3	69	
19	2	1	4	1	1	2	2	1	2	1	1	1	4	1	4	1	3	2	2	1	1	1	2	2	3	2	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1	2	63	
20	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	1	4	1	3	1	1	1	2	1	2	3	4	1	2	1	1	4	1	2	1	2	1	2	2	2	67

21	1	1	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	1	4	2	3	1	1	1	2	1	2	3	3	1	1	2	2	4	1	2	1	2	2	2	2	67
22	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	3	4	4	126
23	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	1	1	1	1	4	1	1	4	1	2	3	3	1	4	1	4	1	1	1	1	2	2	2	66
24	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	1	3	1	4	1	1	2	2	1	2	3	3	1	2	1	1	4	1	1	1	1	3	2	61	
25	1	2	4	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3	1	4	2	3	1	1	2	1	1	2	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2	62	
26	2	2	4	2	2	2	2	2	1	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	3	4	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	74	
27	1	1	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	75	
28	1	1	3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	4	1	4	2	3	2	3	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	4	2	1	1	2	2	2	63	
29	1	1	4	2	2	2	2	1	1	1	2	1	4	1	4	2	4	1	2	1	1	1	2	3	4	1	1	2	2	4	1	1	1	1	2	2	68	
30	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	4	3	2	1	3	2	2	1	1	1	2	3	3	1	1	2	1	3	2	1	1	2	2	2	62	
31	1	1	4	2	2	1	1	1	1	2	1	2	4	1	3	1	3	1	1	1	1	4	3	1	3	1	1	2	1	4	1	1	1	1	2	2	63	
32	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	2	3	2	1	1	2	2	2	3	3	1	1	2	2	4	1	1	2	2	2	2	65	
33	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	4	1	3	2	1	1	1	1	2	1	1	3	4	1	1	2	1	3	1	2	2	2	2	2	59	
34	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	2	2	4	4	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	109
35	1	2	4	2	1	1	1	1	1	2	2	2	3	1	3	2	4	1	2	2	2	2	2	3	3	1	1	2	1	3	1	2	1	1	2	2	67	
36	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	1	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	3	4	4	124
37	2	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	68	
38	2	2	3	1	1	1	1	2	1	2	2	2	4	2	1	2	4	1	2	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	4	2	1	1	2	2	2	73	
39	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	2	1	4	2	4	2	3	1	2	2	1	2	2	3	4	1	2	1	1	3	1	1	1	1	2	2	66	
40	1	2	4	2	2	3	2	1	1	1	1	1	4	2	3	2	3	1	2	2	2	1	1	4	3	2	2	2	1	3	3	1	1	2	3	3	74	
41	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2	1	1	4	1	4	2	4	1	1	2	1	2	1	4	4	1	1	1	1	4	3	2	1	2	3	3	72	
42	2	2	4	2	1	2	1	1	2	1	1	1	4	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	4	2	1	1	1	4	1	2	1	2	2	68	
43	2	2	4	2	1	2	1	2	2	1	1	1	4	1	3	2	3	1	1	2	1	2	2	3	3	1	1	2	2	1	3	2	1	2	3	3	70	
44	2	2	3	2	2	1	1	1	1	2	1	2	4	1	3	2	4	1	1	1	1	4	2	3	4	2	1	1	1	3	2	1	1	2	2	2	69	
45	1	1	4	2	2	2	1	1	1	1	2	1	3	1	3	2	4	1	2	1	1	2	2	4	3	1	1	2	2	4	3	1	1	2	3	3	71	

46	2	2	4	2	2	2	1	2	2	2	1	2	4	1	4	1	4	1	2	1	1	1	2	4	4	1	1	2	1	4	3	1	1	2	3	3	76
47	1	1	4	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	1	3	1	4	1	1	2	2	1	2	4	3	1	2	1	1	3	3	2	1	1	3	3	65
48	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	1	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	114
49	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	81
50	2	2	4	2	2	3	1	4	3	3	2	2	4	2	4	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	4	2	4	2	3	1	1	1	2	2	2	83
51	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	4	2	3	2	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	113
52	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	90
53	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	4	2	2	1	2	2	3	1	1	2	3	2	1	2	1	3	3	2	2	2	2	2	73
54	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	1	1	4	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	83
55	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	4	2	1	2	2	2	2	83
56	3	3	4	2	2	4	4	4	4	3	2	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	100
57	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	79
58	3	1	3	1	2	2	2	2	2	2	1	1	4	1	3	2	1	1	1	3	2	2	2	1	4	2	2	1	1	3	2	1	1	1	2	2	67
59	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	78
60	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	1	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	2	2	3	2	3	3	3	4	113





LAMPIRAN C

VALIDITAS DAN REABILITAS ALAT UKUR

Reliability

Notes

Output Created	26-DEC-2022 10:59:02
Comments	
Input	Active Dataset DataSet1 Filter <none> Weight <none> Split File <none> N of Rows in Working Data File 60 Matrix Input Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing. Missing Value Handling Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure. Cases Used

Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 /SCALE('kontrol diri') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time 00:00:00.00 Elapsed Time 00:00:00.01

Scale: kontrol diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	30

Uji Validitas Kontrol Diri

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	91.6333	151.762	.517	.932
VAR00002	91.8500	148.638	.691	.930
VAR00003	91.8833	150.749	.578	.931
VAR00004	92.0833	146.417	.625	.931
VAR00005	92.1000	146.295	.656	.930
VAR00006	92.0667	149.995	.563	.932
VAR00007	91.5500	153.336	.449	.933
VAR00008	91.8333	148.379	.650	.930
VAR00009	91.7833	149.427	.591	.931
VAR00010	91.7500	153.275	.472	.933
VAR00011	91.9667	143.423	.698	.930
VAR00012	92.1833	143.406	.665	.930
VAR00013	91.4667	156.151	.337	.934
VAR00014	91.5667	151.809	.505	.932
VAR00015	91.5833	155.400	.332	.934

VAR00016	91.5333	151.643	.589	.931
VAR00017	91.7000	146.519	.708	.930
VAR00018	91.7500	153.411	.420	.933
VAR00019	91.9167	149.942	.480	.933
VAR00020	91.8500	155.723	.362	.934
VAR00021	92.3333	152.463	.410	.933
VAR00022	91.6667	150.531	.661	.931
VAR00023	91.8167	150.729	.570	.931
VAR00024	92.3333	151.412	.426	.933
VAR00025	91.9000	150.261	.619	.931
VAR00026	91.8167	155.779	.342	.934
VAR00027	91.6167	153.800	.475	.933
VAR00028	91.8333	147.158	.746	.929
VAR00029	92.0000	143.627	.650	.931
VAR00030	91.6333	152.202	.598	.931

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
95.0000	160.644	12.67454	30

Reliability

Notes

Output Created	26-DEC-2022 11:01:29
Comments	
Active Dataset	DataSet2
Filter	<none>
Weight	<none>
Input	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	60
Matrix Input	
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Cases Used	

Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 VAR00031 VAR00032 VAR00033 VAR00034 VAR00035 VAR00036 /SCALE('perilaku konsumtif') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time 00:00:00.00 Elapsed Time 00:00:00.03

Scale: perilaku konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	36

Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	74.6833	241.000	.844	.936
VAR00002	74.7500	245.377	.807	.937
VAR00003	73.3667	263.253	.166	.942
VAR00004	74.9500	248.997	.745	.938
VAR00005	74.9500	248.082	.785	.938
VAR00006	74.7500	248.564	.663	.938
VAR00007	74.6500	240.503	.752	.937
VAR00008	74.8333	245.938	.692	.938
VAR00009	74.8833	242.308	.835	.937
VAR00010	74.7167	253.461	.552	.939
VAR00011	75.1667	256.718	.534	.940
VAR00012	75.1333	251.880	.704	.938
VAR00013	73.1167	264.783	.115	.942
VAR00014	75.0333	244.541	.757	.937
VAR00015	73.4167	261.230	.227	.942

VAR00016	74.8667	255.067	.641	.939
VAR00017	74.1167	267.800	-.050	.945
VAR00018	75.3500	266.842	.000	.943
VAR00019	74.7667	243.538	.759	.937
VAR00020	74.7500	244.835	.737	.938
VAR00021	74.9667	249.219	.728	.938
VAR00022	74.9000	255.176	.412	.941
VAR00023	74.8667	255.846	.540	.940
VAR00024	74.2833	260.206	.213	.943
VAR00025	73.5500	260.387	.281	.942
VAR00026	74.6167	241.698	.742	.937
VAR00027	74.9500	244.591	.797	.937
VAR00028	74.8167	249.000	.647	.939
VAR00029	75.1833	251.610	.681	.939
VAR00030	73.5667	276.012	-.367	.947
VAR00031	74.6167	249.257	.616	.939
VAR00032	75.1833	260.627	.292	.941
VAR00033	75.1500	251.181	.658	.939
VAR00034	74.8667	254.151	.692	.939
VAR00035	74.5833	259.095	.381	.941
VAR00036	74.4833	252.390	.586	.939

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
76.7667	267.131	16.34414	36



NPAR TESTS

/K-S(NORMAL)=x y RES_1

/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes	
Output Created	27-DEC-2022 12:32:38
Comments	
Input	Active Dataset DataSet3
	Filter <none>
	Weight <none>
	Split File <none>
	N of Rows in Working Data 60
File	
Missing Value Handling	User-defined missing values are treated as missing.
Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax	NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=x y RES_1 /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time 00:00:00.02
	Elapsed Time 00:00:00.01
	Number of Cases Allowed ^a 131072

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet3]

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kontrol diri	perilaku konsumtif	Unstandardized Residual
N		60	60	60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	95.0000	50.0167	.0000000
	Std. Deviation	12.67454	15.10471	7.25022987
Most Extreme Differences	Absolute	.187	.229	.080
	Positive	.111	.229	.080
	Negative	-.187	-.130	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		1.446	1.775	.621
Asymp. Sig. (2-tailed)		.030	.004	.836

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

MEANS TABLES=y BY x

/CELLS MEAN COUNT STDDEV

/STATISTICS LINEARITY.

Means

Notes

Output Created	27-DEC-2022 12:31:38
Comments	
Input	Active Dataset DataSet3 Filter <none> Weight <none> Split File <none> N of Rows in Working Data File 60 Definition of Missing Missing Value Handling Cases Used
Syntax	For each dependent variable in a table, user-defined missing values for the dependent and all grouping variables are treated as missing. Cases used for each table have no missing values in any independent variable, and not all dependent variables have missing values. MEANS TABLES=y BY x /CELLS MEAN COUNT STDDEV /STATISTICS LINEARITY.
Resources	Processor Time 00:00:00.00 Elapsed Time 00:00:00.01

[DataSet3]

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
perilaku konsumtif * kontrol diri	60	100.0%	0	0.0%	60	100.0%

Report

Perilaku Konsumtif

kontrol diri	Mean	N	Std. Deviation
68.00	83.0000	1	.
69.00	92.0000	1	.
74.00	71.5000	2	14.84924
75.00	73.5000	2	13.43503
76.00	94.0000	1	.
77.00	56.0000	1	.
78.00	60.0000	1	.
79.00	72.0000	1	.
81.00	70.0000	1	.
82.00	59.0000	1	.
83.00	61.8000	5	10.98636
84.00	56.0000	1	.
85.00	49.0000	1	.
88.00	58.0000	1	.
90.00	57.0000	1	.
91.00	47.0000	1	.

93.00	41.0000	1	.
94.00	44.5000	2	2.12132
96.00	46.0000	1	.
97.00	46.0000	1	.
98.00	46.0000	1	.
100.00	41.8333	6	3.12517
101.00	35.0000	1	.
102.00	43.0000	1	.
103.00	43.5000	2	2.12132
104.00	39.0000	3	7.00000
105.00	45.0000	1	.
106.00	40.2857	7	2.81154
107.00	39.3333	3	2.51661
108.00	38.0000	2	1.41421
109.00	34.5000	2	2.12132
110.00	37.5000	2	2.12132
111.00	44.0000	1	.
113.00	39.0000	1	.
Total	50.0167	60	15.10471

ANOVA Table

		Sum of Squares	df
		(Combined)	12350.255
perilaku konsumtif * kontrol diri	Between Groups	Linearity	10359.599
		Deviation from Linearity	1990.656
	Within Groups		1110.729
Total		13460.983	59

ANOVA Table

		Mean Square	F
		(Combined)	374.250
perilaku konsumtif * kontrol diri	Between Groups	Linearity	10359.599
		Deviation from Linearity	62.208
	Within Groups		42.720
Total			

ANOVA Table

		Sig.
		(Combined)
perilaku konsumtif * kontrol diri	Between Groups	Linearity
		Deviation from Linearity
	Within Groups	
Total		

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
perilaku konsumtif * kontrol diri	-.877	.770	.958	.917





Correlations

Notes

Output Created		27-DEC-2022 12:33:13
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet3
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS
		/VARIABLES=x y
		/PRINT=TWOTAIL NOSIG
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.01

[DataSet3]

Correlations

		kontrol diri	perilaku konsumtif
kontrol diri	Pearson Correlation	1	-.877**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
perilaku konsumtif	Pearson Correlation	-.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

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





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id **E-Mail:** univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1712/FPSI/01.10/XII/2022
Lampiran : -
Hal : Riset dan Pengambilan Data

12 Desember 2022

Yth. Bapak/Ibu Kepala
Desa Tanjung Selamat
di
Tempat

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

Nama : **Namira Anjani**
NPM : **188600083**
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **Desa Tanjung Selamat, Dusun II B Jl. Besar Tanjung Selamat, Kec. Sunggal Kab. Deli Serdang** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Berbelanja Online Produk Fashion Pada Remaja"**.

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

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

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

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
Kerjasama Dengan Masyarakat



Siti Nur Hafidha, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG
KECAMATAN SUNGGAL
DESA TANJUNG SELAMAT

Alamat Kantor : Jln. Besar Tanjung Selamat Dusun III Desa Tanjung Selamat Kode Pos : 20352

SURAT KETERANGAN
Nomor : 470/2977/XII/TS/2022

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SAPII ANDINATA
Jabatan : Kepala Desa Tanjung Selamat

Menerangkan bahwa :

Nama : NAMIRA ANJANI
NPM : 188600083
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi Universitas Medan Area

Telah selesai melaksanakan Penelitian dan Pengambilan Data di Dusun II-B Desa Tanjung Selamat Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli serdang.

Demikianlah Surat Keterangan ini diperbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Tanjung Selamat
Pada Tanggal : 26 Desember 2022



Ditandatangani Secara Elektronik :
Kepala Desa Tanjung Selamat
Kabupaten Deli Serdang

SAPII ANDINATA
Kepala Desa

1. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan
BSE (Balai Sertifikasi Elektronik)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 22/5/23

Access From (repository.uma.ac.id)22/5/23