

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
DALAM PENGGUNA APLIKASI SHOPEE PADA REMAJA
PEREMPUAN DI LINGKUNGAN IX KELURAHAN PAYA PASIR**

SKRIPSI

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

Oleh:

Liza Azuhra

18.860.0064



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 26/5/23

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
DALAM PENGGUNA APLIKASI SHOPEE PADA REMAJA
PEREMPUAN DI LINGKUNGAN IX KELURAHAN PAYA PASIR**

Dipersiapkan dan disusun oleh

Liza Azuhra
188600064

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 10 April 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua



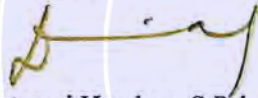
(Anna Wati Dewi Purba, S.Psi, M.Si)

Sekretaris



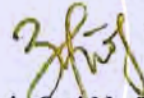
(Sairah, S.Psi, M.Psi, Psikolog)

Penguji I



(Dinda Permatasari Harahap, S.Psi, M.Psi, Psikolog)

Penguji II



(Findy Suri N., S.Psi, M.Si)

Skripsi ini diterima sebagai salah satu Persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana

Tanggal 10 April 2023

Kepala Bagian



(Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area



(Hasanudin, PhD)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Liza Azuhra
NIM : 18.860.0064
Tahun Terdaftar : 2023
Program Studi : Psikologi Industri & Organisasi

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

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

Medan, 10 April 2023



Liza Azuhra
NIM. 18.860.0064

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/ TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan
dibawah ini:

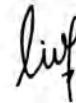
Nama : Liza Azuhra
NPM : 188600064
Program Studi : Psikologi Industri dan Organisasi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demikian 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 Pengguna
Aplikasi Shopee Pada Remaja Perempuan Di Lingkungan IX Kelurahan
Paya Pasir**

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak
menyimpan, memformat-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data
base), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap
mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak
Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 10 April 2023
Yang Menyatakan



Liza Azuhra

HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIFDALAM PENGGUNA APLIKASI SHOPEE PADA REMAJA PEREMPUAN DI LINGKUNGAN IX KELURAHAN PAYA PASIR

Oleh:

Liza Azuhra

NIM: 18.860.0064

ABSTRAK

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan atau perilaku dalam membeli dan menggunakan barang jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan yang begitu matang dengan tujuan untuk memenuhi keinginan pribadi dan bukan untuk tujuan pemenuhan kebutuhan pokok. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam pengguna aplikasi shopee pada remaja perempuan di lingkungan IX kelurahan paya pasir. Populasi penelitian ini adalah seluruh remaja perempuan berjumlah 80 orang, dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 46 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif yang diukur dengan menggunakan bentuk skala *Likert*. Teknik analisis data menggunakan teknik Korelasi *Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi korelasi $p= 0,000 > 0,05$, artinya ada hubungan negative antara antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam pengguna aplikasi shopee pada remaja perempuan di lingkungan IX paya pasir dengan koefisien determinan (r^2) sebesar 0,457 atau 46%.

Kata Kunci: Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif, Remaja.

THE CORRELATIONN BETWEEN SELF CONTROL AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN SHOPEE APPLICATION USER AMONG ADOLESCENT GIRLS IN THE LINGKUNGAN IX KELURAHAN PAYA PASIR

Oleh:

Liza Azuhra

NIM: 18.860.0064

ABSTRACT

Consumptive behavior is an act or behavior in buying and using goods and services excessively without careful consideration with the aim of fulfilling personal desires and not for the purpose of fulfilling basic needs. This study aims to see the correlation between self-control and consumptive behavior in shopee application users among adolescent girls in the lingkungan IX kelurahan paya pasir. The population of this study was all 80 female adolescents, and the sample in this study amounted to 46 people, the sampling technique used purposive sampling. This research method used quantitative methods. Data collection used a self-control scale and a consumptive behavior scale which is measured using a Likert scale. The data analysis technique uses the Product Moment Correlation technique. The results showed a significant correlation value of $p = 0.000 > 0.05$, meaning that there was a negative relationship between self-control and consumptive behavior in shopee application users in adolescent girls in the lingkungan IX kelurahan paya pasir with a determinant coefficient (r^2) of 0,457 or 46%.

Keyword: Self Control, Adolescents.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan keberkahan-Nya kepada penulis sampai dengan saat ini masih diberikan kesehatan dan semangat yang sangat luar biasa sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula Shalawat beriringkan salam penulis sampaikan kepada Rasulullah SAW.

Sejalan dengan penelitian ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan sarjana di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang berjudul: **“Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pengguna Aplikasi Shopee Pada Remaja Perempuan Di Lingkungan IX KelurahanPaya Pasir”**.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan, oleh karena itu dengan kerendahan hati peneliti membuka diri untuk menerima saran serta kritikan yang bersifat membangun dari seluruh pihak.

Medan, 10 April 2023

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Perilaku Konsumtif	10
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	10
2. Karakteristik Perilaku Konsumtif	11
3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif.....	11
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	14

5. Indikator Perilaku Konsumtif.....	15
B. Kontrol Diri.....	16
1. Pengertian Kontrol Diri.....	16
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri	17
3. Aspek-Aspek Kontrol Diri	20
C. Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja.....	22
D. Kerangka Konseptual.....	24
E. Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Tipe Penelitian	26
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	26
C. Definisi Operasional	26
D. Populasi dan Sampel	27
1. Populasi.....	27
2. Sampel.....	27
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
E. Metode Pengumpulan Data.....	30
1. Skala Perilaku Konsumtif	30
2. Skala Kontrol Diri	33
F. Validitas Dan Reabilitas Alat Ukur	35
G. Metode Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
A. Orientasi Kacah Penelitian.....	37
B. Persiapan Penelitian	37
C. Pelaksanaan Penelitian.....	43
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	43

E. Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 2 Grafik Perilaku Konsumtif	49
Gambar 3 Grafik Kontrol Diri	49



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala Pengukuran.....	35
Tabel 2 Skala Perilaku Konsumtif.....	39
Tabel 3 Skala Kontrol Diri	40
Tabel 4 Uji Coba Penyebaran Pernyataan Skala Perilaku Konsumtif.....	41
Tabel 5 Uji Coba Penyebaran Butir Pernyataan Skala Kontrol Diri	42
Tabel 6 Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Perilaku Konsumtif	44
Tabel 7 Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Kontrol Diri.....	45
Tabel 8 Uji Normalitas	46
Tabel 9 Uji Linearitas Hubungan	46
Tabel 10 Hasil Analisis Korelasi.....	47
Tabel 11 Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A DATA PENELITIAN.....	58
LAMPIRAN B UJI VALIDITAS DAN UJI REABILITAS SKALA	61
LAMPIRAN C UJI NORMALITAS	65
LAMPIRAN D UJI LINEARITAS.....	67
LAMPIRAN E UJI HIPOTESIS.....	69
LAMPIRAN F SKALA PENELITIAN	71
LAMPIRAN G SURAT IZIN PENELITIAN.....	79



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Individu merupakan salah satu makhluk hidup yang memiliki beberapa kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan tersebut mengharuskan individu melakukan proses jual beli untuk mencukupi beberapa kebutuhan yang diperlukan. Proses jual beli atau belanja ini merupakan salah satu kegiatan yang paling disukai oleh banyak individu, khususnya pada kaum hawa/wanita (Siswandini, 2020). Meningkatnya aktivitas masyarakat sehingga tidak banyak waktu untuk mengunjungi toko-toko untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu konsumen akan beralih ke *online shopping* karena lebih mudah. Selain itu, harga juga mempengaruhi konsumen agar lebih tertarik untuk berbelanja secara *online*.

Online shopping merupakan salah satu metode yang menyediakan layanan proses jual beli beberapa produk secara virtual (Nofri and Hafifah, 2018). Hal tersebut dikarenakan anjuran dari pemerintah untuk meminimalisir penyebaran *Virus Covid-19* selama pandemi dengan menaati protokol kesehatan. Selain itu, pada masa pandemi, terdapat peningkatan masyarakat untuk melakukan pembelian barang kebutuhan secara *online* yang diketahui oleh beberapa survey yang telah dilakukan oleh instansi. Suatu survey tersebut dilakukan oleh *Redseer* menyatakan bahwa sejak masa pandemi diperkirakan terdapat peningkatan sekitar 12 juta pengguna baru pada beberapa *e-commerce*.

E-commerce merupakan salah satu aplikasi yang di jalankan dalam bidang jual-beli baik berupa jasa maupun penjualan barang secara *online*. Di Indonesia

banyak ditemui beberapa *E-commerce* yang banyak digunakan oleh beberapa kalangan. Salah satu *E-commerce* yang paling banyak digunakan dan disukai di Indonesia yaitu Shopee. Sesuai dari hasil survey yang telah dilakukan *Iprice Insights*. CNN Indonesia (2020) menyatakan bahwa Shopee merupakan salah satu marketplace pertama dengan jumlah pengguna atau pengunjung terbanyak dalam jumlah kunjungan mencapai 93,4 Juta perbulan.

Shopee dipimpin oleh Chris Feng yang juga merupakan pendiri dan CEO. Didirikan pada tahun 2015, Chris Feng sendiri merupakan lulusan terbaik. Shopee juga bekerja sama dengan lebih dari 70 penyedia layanan ekspres di seluruh pasar untuk memberikan dukungan logistik bagi pengguna. Shopee juga bekerja sama dengan berbagai layanan logistik lokal dan penyedia layanan transportasi online.

Di Indonesia Shopee menyediakan platform situs belanja dengan memberikan penawaran menarik kepada konsumen. Salah satunya penawaran yang diberikan kepada konsumen yaitu adanya event setiap bulan pada tanggal kembar yang menyediakan penawaran gratis ongkos kirim, flash sale, cashback, potongan harga, dan penurunan harga pasaran yang relatif lebih murah dari harga standar. Shopee juga hadir dengan beberapa kemudahan dalam metode transaksi elektronik yang kemungkinan menjadi salah satu point penting untuk memudahkan proses jual beli. Shopee ini juga memberikan kemudahan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang tepat dan toko yang sesuai karena memiliki penanda seperti (*Star Seller*) dan memiliki fitur rating. Adanya fitur tersebut membantu konsumen agar membeli kepada pedagang yang sesuai dengan kualitas barang yang diinginkan. Selain itu, kelebihan utama pada Shopee adalah harga yang cukup miring dan bisa dikatakan murah antara persaingan harga dengan

pedagang lainnya, sehingga konsumen hanya perlu menentukan berdasarkan dengan lokasi toko dengan rumah atau jumlah total biaya pengiriman tambahan bila ada.

Adanya beberapa fasilitas yang diberikan Shopee kepada konsumen ini menjadikan munculnya perilaku konsumtif pada individu remaja awal hingga remaja akhir. Sebagian besar individu remaja memiliki karakteristik yang lebih labil, mudah dipengaruhi yang berkaitan dengan gaya hidup mereka. Gaya hidup pada remaja memiliki ciri khas mulai dari pakaian, berdandan (make-up), gaya rambut, model hijab, dan beberapa kebutuhan lainnya. Sebagian besar individu menginginkan untuk memenuhi kebutuhan secara praktis (Nim and Siska, 2016).

Perilaku konsumtif sendiri merupakan salah satu perilaku membeli barang yang tidak di dasari oleh adanya kebutuhan melainkan sebuah keinginan yang harus di wujudkan. Pada umumnya fenomena perilaku konsumtif cenderung mudah di temukan pada masyarakat perkotaan, akan tetapi setelah berjalannya waktu dan munculnya perkembangan teknologi yang semakin maju hal tersebut mengalami banyak perubahan. Semua orang saat ini berkemungkinan untuk memiliki perilaku konsumtif dikarenakan adanya internet dan perkembangan teknologi di era digital.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI dalam situs resminya (<http://kemdikbud.go.id>) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif akan berdampaknegatif, terutama bagi remaja. Dampak negatif dari perilaku konsumtif antara lain kecemburuan sosial, berkurangnya kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan untuk masa depan. Kecemburuan sosial muncul karena masyarakat akan membeli segala sesuatu yang diinginkannya tanpa

memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, apakah barang tersebut dibutuhkan atau tidak, sehingga bagi masyarakat yang tidak mampu tidak akan dapat mengikuti pola kehidupan seperti itu. Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang cenderung membelanjakan uangnya lebih banyak daripada menyisihkannya untuk ditabung. Dampak negatif dari perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa memikirkan kebutuhan masa depan mereka (Irmasari, 2010).

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti melalui metode wawancara pada remaja perempuan di Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir menunjukkan bahwa responden rutin melakukan *online shopping* melalui aplikasi Shopee. Sebagian besar remaja perempuan menunjukkan karakteristik perilaku konsumtif dengan ditunjukkan adanya membeli barang secara berlebihan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kontrol diri. Kontrol diri dapat membantu individu dalam mengendalikan perilaku untuk mengambil keputusan pembelian melalui adanya pertimbangan terhadap barang yang akan di beli. Individu yang memiliki kontrol diri yang rendah sering kali mengalami kesulitan dalam menentukan konsekuensi atas tindakan yang mereka lakukan, sedangkan individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan cenderung memperhatikan tingkah laku yang tepat untuk digunakan dalam berbagai macam situasi/kondisi (Chita, David, and Pali, 2015). Kontrol diri atau self kontrol akan memberikan pengaruh yang positif salah satunya, individu akan mampu menata keuangan yang dimiliki dengan membelanjakan untuk sesuatu sesuai kebutuhan serta mereka akan lebih percaya diri terhadap penampilan apa

adanya yang mereka miliki (Anggraini, 2019).

Remaja perempuan di Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir sering kali mengeluhkan bahwa uang saku yang diberikan orang tua terkadang tidak cukup dan sering kali merasa tidak terkontrol dalam mengelola keuangan, khususnya untuk memenuhi keinginannya dalam berbelanja. Selain itu mereka juga mengatakan sangat boros dalam berbelanja pakaian, dimana tujuannya semata-mata hanya untuk mengikuti perkembangan *trendfashion* yang ada.

Pertanyaan dibawah merupakan hasil wawancara penulis dengan remaja perempuan yang ada di Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir.

“ Aku sih suka belanja apalagi kalau di shopee muncul promo diskon dan flashsale yang besar dan gratis ongkir minimal belanja 0 Rupiah. Akhirnya aku tergiur untuk membeli barang yang sebenarnya sih engga aku dibutuhkan, tetapi karna promo yang diberikan lumayan dan menurut aku harganya sangat terjangkau dibandingkan harga sebenarnya ya aku beli aja. Setelah barangnya sampai dirumah aku sering kali menyesali produk yang aku beli tetapi tidak aku gunakan”. (wawancara personal, Desember 2021).

Mengacu dari fenomena di atas, dapat dikatakan bahwa individu tersebut belum dapat mengontrol diri dalam memilih informasi serta membuat penilaian sehingga dalam mengambil keputusan menjadi kurang tepat termasuk dalam aktivitas transaksi pada Shopee. Para remaja sering kali tergiur dan tergoda membuat mereka tertarik membeli barang atau jasa tersebut. Tetapi mereka sebenarnya tahu apa yang mereka beli tidak terlalu dibutuhkan dan sadar akan kebutuhan yang seharusnya lebih penting. Barang yang telah dibeli tidak hanya kebutuhan pokok tetapi juga kebutuhan lain yang tidak terlalu mendesak.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya sebagai acuan dalam menyusun, membandingkan dan memperkaya teori. Hasil penelitian terdahulu dengan judul Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada

mahasiswi psikologi pengguna *E-commerce* Shopee (Arum and Khoirunnisa, 2021). Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *e-commerce* Shopee. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswi psikologi pengguna *e-commerce* Shopee dengan artian bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk kuat dan negatif.

Selanjutnya penelitian dengan judul Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di STIKes Santa Elisabeth Medan (Siallagan and Derang, 2021). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan self control dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi ners di STIKes Santa Elisabeth Medan tahun 2020. Hasil analisis diperoleh ada hubungan yang signifikan antara self control dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa prodi ners di STIKes Santa Elisabeth Medan.

Berdasarkan dari hasil pengamatan peneliti maka dapat dilihat bahwa para remaja perempuan yang berada di lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir sering melakukan proses jual beli atau belanja. Hal ini juga dilakukan sejalan dengan adanya beberapa hal pokok penting dalam permasalahan yang ada yakni tentang rendahnya kontrol diri para remaja perempuan dalam berbelanja. Maka hal inilah menjadi dasar peneliti sendiri untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul: "Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku konsumtif dalam Pengguna Aplikasi Shopee pada Remaja Perempuan di Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat menunjukkan bahwa perilaku konsumtif sangat dominan dikalangan remaja. Remaja akan sadar bahwa hal tersebut diakibatkan secara psikologis remaja yang masih sensitive terhadap pengaruh dari luar dan belum dapat memilih informasi serta membuat penilaian. Seperti yang dilihat dalam transaksi elektronik pada aplikasi *Shopee* lebih dibutuhkan atau disukai tanpa harus mengeluarkan tenaga, lebih efisien karena dapat dilakukan dengan situasi kondisi apapun, lebih mudah membandingkan harga serta proses memiliki banyak pilihan dalam proses pembayaran.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yaitu, kurangnya dalam kontrol diri dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif dalam belanja pengguna aplikasi *Shopee*.

C. Batasan Masalah

Banyak faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif pada individu. Berdasarkan indentifikasi masalah, penulis memberikan batas ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan. Penulis membatasi permasalahan pada hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja perempuan pengguna aplikasi *shopee* di lingkungan IX kelurahan paya pasir.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam pengguna aplikasi Shopee pada Remaja Perempuan di Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir”.

E. Tujuan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti memiliki tujuan yang hendak dicapai untuk mengetahui dan menguji secara empiris tentang “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif dalam Pengguna Aplikasi Shopee pada Remaja Perempuan di Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir”.

F. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini yang diharapkan dapat memberikan manfaat pada beberapa pihak baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan dapat menambah wawasan khususnya ruang lingkup Psikologi Industri dan Organisasi. Selain itu juga dapat memberikan bukti empiris mengenai hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja pengguna aplikasi Shopee.

2. Manfaat Praktis

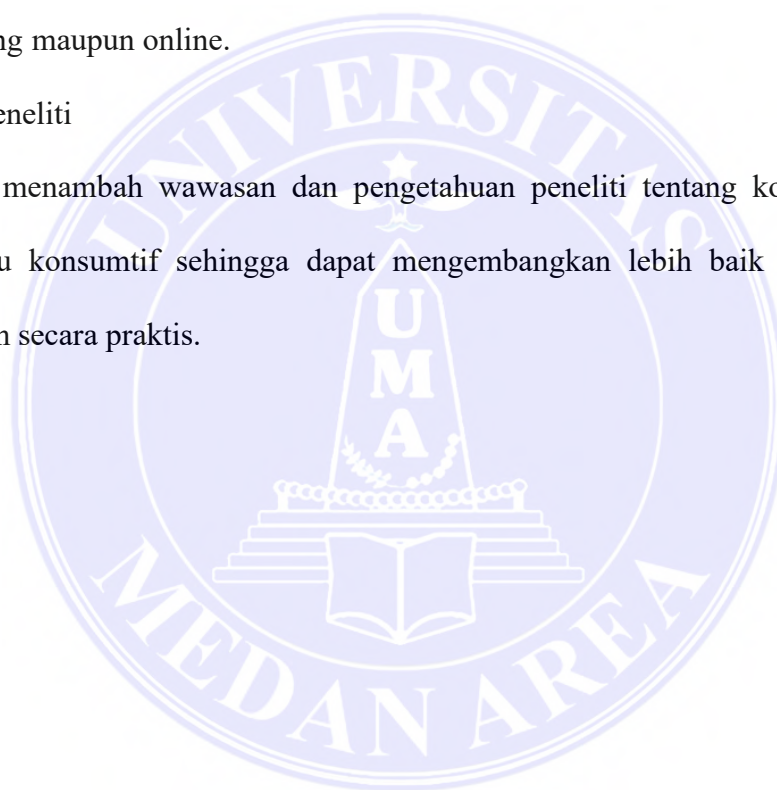
Penelitian ini dapat memberikan masukan-masukan pada pihak-pihak yang berkepentingan antara lain sebagai berikut:

a. Bagi Mahasiswa

Bagi konsumen yang melakukan transaksi elektronik di aplikasi Shopee bahwa kontrol diri sangat penting saat melakukan aktivitas belanja baik secara langsung maupun online.

b. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang kontrol diri dan perilaku konsumtif sehingga dapat mengembangkan lebih baik secara teoritis maupun secara praktis.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Dahlan dalam (Lina and Rosyid, 1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan. Penggunaan segala sesuatu yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik terbesar serta adanya gaya hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh segala keinginan untuk memenuhi keinginan kesenangan semata. Hal ini diperkuat oleh Anggasari dalam (Triyaningsih, 2011) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif bahwa ditandai dengan tindakan membeli barang yang kurang atau sangat tidak diperhitungkan sehingga sifatnya akan menjadi berlebihan

Menurut Sumartono (2009) mengatakan bahwa perilaku konsumtif disertai adanya kehidupan yang mewah dan bersifat berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik serta adanya pola yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan atau perilaku dalam membeli dan menggunakan barang jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan yang begitu matang dengan tujuan untuk memenuhi keinginan pribadi dan bukan untuk tujuan pemenuhan kebutuhan pokok dan digunakan sebagai pemenuhan gayahidup untuk bisa tampil mewah.

2. Karakteristik Perilaku Konsumtif

Menurut Munandar (Widyaningrum & Puspitadewi, 2016) beberapa karakteristik perilaku konsumtif, yaitu:

- 1) Mudah dibujuk dan terbujuk rayuan dari penjual.
- 2) Punya perasaan tidak enak pada penjual.
- 3) Tidak sabar dalam membeli barang, sehingga dalam membeli barang tidak didasarkan banyak pertimbangan dan hanya untuk keinginan sesaat.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif adalah Menurut Suminar dan Meiyuntari (2015) antara lain:

a. Aspek intensitas

Menurut (Laila, 2014) intensitas merupakan suatu kegiatan seseorang mempunyai hubungan erat dengan perasaan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang. Menurut Kaloh dalam Ruhban (2013) intensitas merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan tersebut.

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

b. Aspek kebutuhan

Kebutuhan adalah sesuatu yang dirasa kurang. Jadi kebutuhan manusia itu sudah ada dari dalam diri manusia. Kebutuhan ini tidak dapat diciptakan oleh masyarakat atau oleh para pemasar. Dengan kata lain, kebutuhan merupakan suatu tuntutan dasar manusia (Kotler, 2005).

Aspek kebutuhan mengacu pada kebutuhan seseorang untuk membeli sesuatu.

c. Aspek kepuasan

Menurut Kristianto (2011) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Menurut Kotler (1998) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan- harapannya.

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

d. Aspek prestige

Menurut Zayerkabeh (2012) prestige dapat mewakili sebuah status tinggi pada suatu produk terkait dengan suatu merek. Chepchirchir & Leting (2015) prestige adalah ungkapan penilaian evaluatif yang menyampaikan status tinggi atau rendah yang bergantung pada pengalaman hidup, pengetahuan dan kesadaran akan merek pesaing.

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

e. Aspek status sosial, kekayaan dan keistimewaan.

pembelian produk-produk sangat dipengaruhi oleh latar belakang konsumen (termasuk latar belakang kelas sosialnya). Banyaknya jenjang (kelas sosial) antar masyarakat relatif berbeda tergantung dari kondisiekonomi dan sosial yang ada di masyarakat tersebut dan kepentingan yang melatar belakanginya (Anggraini and Santhoso, 2014).

Aspek ini menunjukkan status sosial seseorang, jika seseorang membeli barang mewah maka mengindikasikan seseorang berasal dari kalangan atas atau memiliki status sosial yang tinggi.

Selain aspek diatas ada terdapat tiga aspek-aspek perilaku konsumtif adalah (Lina & Rosyid, 1997):

a. Pembelian Impulsif (Impulsive buying)

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

b. Pemborosan (Wasteful buying)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros adalah menghamburkan banyak dana tanpa menyadari kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif juga dapat cenderung berarti pemborosan yang berdampak negatif bagi kehidupan remaja. Menurut psikologi agama, ajaran agama menciptakan norma-norma yang dapat dijadikan pedoman oleh pemeluknya dalam bersikap dan berperilaku. Norma-norma tersebut mengacu pada pembentukan kepribadian dan keharmonisan hubungan sosial dalam upaya pemenuhan ketaatan kepada Dzat Gaib (Heni, 2013).

c. Mencari kesenangan (Non rational buying)

Perilaku ini dilakukan dengan tujuan mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik yang dalam hal ini dilatarbelakangi oleh kodrat remaja merasa senang dan nyaman ketika memakai hal-hal yang dapat

membuat dirinya trendi.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam (Adzkiya, 2018) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif berasal dari dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal, terdiri dari:

- a. Faktor motivasi, dimana individu dalam membeli dan menggunakan barang/jasa dipengaruhi oleh dorongan dari dalam untuk bisa memiliki dan menggunakan barang/jasa yang diinginkan.
- b. Kontrol diri, kemampuan dalam diri individu untuk mengendalikan, mengatur dan mengarahkan dorongan-dorongan (impuls-impuls) yang ada agar menekan perilaku yang tidak diinginkan ke arah perilaku yang positif.

Faktor Eksternal, terdiri dari:

- a. Faktor gaya hidup, dimana individu dalam membeli dan menggunakan barang/jasa untuk memenuhi pola hidup agar tidak ketinggalan zaman.
- b. Faktor periklanan, dimana individu dalam membeli dan kemudahan penggunaan barang/jasa tertarik dan dipengaruhi oleh dipromosikan melalui iklan.
- c. Panutan atau faktor kelompok referensi, dimana individu dalam membeli dan cenderung menggunakan barang/jasa ikuti apa yang dibeli dan digunakan oleh anggota kelompok referensi.
- d. Faktor model identifikasi diri, dimana individu dalam membeli dan menggunakan barang/jasa karena dipengaruhi oleh diidolakan atau dikagumi sehingga membuat idolanya sebagai panutan dalam kehidupan sehari-hari seperti mengikuti gaya hidup atau barang milik idolanya

- e. Faktor keluarga, dimana individu dalam membeli dan menggunakan barang/jasa dipengaruhi oleh anggota keluarganya.

5. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut (Sumartono,2002) ada beberapa indikator perilaku konsumtif yaitu:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah
Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

- b. Membeli produk karena kemasan

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

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.

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

- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya).

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

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Individu mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian,

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

- f. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

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

- g. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

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

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

Individu sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menimbulkan rasa percaya diri.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan individu dalam membaca situasi diri dan lingkungan, serta kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam bersosialisasi

kemampuan mengontrol perilakunya. Menurut Hortet dalam (Nurmala, 2007) diri (self) adalah suatu sistem diri dalam proses yang saling berhubungan. Sistem ini mencakup berbagai komponen, salah satunya adalah self-regulation yang memfokuskan perhatian dan pengendalian diri, dimana proses tersebut menjelaskan bagaimana diri mengatur dan mengontrol emosinya.

Sedangkan menurut Averill dalam (Ghufron and Risnawati, 2011) kontrol diri adalah kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu untuk mengelola informasi yang diinginkan dan tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini. Pemahaman yang dikemukakan oleh Averill berfokus pada seperangkat kemampuan regulasi dalam memilih tindakan yang sesuai dengan apa yang diyakininya.

Dapat disimpulkan bahwa kontrol diri sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk-bentuk perilaku yang dapat menimbulkan akibat positif dan merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan oleh individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi dengan kondisi di lingkungan sekitarnya.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Goldfried dan Merbaum dalam (Ghufron and Risnawati, 2011) kontrol diri adalah mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan individu untuk mengatur, membimbing, mengatur, dan mengarahkan perilakunya hingga akhirnya menimbulkan dampak konsekuensi yang positif. Individu dengan kontrol diri yang tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjanya sesuai dengan

kebutuhannya, bukan hanya untuk memuaskan keinginan mereka, tidak mudah terpengaruh oleh penawaran dengan diskon besar-besaran, mampu mengatur uang lebih efisien dengan membelanjakannya untuk sesuatu yang berguna sebagai aset perilaku.

Kontrol diri sangat penting dalam kehidupan remaja. Kontrol diri sebagai mediator psikologis dan berbagai perilaku, orang yang memiliki kontrol diri yang baik maka individu tersebut dapat mengarahkan perilakunya, sebaliknya jika individu yang memiliki kontrol diri yang rendah akan berdampak pada ketidakmampuan untuk mematuhi perilaku dan tindakannya. Sehingga individu tidak lagi bisa menahan godaan.

Menurut (Ghufron and Risnawati, 2011) membagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kontrol diri menjadi 2 (dua), yaitu :

a. Faktor internal.

Faktor internal yang berperan dalam pengendalian diri adalah usia. Dengan cara orang tua menegakkan disiplin, cara orang tua menanggapi kegagalan anak, gaya komunikasi, cara orang tua mengungkapkan kemarahan (penuh emosi atau mampu dalam menahan diri) ini merupakan awal anak belajar tentang kontrol diri. Seiring bertambahnya usia anak, komunitas yang mempengaruhinya bertambah, begitu juga dengan banyaknya pengalaman sosial yang dialaminya, anak belajar merespon kekecewaan, ketidaksukaan, kegagalan, sehingga lama kelamaan kontrol ini muncul dari dalam dirinya sendiri.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal antara lain berasal dari lingkungan dan keluarga. Faktor lingkungan dan keluarga merupakan faktor eksternal dari kontrol diri. Orang tua

yang menentukan kemampuan mengontrol diri sendiri. Salah satu yang diterapkan oleh orang tua adalah disiplin, karena sikap disiplin dapat menentukan kepribadian yang baik dan dapat mengontrol perilaku pada individu. Disiplin yang diterapkan dalam kehidupan dapat mengembangkan kontrol diri dan pengarahan diri sehingga seseorang dapat bertanggung jawab dengan baik atas segala tindakan yang dilakukan.

Faktor kontrol diri menurut menurut (Baumeister and Boden, 1998) adalah sebagai berikut:

a. Orang tua

Hubungan individu dengan orang tua memberikan bukti bahwa orang tua mempengaruhi kontrol diri anak-anak mereka. Orang tua yang mendidik anaknya dengan cara yang keras dan otoriter akan menyebabkan anaknya kurang mampu mengontrol diri dan kurang peka terhadap peristiwa yang sedang dihadapinya. Orang tua harus mengajarkan anak-anaknya untuk mandiri sejak usia dini, memberi mereka kesempatan untuk membuat keputusan sendiri, sehingga anak akan memiliki kontrol diri yang lebih baik.

b. Faktor budaya

Setiap individu yang berada dalam suatu lingkungan akan berhubungan dengan budaya yang ada di lingkungan tersebut. Setiap lingkungan akan memiliki budaya yang berbeda terhadap budaya lingkungan lainnya. Hal ini mempengaruhi kontrol diri seseorang sebagai anggota lingkungan.

Menurut Block dan Block (Ghufron & Risnawati, 2010:21-23) ada tiga jenis kualitas kontrol diri, yaitu over control, under control, dan appropriate control. Secara rinci berikut penjelasannya:

a. Over control

Over Control adalah kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan Individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap rangsangan atau stimulus.

b. Under control

Under control adalah suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsifitas dengan bebas tanpa perhitungan yang matang.

c. Appropriate control

Appropriate control adalah kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat.

Bisa penulis menyimpulkan bahwa pembentukan kontrol diri tidak semata-mata dibangun secara praktis, tetapi secara bertahap dan berlanjut sehingga menjadi sesuatu yang melekat pada individu tersebut. Selain itu kontrol diri juga dapat berdampak positif bagi secara personal, bagi individu yang memiliki kontrol diri baik, akan tetapi kontrol diri memiliki dampak positif secara luas dalam hubungan di lingkungannya.

3. Aspek-Aspek Kontrol Diri

Kontrol diri dapat diukur menggunakan empat aspek menurut (Patty, Wijono, and Setiawan, 2017) yaitu:

- a. Kontrol terhadap pemikiran (kognitif) adalah kemampuan individu untuk mengontrol pikiran sehingga menghasilkan sikap yang positif atau mengarah pada perilaku yang objektif.
- b. Kontrol terhadap impuls adalah kemampuan individu untuk mengendalikan diri

dan bertindak bijaksana terhadap setiap impuls negatif yang muncul secara tiba-tiba.

- c. Kontrol terhadap emosi adalah kemampuan individu untuk memiliki kesadaran diri emosional dalam hubungannya dengan dirinya sendiri dan dengan orang lain.
- d. Kontrol terhadap kinerja adalah kemampuan individu untuk mendapatkan nilai yang lebih baik dalam jangka panjang, karena mereka akan lebih baik dalam mengerjakan tugas tepat waktu, mencegah kegiatan menunda-nunda pekerjaan, belajar secara efektif, memilih mata pelajaran dengan tepat dan mampu menjaga dari emosi negatif yang dapat muncul merusak kinerja. Menurut Averill dalam (Nurmala, 2007) ada tiga aspek dalam kontrol diri yaitu:
 - a. Kontrol perilaku (behavior control)
yaitu kemampuan untuk memodifikasi suatu situasi yang tidak menyenangkan, kemampuan ini terdiri dari kemampuan mengontrol perilaku, yaitu kemampuan untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi. Dimana individu yang mengontrol dirinyadengan baik akan dapat mengatur perilaku kemampuannya, jika tidak mampu maka individu akan menggunakan sumber eksternal untuk mengatasinya.
 - b. Kontrol kognitif (cognitive control)
yaitu kemampuan individu untuk memproses informasi yang tidak diinginkan dan dengan menafsirkan, menilai untuk mengintegrasikan suatu peristiwa dalam kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi stress atau stress.
 - c. Kontrol pengambilan keputusan (decisional control)
yaitu kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini atau disepakati. Kontrol pribadi dalam menentukan pilihan akan

berfungsi baik dengan adanya kesempatan, kebebasan atau kemungkinan bagi individu untuk memilih beberapa hal yang saling memberatkan, maka aspek yang diukur adalah kemampuan mengontrol perilaku dan mengambil keputusan.

C. Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja

Semakin meningkatnya jumlah konsumen dalam berbelanja di internet dapat menimbulkan permasalahan pada perilaku berbelanja yang tidak sewajarnya. Konsumen yang membeli barang tidak lagi berdasarkan kebutuhan melainkan atas dasar keinginan. Hal ini serupa juga dikemukakan oleh Munazzah (2016) yang menyatakan jika dikatakan tidak wajar apabila seseorang berbelanja bukan karena kebutuhan melainkan hanya karena kesenangan semata tanpa berfikir rasional yang disebut perilaku konsumtif.

Apabila konsumen dapat mengontrol diri ketika dihadapkan dengan faktor pemicu perilaku konsumtif, maka resiko kecenderungan berperilaku konsumtif juga dapat dihindari. Hal ini didukung oleh Penelitian lain mengenai hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif juga dilakukan oleh Anggraeni dan Mariyanti (2014). Penelitian mereka membuktikan bahwa terdapat hubungan dengan korelasi negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, semakin kuat kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif tersebut, sebaliknya semakin lemah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

Peran kontrol diri menurut penelitian Antonides dalam (Fitriana and Koentjoro, 2008) memiliki peranan yang penting dalam proses transaksi pembelian suatu barang, karena kontrol diri dapat mengatur seseorang dalam melakukan hal yang positif termasuk dalam hal membeli suatu produk.

Seseorang yang memiliki kontrol diri tinggi akan dapat mengatur perilaku

berbelanja sesuai dengan kebutuhan sehari harinya tidak hanya untuk memuskan hasrat atau keinginannya saja, tidak mudah terpengaruh oleh promosi yang ditawarkan oleh penjual, percaya diri dengan penampilan apa adanya, mampu mengelola keuangan lebih efisien dengan membeli sesuatu yang bermanfaat sebagai aset perilaku.

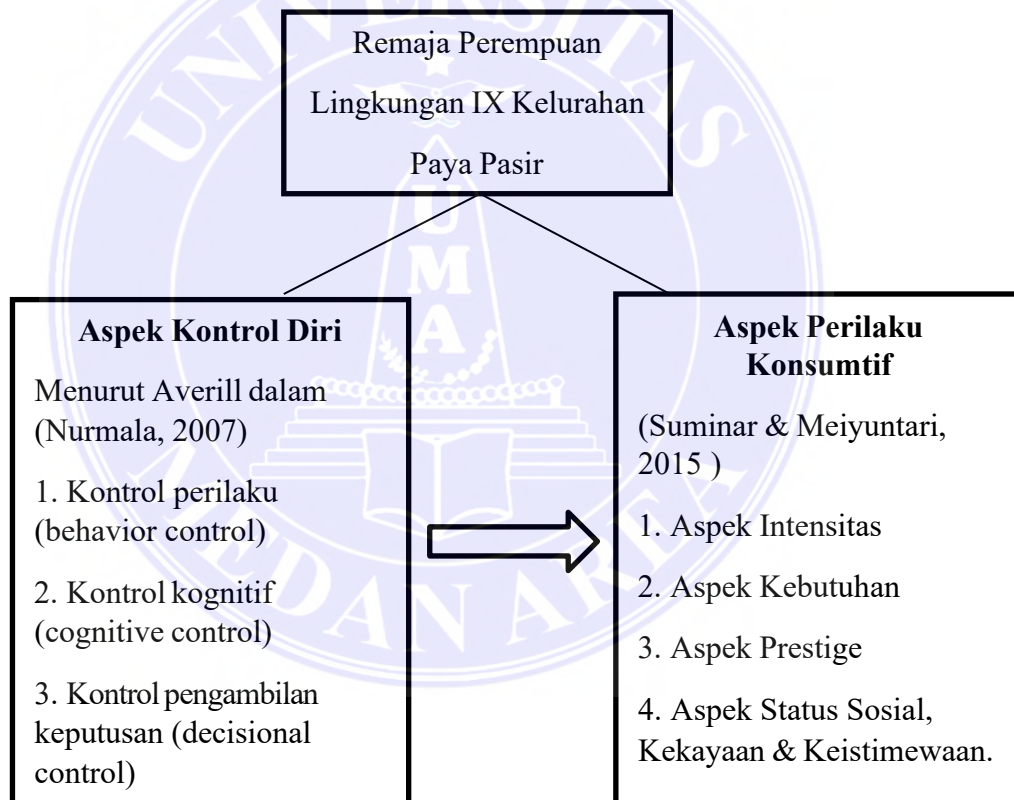
Remaja sering kali diidentifikasi dengan perilaku konsumtif karena masih dalam proses perkembangan. Dimana mereka mempunyai hasrat membeli yang besar terutama untuk menunjang penampilan. Pada usia ini para remaja sudah mulai mantap dan stabil, disamping itu pada usia ini mereka sudah mulai dituntut untuk memiliki kontrol diri yang baik agar mereka dapat belajar dari apa yang diharapkan oleh kelompok dan kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai.

Jika seorang remaja memiliki kontrol diri yang baik, maka para remaja akan mampu mengontrol perilaku konsumtifnya. Jika sebaliknya remaja memiliki kontrol diri yang rendah maka bisa cenderung berperilaku konsumtif terhadap segala macam bentuk konsumsi.

Banyak remaja yang dijadikan target pemasaran dalam berbagai produk industri, karena remaja cenderung bersifat labil dan lebih emosional sehingga lebih mudah dipengaruhi dan muncul berbagai gejala perilaku konsumsi tidak wajar seperti dalam membeli barang yang tidak wajar dan dibutuhkan untuk kebutuhan (Zebua, 2001). Salah satu gejala tersebut merupakan perilaku konsumtif. Dahlan dalam (Lina and Rosyid, 1997), mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan. Penggunaan segala sesuatu yang dianggap paling mahal yang memberikan

kepuasan dan kenyamanan fisik terbesar serta adanya gaya hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh segala keinginan untuk memenuhi keinginan kesenangan semata. Individu yang dapat memiliki kontrol diri tinggi dapat mengatur kebutuhan belanjanya yang sesuai dengan kebutuhannya bukan untuk kesenangan dan kepuasan diri, tidak mudah terpengaruh oleh tawaran yang menggunakan diskon, dapat menata keuangan untuk lebih efisien dalam menggunakan sesuatu yang bermanfaat sebagai asset perilaku.

D. Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

E. Hipotesis

Berdasarkan landasan teoritis dan kerangka konseptual dapat diajukan hipotesis penelitian yaitu: ada hubungan yang negative antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada pengguna aplikasi Shopee di Lingkungan IX

Paya Pasir, dengan asumsi semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif.



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik (Sangadji and Sopiah, 2010). Secara khusus, penelitian ini menggunakan metode korelasi, yaitu suatu metode yang bertujuan pada variabel-variabel yang berhubungan dengan variasi pada satu atau variabel lainnya (Azwar, 2014).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang terlihat dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (X) : Kontrol diri
2. Variabel terikat (Y) : Perilaku konsumtif

C. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan supaya pengukuran variabel didalam penelitian lebih terarah dan dapat diukur dengan metode pengukuran yang dipersiapkan. Adapun definisi operasional dari variable penelitian ini yaitu :

1. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengatur, membimbing dan mengarahkan perilakunya hingga akhirnya menimbulkan dampak konsekuensi yang positif.

2. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan atau perilaku dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan yang begitu matang dengan tujuan untuk memenuhi keinginan pribadi dan bukan untuk

tujuan pemenuhan kebutuhan pokok dan digunakan sebagai pemenuhan gaya hidup untuk bisa tampil mewah.

D. Populasi dan Sampel

Masalah populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah salah satu faktor penting. Populasi adalah suatu objek, fenomena, atau peristiwa yang diselidiki terdiri dari semua individu tentang fakta-fakta yang diperoleh dari sampel penelitian (Hadi, 2010).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja perempuan Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir. Mengingat bahwa peneliti memiliki akses terbatas ke seluruh populasi. Peneliti hanya mensurvei sebagian kecil dari total populasi yang dijadikan sebagai subjek penelitian atau yang dikenal dengan nama sampel.

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu setiap subjek (manusia, klien) yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, yang menjadi populasi dalam penelitian ini merupakan remaja perempuan Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir. Populasi subjek dalam penelitian ini adalah remaja perempuan berjumlah 80 orang (berusia 13-18 tahun).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi (misalnya karena keterbatasan biaya, waktu dan tenaga), maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (Sangadji and

Sopiah, 2010). Sampel dalam penelitian ini adalah remaja perempuan di lingkungan IX paya pasir yang memenuhi kriteria. Maka sampel yang dapat menjadi subjek penelitian yaitu sebanyak 46 orang remaja perempuan di lingkungan IX paya pasir. Ukuran sampel tersebut sesuai dengan rekomendasi untuk melakukan analisis faktor.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Mengingat besarnya populasi perempuan di masa remaja, maka tidak mungkin untuk peneliti mengamatinya secara keseluruhan. Oleh karena itu, perlu diambil sampel penelitian dari seluruh populasi yang ada diamati dengan menggunakan teknik sampling. Teknik pengambilan sampel adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mengambil sampel. Dengan teknik yang tepat, diharapkan mewakili populasi, sehingga kesimpulan yang diambil untuk sampel dapat digeneralisasikan ke kesimpulan populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu.

Teknik pengambilan sampel non-probability adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap subjek populasi yang akan dipilih sebagai sampel. Sedangkan purposive sampling adalah metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Jadi jika peneliti ingin menggunakan metode ini, peneliti harus membuat kriteria siapa yang harus menggunakan metode ini untuk menjadi sampel penelitian (Sangadji and Sopiah, 2010).

Sesuai dengan penelitian, metode purposive sampling dipilih untuk menyesuaikan sampel, dengan kriteria inklusi dan kriteria eksklusi yang

dibutuhkan sebagai berikut:

a. Kriteria

Kriteria adalah dimana subjek penelitian dapat mewakili sampel penelitian yang memenuhi syarat sebagai sampel (Notoatmojo, 2012). Kriteria dalam penelitian ini yaitu:

1. Perempuan

Kriteria ini ditentukan berdasarkan pendapat (Utami and Sumaryono, 2008) yang mengatakan bahwa penelitian tentang perilaku konsumtif lebih cocok dikaitkan sama perempuan yang lebih mengutamakan sisi emosionalitas dibandingkan dengan laki-laki.

2. Berusia 13 – 18 tahun (Remaja)

(Hurlock, 1990) membagi fase remaja menjadi masa remaja awal dengan usia antara 13- 17 tahun dan remaja akhir antara usia 17-18 tahun. Masa remaja awal dan remaja akhir memiliki karakteristik yang berbeda karena pada masa remaja akhir individu telah mencapai masa transisi remaja yang mendekati dewasa. Masa ini baik individu yang belum atau sudah bekerja sering mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan karena mereka terkadang belum bisa mengontrol diri sendiri, akan mendahulukan pada keinginan yang ingin dimiliki individu daripada membeli kebutuhan yang seharusnya (Priyanmar, 2016).

3. Bordinisili di Lingkungan IX Paya Pasir

Untuk membatasi wilayah dalam pengambilan sampel yang sangat luas, peneliti disini menentukan wilayah dalam pengambilan sampel yang hanya dalam lingkup kawasan Lingkungan IX Paya Pasir.

4. Sering berbelanja di aplikasi shopee secara rutin sebanyak 2-3 kali dalam seminggu.

5. Berbelanja bukan dikarenakan kebutuhan tetapi atas keinginan.

Tabel 1. Data Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase %
13 Tahun	4	8%
14 Tahun	3	7%
15 Tahun	7	15%
16 Tahun	11	24%
17 Tahun	7	15%
18 Tahun	14	31%
Jumlah	46	100%

E. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan skala. Menurut (Azwar, 2014) metode skala dapat menggambarkan aspek-aspek kepribadian individu, dapat merefleksikan diri yang biasanya tidak disadari oleh khawatir responden. Skala yang diberikan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Pada model skala ini ada terdapat dua jenis pernyataan, yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Pernyataan *favorable* adalah pernyataan positif yang mendukung objek sikap yang diungkapkan, sedangkan pernyataan *unfavorable* adalah pernyataan negatif yang tidak mendukung objek sikap yang akan diungkap (Azwar, 2014).

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

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif berdasarkan aspek konsumtif. Untuk mengukur

perilaku konsumtif pada remaja maka pada penelitian ini digunakan skala model *Likert*. Setiap indikator diatas akan diuraikan sejumlah pernyataan favorable (mendukung) dan unfavorable (tidak mendukung). Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan distorsi respon sebagai dasar penentuan nilai skalanya.

Kriteria penilaian dari Skala Likert berkisar antara 1 (satu) sampai 4 (empat). Setiap indikator diatas akan diuraikan sejumlah pernyataan favorable (mendukung) dan unfavorable (tidak mendukung). Dimana subjek diberikan empat alternative pilihan yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Untuk item yang favorable, pilihan SS akan mendapatkan skor empat, pilihan S akan mendapat skor tiga, Pilihan TS akan mendapatkan skor dua, dan pilihan STS akan mendapat skor satu. Sedangkan untuk item yang unfavorable pilihan SS akan mendapatkan skor satu, pilihan S akan mendapatkan skor dua, pilihan TS akan mendapatkan skor tiga, dan pilihan STS akan mendapatkan skor empat.

Aspek Perilaku Konsumtif adalah Menurut Suminar dan Meiyuntari (2015) antara lain:

a. Aspek Intensitas

Menurut Yanica (2014) intensitas merupakan suatu kegiatan seseorang mempunyai hubungan erat dengan perasaan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang. Menurut kaloh dalam Ruhban (2013) intensitas merupakan tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang didasari rasa senang dengan kegiatan yang dilakukan tersebut.

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

b. Aspek Kebutuhan

Kebutuhan adalah sesuatu yang dirasa kurang. Jadi kebutuhan manusia itu sudah ada dari dalam diri manusia. Kebutuhan ini tidak dapat diciptakan oleh masyarakat atau oleh para pemasar. Dengan kata lain, kebutuhan merupakan suatu tuntutan dasar manusia (Kotler, 2005)

Aspek kebutuhan mengacu pada kebutuhan seseorang untuk membeli sesuatu.

c. Aspek Kepuasan

Menurut Kristianto (2011) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Menurut Kotler (1998) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan- harapannya.

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

d. Aspek Prestige

Menurut Zayerkabe (2012) prestige dapat mewakili sebuah status tinggi pada suatu produk terkait dengan suatu merek. Chepchirchir & Leting (2015) prestige adalah ungkapan penilaian evaluatif yang menyampaikan status tinggi atau rendah yang bergantung pada pengalaman hidup, pengetahuan dan kesadaran akan merek pesaing.

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

akan meningkat.

e. Aspek Status Sosial, Kekayaan dan Keistimewaan.

pembelian produk-produk sangat dipengaruhi oleh latar belakang konsumen (termasuk latar belakang kelas sosialnya). Banyaknya jenjang (kelas sosial) antar masyarakat relatif berbeda tergantung dari kondisiekonomi dan sosial yang ada di masyarakat tersebut dan kepentingan yang melatar belakangi (Anggraini and Santhoso, 2014).

Aspek ini menunjukkan status sosial seseorang, jika seseorang membeli barang mewah maka mengindikasikan seseorang berasal dari kalangan atas atau memiliki status sosial yang tinggi.

2. Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri berdasarkan aspek kontrol diri. *Skala Likert* dalam penelitian ini menggunakan distorsi respon sebagai dasar penentuan nilai skalanya. Kriteria penilaian dari Skala Likert berkisar antara 1 (satu) sampai 4(empat). Setiap indikator diatas akan diuraikan sejumlah pernyataan favorable (mendukung) dan unfavorable (tidak mendukung). Dimana subjek diberikan empat alternative pilihan yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Untuk item yang favorable, pilihan SS akan mendapatkan skor empat, pilihan S akan mendapat skor tiga, Pilihan TS akan mendapatkan skor dua, dan pilihan STS akan mendapat skor satu. Sedangkan untuk item yang unfavorable pilihan SS akan mendapatkan skor satu, pilihan S akan mendapatkan skor dua, pilihan TS akan mendapatkan skor tiga, dan pilihan STS akan mendapatkan skor empat.

Menurut Averill dalam (Nurmala, 2007) ada tiga aspek dalam kontrol diri yaitu:

a. Kontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku yaitu kemampuan untuk memodifikasi suatu situasi yang tidak menyenangkan, kemampuan ini terdiri dari kemampuan mengontrol perilaku, yaitu kemampuan untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi. Dimana individu yang mengontrol dirinya dengan baik akan dapat mengatur perilaku kemampuannya, jika tidak mampu maka individu akan menggunakan sumber eksternal untuk mengatasinya.

b. . Kontrol kognitif (*cognitive control*)

Kontrol kognitif yaitu kemampuan individu untuk memproses informasi yang tidak diinginkan dan dengan menafsirkan, menilai untuk mengintegrasikan suatu peristiwa dalam kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi stress atau stress.

c. Kontrol pengambilan keputusan (*decisional control*)

Kontrol pengambilan keputusan yaitu kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini atau disepakati. Kontrol pribadi dalam menentukan pilihan akan berfungsi dengan baik dengan adanya kesempatan, kebebasan atau kemungkinan bagi individu untuk memilih beberapa hal yang saling memberatkan, maka aspek yang diukur adalah kemampuan mengontrol perilaku dan kemampuan mengambil keputusan.

Peneliti tidak mencantumkan alternatif pilihan jawaban ragu-ragu atau netral di tengah dengan alasan sebagai berikut (Zinti Munazzah 2016):

- 1) Ketersediaan alternative jawaban di tengah akan menimbulkan kecenderungan jawaban di tengah, terutama untuk subjek yang merasa ragu antara jawaban yang

sesuai atau tidak sesuai.

- 2) Alternatif jawaban di tengah memiliki makna ganda, dapat diartikan bahwa subjek belum dapat memberikan jawaban atau diartikan netral (tanpa pilihan).

Tabel 2. Skala Pengukuran

<i>Pilih Jawaban</i>	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sesuai (S)	3	2
Sangat Sesuai (SS)	4	1

F. Validitas Dan Reabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Validitas menurut (Sugiyono, 2014) yaitu suatu penentuan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid dilaporkan oleh peneliti dengan data yang benar-benar terjadi pada objek tersebut. Suatu tes dikatakan mempunyai validitas tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan. Validitas akan diukur dengan menggunakan teknik kolerasi *Product Moment* yang akan diolah menggunakan *SPSS*. Suatu alat ukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila suatu alat ukur dapat diperoleh dengan memberikan hasil ukur yang sesuai dengan alat ukur tersebut (Arikunto, 2006). Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan validitas konstruk (*construct validity*).

2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan asal kata dari *rely* dan *ability*. Dalam konsep reabilitas yaitu dengan sejauh mana hasil dari pengukuran yang dapat dipercaya.

Hasil pengukuran dipercaya apabila hanya dalam beberapa kali melaksanakan pengukuran pada kelompok subjek yang sama dan diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah (Supraktiknya, 2014). Analisis reliabilitas skala perilaku konsumtif dan kontrol diri akan diuji menggunakan teknik uji reliabilitas yang dikembangkan oleh Cronbach yang disebut dengan teknik *Alpha Cronbach*.

G. Metode Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian korelasi ini menggunakan analisis statistik parametrik korelasi *Product Moment Person* yaitu dengan tahapan awal untuk melakukan uji normalitas dan uji linieritas.

1. Uji Normalitas

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

2. Uji Linearitas

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

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibuat maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: Terdapat hubungan yang negatif antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada pengguna aplikasi Shopee di Lingkungan IX Paya Pasir, Hubungan tersebut dapat dilihat dari hasil uji korelasi yang menunjukkan nilai R sebesar -0.676 dengan signifikansi $0,000$. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif.
2. Berdasarkan hasil uji normalitas dapat disimpulkan bahwa variable yang digunakan dalam penelitian memiliki sebaran data yang normal, hal ini ditunjukkan dengan hasil uji normalitas memiliki nilai sig yang lebih besar dari $0,05$.
3. Berdasarkan hasil uji linearitas variabel Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif memiliki hubungan yang linear karena nilai sig sebesar $0,079$ yang lebih besar dari $0,05$.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan di atas, maka berikut dapat diberikan beberapa saran diantaranya :

- a. Kepada para Remaja Perempuan Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran kepada Remaja Perempuan Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Kontrol Diri berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif diharapkan kepada Remaja Perempuan agar lebih bisa untuk kontrol diri dan berfikir terlebih dahulu sebelum bertindak dalam membeli suatu barang ataupun produk secara *online*.

- b. Bagi peneliti selanjutnya

Menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan serta penelitian terkait *Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif* menarik untuk diteliti, diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan memperluas jangkauan tempat penelitiannya dan juga dapat meneliti lebih luas terkait faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan kontrol diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya, A. (2018). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Faktor Pendorongnya: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017*. UIN Jakarta.
- Anggraini, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal*. Universitas Negeri Jakarta.
- Anggreini, R., and S. M. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 34–42.
- Arum, Dewi., Noviana Khoirunnisa, R. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E- Commerce Shopee. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92–102.
- Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baumeister, Roy F., and J. M. B. (1998). Aggression and the Self: High Self-Esteem, Low Self-Control, and Ego Threat. In *Human aggression: Theories, research, and implications for social policy* (pp. 111–137). San Diego: Academic Press.
- ChepchirchirMark, Josphine, and M. L. (2015). Effects of Brand Quality, Brand Prestige on Brand Purchase Intention of Mobile Phone Brands: Empirical Assessment from Kenya. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(1), 7–14.
- Chita, Regina C. M., Lydia David, and C. P. (2015). Hubungan Antara Self- Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1). <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>
- CNN. (2020). *Belanja Online Naik 400 Persen Saat Musim Corona*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/202007%0907172450-92-521925/Belanja-Online-Naik-400-Persen-Saat-Musim-Coron>
- Fitriana, Nina, and K. (2008). *Keranjang Berbelanja Pada Wanita Bekerja*. Universitas Gadjah Mada.
- Ghufron, M., and R. R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media Group.
- Ghufron, M. N., and R. R. (2011). *Teori-Teori Psikologi*. Jakarta: Ar-ruzz Media.
- Hadi, S. (2010). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.

- Heni, S. A. (2013). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Syukur Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Sma It Abu Bakar Yogyakarta.*
- Hurlock, E. (1990). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Dalam Suatu Rentang Kehidupan.* Jakarta: Erlangga.
- Irmasari, D. (2010). *Dampak Positif Dan Negatif Dari Perilaku Konsumtif.*
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Gramedia.
- Kristianto, P. L. (2011). *Psikologi Pemasaran.* Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Laila, Y. N. (2014). *Korelasi Antara Kebutuhan Afiliasi dan Keterbukaan Diri dengan Intensitas Menggunakan Jejaring Sosial Pada Siswa Kelas Viii Smp Negeri 15 Yogyakarta.* Universitas Negeri Yogyakarta.
- Lina, and H. F. R. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus O F Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, 2(4), 5–13.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus O F Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, 2(4), 5–13.
- Munazzah, Z. (2016). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.* Universitas Islam Negeri Malik Maulana Ibrahim Malang.
- Munazzah, Zinti. (2016). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa S1 Perbanka Syariah Uin Maulana Malik Ibrahim Malang.* 11(9), 141–156.
- Musanto, T. (1998). *Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen.* Universitas Kristen Petra.
- Nim, E., and M. S. (2016). “Perilaku Sosial : Jual - Beli Online Di Komunitas Mahasiswi Tinjauan Teori Pertukaran Sosial (Social Exchange Theory) Oleh George Homans Oleh Online Purchase Student Community Overview Social Exchange. 3(1), 1–9.
- Nofri, Okta, and A. H. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132.
- Nurmala, S. (2007). *Hubungan Antara Kematangan Beragama Dengan Kontrol Diri Pada Siswa Madrasah Labuhan Bilik.* Universitas Medan Area.
- Patty, Salomina, Sutarto Wijono, and A. S. (2017). Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya, Kontrol Diri, Dan Jenis Kelamin Dengan Prestasi Belajar Siswa Di Sma Kristen Ypkpm Ambon. *Psikodimensia*, 5(2), 204.

- Priyanmar, D. A. (2016). *Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal*. Universitas Gunadarma.
- R. T., Anggraini, and Santhoso, F. H. (2014). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131–140.
- Ruhban, A. (2013). *Kontrol Diri Dan Intensitas Penggunaan Facebook*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sangadji, E. M., and S. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Siallagan, A. M., and I. D. (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung*.
- Siswandini, N. (2020). Kenapa Kebanyakan Wanita Suka Belanja? Ini Lima Alasannya.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2009). *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, and M. (2015). Konsep Diri, Konformitas, Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 4(1), 145–152.
- Supraktiknya. (2014). *Reabilitas Instrumen Pendidikan*.
- Triyaningsih, S. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 172–177.
- Utami, A. F., and S. (2008). Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*, 3(1).
- Widyaningrum, Sandra, and N. W. S. P. (2016). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 6(2), 103.
- Zebua, A. S. (2001). *Hubungan Antara Konformitas Dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Putri. Studi Pada Smu Tarakanita 1*. Universitas Tarumanegara.
- Zeyarkabeh, S., and A. A. (2012). Studying the Effect of Brand Credibility and Brand Prestige on Brand Loyalty. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*,

6(8), 160166.





**LAMPIRAN A
DATA PENELITIAN**

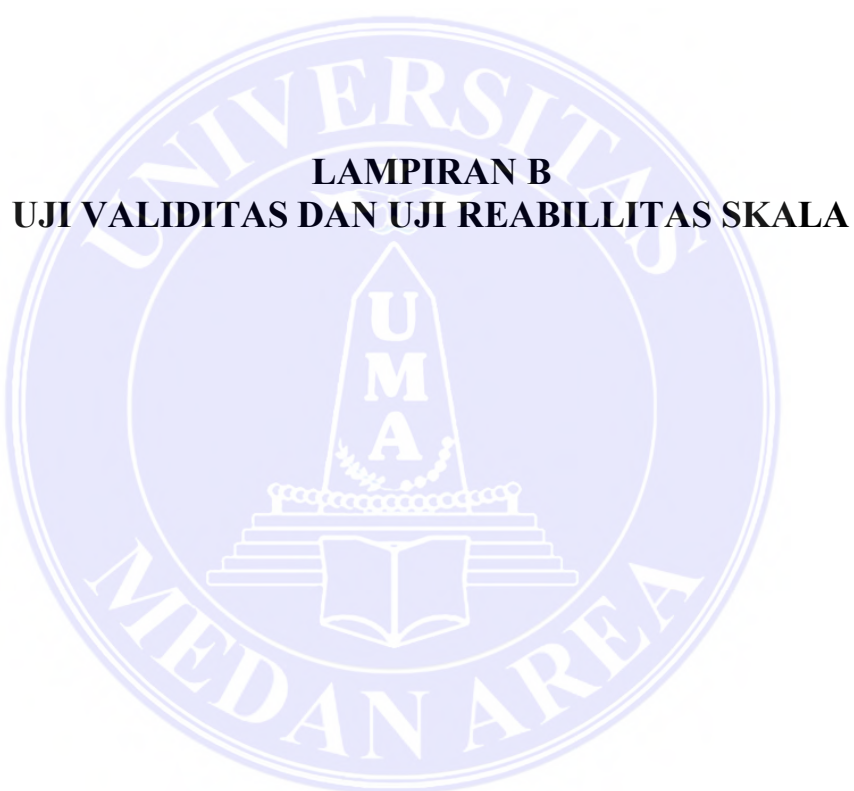
Lampiran 1. Data Penelitian

a. Data Penelitian Perilaku Konsumtif

Subj	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Jumlah
1	1	3	2	3	2	2	1	4	3	4	1	4	3	1	3	3	2	3	2	3	50
2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	35
3	2	3	4	3	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	3	4	3	2	3	4	54
4	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	43
5	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	4	4	4	43
6	3	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	1	2	3	3	2	3	2	48
7	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	36
8	2	3	3	2	3	3	1	2	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3	3	3	53
9	2	3	3	3	4	3	1	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	3	3	3	49
10	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40
11	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	2	3	3	2	3	48
12	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	2	39
13	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	52
14	1	2	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	3	2	2	2	3	3	49
15	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	38
16	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	1	3	2	3	2	3	2	46
17	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	38
18	1	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	53
19	1	3	3	3	3	2	1	1	2	2	1	2	3	1	3	4	3	3	3	3	47
20	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	41
21	3	3	2	3	2	3	1	3	2	3	1	2	3	2	3	2	3	2	3	2	48
22	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	38
23	2	3	3	2	3	3	2	3	4	3	1	3	3	1	2	3	3	3	2	3	52
24	3	3	3	3	3	3	1	2	1	2	2	3	3	1	3	4	3	3	3	3	52
25	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	39
26	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	48
27	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	38
28	2	4	3	3	3	3	1	3	3	2	2	2	3	1	3	3	4	3	3	3	54
29	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	43
30	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	41
31	1	3	1	2	2	2	1	3	2	3	1	2	3	1	3	2	3	1	2	2	40
32	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	33
33	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	52
34	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	55
35	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40
36	3	3	3	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	1	2	3	3	3	2	3	48
37	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	36
38	2	3	3	3	2	3	1	3	2	3	2	3	4	1	3	3	3	3	3	2	52
39	2	2	3	3	3	4	1	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	3	3	3	48
40	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40
41	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	44
42	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	49
43	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	55
44	1	3	3	3	3	2	1	3	3	2	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	50
45	1	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	2	3	3	50
46	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	52

b. Data Penelitian Kontrol Diri

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
2	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	3	2	29
3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	1	23
4	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	20
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
7	3	3	2	3	2	1	2	3	3	2	2	2	28
8	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	19
9	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	18
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
12	1	2	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	28
13	1	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	19
14	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	20
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	23
17	2	1	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	27
18	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	17
19	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	2	2	21
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
22	2	3	2	1	2	3	3	2	2	2	2	3	27
23	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	17
24	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	20
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
26	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	23
27	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	29
28	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	23
29	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	1	2	17
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
31	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
32	2	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	3	28
33	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	20
34	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	17
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
36	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
37	3	2	3	2	3	3	2	2	1	2	3	3	29
38	1	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1	19
39	3	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	21
40	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
41	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	32
42	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	23
43	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	19
44	1	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	19
45	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	20
46	3	2	3	2	3	3	2	2	1	2	3	3	29



LAMPIRAN B
UJI VALIDITAS DAN UJI REABILITAS SKALA

Lampiran 2. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji validitas dan Reabilitas skala Perilaku Konsumtif

Reliability

Scale: Skala Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	46	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	46	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	20

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PK1	2.04	.788	46
PK2	2.50	.587	46
PK3	2.41	.617	46
PK4	2.39	.614	46
PK5	2.39	.649	46
PK6	2.43	.583	46
PK7	1.50	.548	46
PK8	2.48	.623	46
PK9	2.39	.649	46
PK10	2.43	.620	46
PK11	1.72	.544	46
PK12	2.50	.658	46
PK13	2.37	.711	46
PK14	1.61	.614	46
PK15	2.33	.634	46
PK16	2.41	.717	46
PK17	2.41	.617	46
PK18	2.43	.583	46
PK19	2.39	.649	46
PK20	2.48	.691	46

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	43.59	42.070	.336	.867
PK2	43.13	34.738	.604	.819
PK3	43.22	34.707	.574	.820
PK4	43.24	33.786	.714	.813
PK5	43.24	33.653	.689	.814
PK6	43.20	34.872	.588	.820
PK7	44.13	39.805	-.122	.848
PK8	43.15	35.954	.390	.828
PK9	43.24	34.630	.551	.821
PK10	43.20	35.183	.502	.823
PK11	43.91	38.926	.006	.843
PK12	43.13	34.738	.527	.822
PK13	43.26	35.175	.425	.827
PK14	44.02	41.000	.469	.856
PK15	43.30	34.661	.562	.820
PK16	43.22	33.729	.602	.817
PK17	43.22	34.307	.632	.817
PK18	43.20	35.539	.486	.824
PK19	43.24	34.142	.619	.817
PK20	43.15	33.199	.701	.812

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
52.63	39.260	6.266	20

b. Uji Validitas dan Reabilitas Skala Kontrol Diri Reliability
Scale: Skala Kontrol Diri
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	46	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	46	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	12

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KD1	1.89	.567	46
KD2	1.98	.494	46
KD3	1.93	.574	46
KD4	1.87	.542	46
KD5	1.93	.680	46
KD6	1.91	.551	46
KD7	1.96	.515	46
KD8	1.83	.529	46
KD9	1.87	.582	46
KD10	1.89	.567	46
KD11	1.96	.515	46
KD12	2.00	.632	46

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KD1	21.13	12.427	.408	.790
KD2	21.04	12.887	.351	.795
KD3	21.09	11.459	.667	.765
KD4	21.15	12.087	.530	.779
KD5	21.09	12.614	.369	.807
KD6	21.11	12.543	.392	.791
KD7	21.07	12.285	.507	.781
KD8	21.20	12.250	.499	.782
KD9	21.15	12.976	.254	.805
KD10	21.13	12.116	.492	.782
KD11	21.07	11.973	.601	.773
KD12	21.02	11.977	.457	.786

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.02	14.377	3.792	12



**LAMPIRAN C
UJI NORMALITAS**

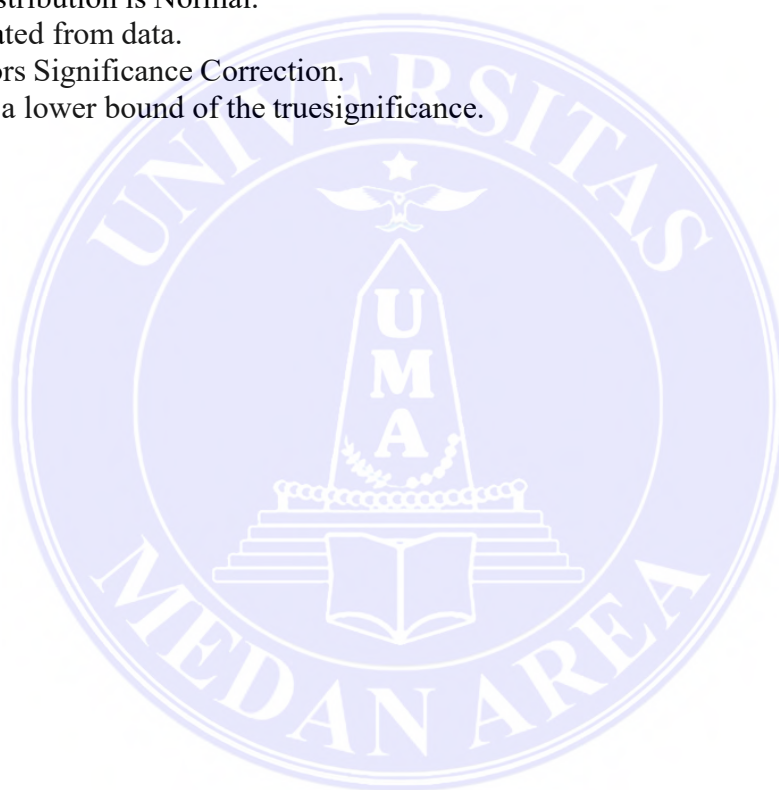
Lampiran 3. Uji Normalitas

NPar Tests

Shapiro Wilk Test

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kontrol Diri	.181	46	.061	.942	46	.094
Perilaku Konsumtif	.169	46	.112	.934	46	.082

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the truesignificance.





Lampiran 4. Uji Linearitas

Case Processing Summary
Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	46	100.0%	0	0.0%	46	100.0%

Report

Perilaku Konsumtif

Kontrol Diri	Mean	N	Std. Deviation
17	50.78	4	5.315
18	49.00	1	
19	52.40	5	1.817
20	49.20	5	3.701
21	47.50	2	.707
23	49.83	6	3.371
24	42.77	13	4.166
27	38.00	2	.000
28	36.00	3	3.000
29	40.25	4	7.932
32	44.00	1	
Total	45.63	46	6.266

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	Between Groups	(Combined)	1141.576	10	114.158	6.391	.000
		Linearity	807.129	1	807.129	45.189	.000
		Deviation from Linearity	334.448	9	37.161	12.081	.079
	Within Groups	625.141	35	17.861			
	Total	1766.717	45				

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	-.676	.457	.804	.646



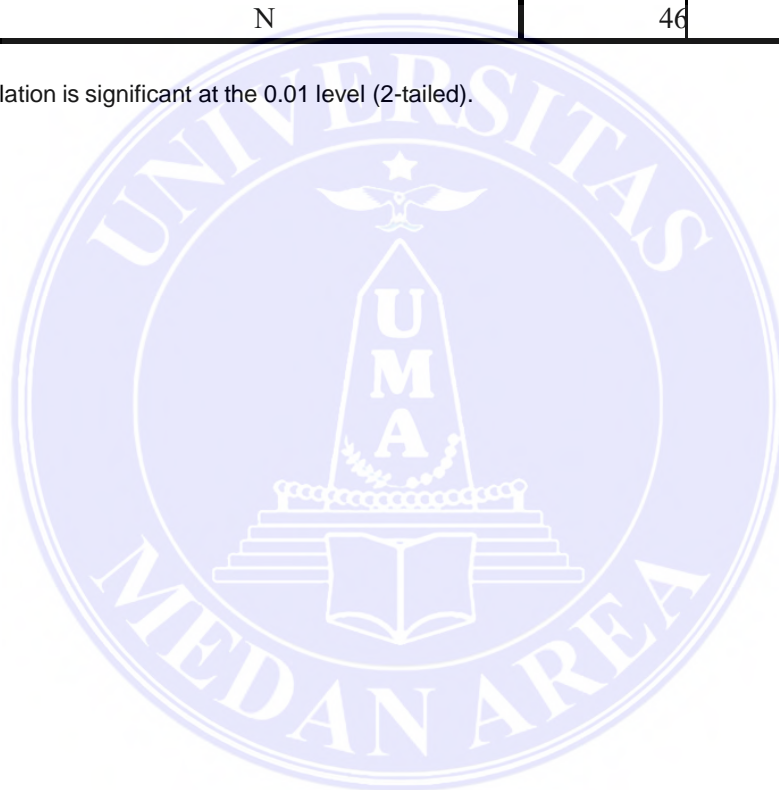
LAMPIRAN E
UJI HIPOTESIS KORELASI

Lampiran 5. Uji Correlations

Correlations

		Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	-.676**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	46	46
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	46	46

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





**LAMPIRAN F
SKALA PENELITIAN**

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia untuk berpartisipasi sebagai responden dari penelitian secara sukarela tanpa ada paksaan dari pihak lain. Semua jawaban saya adalah murni gambaran dari diri saya sendiri yang sebenarnya. Saya bersedia untuk memberikan jawaban dan informasi sebagai data yang diperlukan dalam penelitian ini.

- Ya
- Tidak



PETUNJUK PENGISIAN SKALA

BAGIAN 1 (MOHON UNTUK MEMBACA PETUNJUK PENGISIAN TERLEBIH DAHULU)

Petunjuk Pengisian :

1. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti dan jawablah sesuai dengan keadaan Anda yang sebenarnya. Tidak ada jawaban yang benar ataupun salah.
2. Pilihlah 1 dari 4 jawaban di bawah ini yang paling menggambarkan Anda.

Keterangan :

1: Sangat tidak setuju

2: Tidak Setuju

3: Setuju

4: Sangat Setuju

(nb: angka tersebut bukan sebagai skor dari jawaban)

3. Periksa kembali semua jawaban yang telah diisi dan pastikan tidak ada pernyataan yang terlewat.

FORM KUESIONER PENELITIAN

Identitas

Nama (Inisial) :

Umur :

Skala Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya melakukan pembelian barang/produk secara online				
2	Saya langsung membeli sebuah produk/barang tanpa memikirkannya dahulu				
3	Saya tidak membeli barang yang sudah pernah saya miliki				
4	Saya membeli suatu barang sesuai kebutuhan				
5	Saya membeli barang ketika sedang diskon				
6	Saya mampu menabung uang yang saya peroleh				
7	Saya sulit mempertimbangkan tindakan dalam berbelanja				
8	Saya mempertimbangkan secara matang sebelum melakukan pembelian				
9	Saya merasa puas jika mendapatkan barang dengan harga murah				
10	Saya harus membeli barang yang sama seperti teman saya				

11	Saya memikirkan efek dari berbelanja				
12	Saya selalu membeli produk yang dibutuhkan				
13	Saya tidak ingin memakai produk yang sama dengan teman saya				
14	Saya membeli barang/produk agar tampak berbeda dengan orang lain				
15	Saya tidak memikirkan perkataan orang lain dalam membeli barang				
16	Saya terkadang membutuhkan pendapat orang lain dalam membeli barang				
17	Saya terkadang membeli produk yang dipromosikan artis yang saya sukai				
18	Saya melakukan pembelian untuk dapat dipamerkan di media social				
19	Saya tidak begitu penting memilih dalam produk brand				
20	Saya membeli produk karena kualitasnya sesuai dengan kebutuhan saya				

PETUNJUK PENGISIAN SKALA

BAGIAN 1 (MOHON UNTUK MEMBACA PETUNJUK
PENGISIAN TERLEBIH DAHULU)

Petunjuk Pengisian :

1. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti dan jawablah sesuai dengan keadaan Anda yang sebenarnya. Tidak ada jawaban yang benar ataupun salah.

2. Pilihlah 1 dari 4 jawaban di bawah ini yang paling menggambarkan Anda.

Keterangan :

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Setuju

4. Sangat Setuju

(nb: angka tersebut bukan sebagai skor dari jawaban)

3. Periksa kembali semua jawaban yang telah diisi dan pastikan tidak ada pernyataan yang terlewat.

FORM KUESIONER PENELITIAN

Identitas

Nama (Inisial) :

Umur :

Skala Kontrol Diri


No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya dapat mengambil keputusan tanpa memikirkan hal lain				
2.	Saya cenderung mudah teralihkan dalam memilih suatu barang/produk				
3.	Saya dapat memfokuskan diri saat memalukan sesuatu				
4.	Saya dapat tenang dalam memilih suatu produk yang ingin dibeli				
5.	Saya tidak mampu menahan diri/marah saat produk yang diinginkan telah habis terjual				
6.	Saya melakukan suatu tindakan dengan keinginan sendiri dalam membeli produk				
7.	Saya mengatur pola perilaku menjadi lebih baik dan santai				
8.	Saya melakukan sesuatu memikirkan sebab dan akibat dalam membeli produk				
9.	Saya tetap membeli produk walaupun tidak sesuai keinginan saya				
10.	Saya dapat menunda dalam pembelian produk				

	jika tidak sesuai keinginan saya				
11.	Saya sebelum memilih sebuah produk akan meminta pendapat teman terlebih dahulu				
12.	Saya terkadang tidak mampu bersikap baik dalam memilih produk yang saya beli				





LAMPIRAN G
SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PSIKOLOGI

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

Nomor : 1264/FPSI/01.10/IX/2022 9 September 2022
Lampiran : -
Hal : **Riset dan Pengambilan Data**

Yth. Bapak/Ibu Lurah
Kelurahan Paya Pasir
Kec. Medan Marelان
di
Tempat

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

Nama : **Liza Azuhra**
NPM : **188600064**
Program Studi : **Ilmu Psikologi**
Fakultas : **Psikologi**


untuk melaksanakan pengambilan data di **Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir, Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir, Kecamatan Medan Marelان** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pengguna Aplikasi Shopee Pada Remaja Perempuan Di Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir"**.

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 Lingkungan yang Bapak/Ibu pimpin.


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

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
Pengabdian Kepada Masyarakat


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

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip


**PEMERINTAH KOTA MEDAN**
KECAMATAN MEDAN MARELAN
KELURAHAN PAYA PASIR
JL. TAKENAKA LINGK. 6 SIOMBAK PAYA PASIR – 20257

Nomor : 070/ 1358
Lampiran : -
Perihal : Izin Riset Dan Pengambilan Data

Medan, 05 Oktober 2022.
Kepada Yth :
Wakil Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
Di –
T e m p a t.

Dengan Hormat,
Melalui surat ini kami menerangkan bahwa yang tersebut dibawah ini :
Nama : LIZA AZUHRA
NPM : 188600064
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi
Judul Skripsi : "Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pengguna Aplikasi Shopee Pada Remaja Perempuan Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir."

Telah selsesai melaksanakan Riset Dan Pengambilan Data Lingkungan IX Kelurahan Paya Pasir, yang dilaksanakan dari tanggal 9 September sampai 18 September 2022
Demikian disampaikan atas perhatian diucapkan terima kasih.

KEPALA KELURAHAN PAYA PASIR
KECAMATAN MEDAN MARELAN

ABDUL KARIM.SP.
Penata Tingkat I
NIP. 19690805 200801 1 002.

Tembusan : -Mahasiswa
-Arsip