

**PERILAKU KONSUMTIF DAN KONTROL DIRI BELANJA ONLINE PADA
MAHASISWA**

SKRIPSI



Oleh:

**SATRIA DEWANTARA GALIH PRATAMA
10 320 286**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

**PERILAKU KONSUMTIF DAN KONTROL DIRI BELANJA *ONLINE* PADA
MAHASISWA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Program Studi Psikologi Universitas Islam Indonesia
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana S1 Psikologi



Oleh:

SATRIA DEWANTARA GALIH PRATAMA
10 320 286

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul:
**PERILAKU KONSUMTIF DAN KONTROL DIRI BELANJA *ONLINE* PADA
MAHASISWA**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana S 1 Psikologi

Pada Tanggal

07 AUG 2018

Mengesahkan,

Program Studi Psikologi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

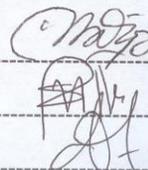
Ketua Prodi Psikologi

Yuhanti Dwi Astuti S.Psi., M.Soc. Sc

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Wanadya Ayu Krishna Dewi, S.Psi., M.A.
2. Drs. Sumedi P. Nugraha Ph. D., Psikolog.
3. Annisa Miranty Nurandra, S.Psi. M. Psi.



HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Satria Dewantara Galih Pratama
No. Mahasiswa : 10320286
Program Studi : Psikologi
Judul Skripsi : *Perilaku Konsumtif dan Kontrol Diri Belanja Online
Pada Mahasiswa*

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagai aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 10 Agustus 2018

Yang menyatakan



Satria Dewan



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah subhanahu wata'ala atas segala karunia, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan penuh semangat dan tekad yang kuat.

Karya tulis ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya yang tercinta:

Hariyadi dan Atik Hendrawati

Terimakasih atas segala dukungan berupa tenaga, waktu, perhatian dan materi, sehingga saya berada hingga dititik ini.

Kedua adik tersayang:

Bagus Perwira Dwi Saputra dan Siti Fatimah Rizkika

Terimakasih atas kasih sayang dan semuanya.

HALAMAN MOTTO

Sungguh, bersama kesukaran itu pasti ada kemudahan. Oleh karena itu, jika kamu telah selesai dari suatu tugas, kerjakan tugas lain dengan sungguh-sungguh.

Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu memohon dan mengharap (QS. Al-Insyirah: 6-8)

There is a light that never goes out (Morrissey)

PRAKATA

Alhamdulillahirabbil 'alamin. Puji syukur kehadiran Allah subhanahu wata'ala, karena atas petunjuk, pertolongan, karunia, dan ridho-Nya, penulis diberikan kekuatan dan kemudahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan pengerjaan skripsi ini merupakan rahmat dari Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Skripsi ini dapat diselesaikan dengan bantuan dari banyak pihak. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk Ibu Wanadya karena telah membantu dengan sekuat tenaga demi menyelesaikan skripsi saya yang tak kunjung selesai hingga pada titik ini.
2. Terimakasih kepada teman-teman satu angkatan Prodi Psikologi 2010.
3. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya, teman-teman terdekat, teman melewati suka-duka selama di jogja kurang lebih delapan tahun yang sudah seperti saudara yang juga pernah berstatus mahasiswa Psikologi Universitas Islam Indonesia, Dimas, Adyatullah, Rahmat Suhandra, Asrul, Arahap, Ridho Setyawan.

4. Tidak lupa juga saya berterimakasih kepada semua teman-teman kost Regent 39, tempat dimana kita dibesarkan, menglamai fase susah dan duka, hingga kita samapi di titik ini sekarang.
5. Tidak melewatkan untuk berterimakasih kepada 103.000 *followers* setia LITTLEFOOT di *Instagram*.
6. Terimakasih juga kepada teman satu rumah kontrakan, Rendra Setiawan dan Jorgi Julian yang telah banyak sekali membantu saya dalam hal apa pun.
7. Dan juga teruntuk Ulinnuha Rahmawati yang telah banyak membantu mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan semoga Allah subhanahu wata'ala selalu memberikan limpahan rahmat, karunia, dan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Yogyakarta, 7 Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

BAB I PENGANTAR 1.....	
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian	6
C. Manfaat Penelitian	6
D. Keaslian Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Perilaku Konsumtif.....	8
B. Kontrol Diri	17
C. Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif.....	20
D. Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Identifikasi Variabel Penelitian	24
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
C. Subjek Penelitian	39
D. Metode Pengumpulan Data.....	25
E. Validitas dan Reabilitas	28
F. Analisis Data.....	30
BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN.....	31
A. Orientasi Kacah dan Penelitian.....	31
B. Persiapan Skala.....	31
C. Hasil Uji Coba Alat Ukur	32
D. Laporan Pelaksanaan Penelitian	35
E. Hasil Penelitian.....	35
F. Pembahasan	40
BAB V PENUTUP	43

A. Kesimpulan.....	43
B. Saran	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Skala perilaku konsumtif terdiri dari 29 pernyataan favorable	26
Tabel 3.2. Kisi-kisi dan sebaran pernyataan.....	27
Tabel 3.3. Skoring Butir	28
Tabel 4.1. Skala Perilaku Konsumtif.....	33
Tabel 4.2. Hasil Analisis Skala Kontrol Diri.....	34
Tabel 4.3. Tabel Hipotetik dan Empirik Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif...	36
Tabel 4.4. Tabel Rumus Norma.....	36
Tabel 4.5. Kategorisasi Subjek pada Variabel Perilaku Konsumtif	37
Tabel 4.6. Kategorisasi Subjek pada Variabel Kontrol Diri	37
Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas.....	38

BAB I

PENGANTAR

A. Latar Belakang

Pada zaman sekarang, zaman yang serba ada dan modern ini setiap orang mampu mencukupi kebutuhan dan keinginannya. Tidak terkecuali para mahasiswa yang baru memasuki dunia perkuliahan maupun yang sudah memasuki tahap akhir dunia perkuliahan. Para mahasiswa ini yang sebagian besar masih merupakan tanggung jawab orang tua dalam kebutuhan hidup, diharapkan mampu untuk menjadi pribadi yang lebih selektif dalam membeli barang, mengatur sistem keuangan mereka, serta mampu untuk membedakan mana kebutuhan dan keinginan mereka agar terhindar dari perilaku boros yang konsumtif.

Belum lagi di zaman sekarang, zaman dimana membeli barang dan kebutuhan dapat dengan mudah dijangkau hanya melalui koneksi internet. Internet sendiri adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi (Mac Bride, dalam Yuniar Rachdianti, 2011). Internet menyediakan berbagai macam informasi yang bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Internet membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah dan praktis, bahkan saat ini proses penjualan barang dan jasa telah dilakukan lewat internet melalui toko-toko online. Bisnis online yang mudah untuk dijalankan dan memberikan banyak keuntungan membuat berbagai pihak tertarik untuk memasarkan produknya melalui internet. Cukup dengan adanya foto produk dan akses internet untuk memasarkannya, usaha ini sudah dapat berjalan (Laohapensang, 2009:502).

Dengan maraknya platform dan *e-commerce* pada zaman sekarang yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi seperti instagram, facebook, olx, tokopedia, buka lapak, dan lain sebagainya, semakin menunjukkan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang melakukan transaksi *online shopping* ini. Hal ini dibuktikan dalam berita liputan6.com "Dengan pertumbuhan pengguna internet, Bank Indonesia memperkirakan ada 24,7 juta orang yang berbelanja *online*. Nilai transaksi *e-commerce* diprediksi mencapai Rp 144 triliun pada 2018, naik dari Rp 69,8 triliun di 2016 dan Rp 25 triliun di 2014".

Perilaku konsumtif masyarakat terhadap pembelanjaan online juga dikomentari oleh Presiden Joko Widodo di dalam berita yang dimuat oleh regional.kompas.com. dalam kesempatan tersebut, Presiden Joko Widodo menanggapi pola konsumsi masyarakat yang mulai beralih ke pembelanjaan online. "Sekarang bisa kita lihat di mana-mana perkembangan perilaku konsumtif yang dilakukan semua orang beralih kepada online. Kalau mau beli apa apa mudah, tinggal pesan dan nanti sampai di rumah kita tanpa harus menunggu lama," kata Jokowi dalam pidatonya, Rabu (9/8/2017).

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan wawancara singkat dengan tiga orang subjek mengenai perilaku konsumtif terhadap belanja online. Ketiga subjek mengaku pernah melakukan transaksi pembelian barang secara online. Pada subjek satu, peneliti melakukan pembelian online setiap bulannya. Subjek satu menjelaskan bahwa barang yang dibelinya bermacam-macam, mulai dari pakaian hingga suku cadang kendaraan. Pembelian yang paling banyak dilakukan adalah pembelian produk *fashion* setiap bulannya. Pada subjek dua, peneliti mewawancarai pertanyaan yang sama. Subjek dua mengaku juga setiap bulannya melakukan transaksi online, subjek dua sering membeli produk *fashion* juga, namun subjek dua lebih sering mencari diskon pada platform yang menyediakan penjualan online. Subjek

dua juga mengaku pernah membeli lebih dari 5 aitem dalam sekali belanja pada satu penyedia barang yang dijual online. Subjek dua juga sering terpengaruh diskon besar yang diberikan oleh toko online. Subjek tiga juga mengaku pernah berbelanja secara online, produk yang paling sering dibeli sama seperti subjek satu dan dua yaitu pakaian dan produk fashion. Subjek tiga melakukan pembelanjaan online setiap bulan sama seperti dua subjek sebelumnya, namun subjek tiga juga sering membeli tiket secara online dikarenakan subjek tiga sering bepergian keluar kota. Subjek tiga merasa lebih nyaman membeli tiket melalui system online karena lebih efisien dalam hal waktu dan tenaga.

Pembelian produk secara online sangat populer hingga saat ini, tak terkecuali di kalangan mahasiswa. Mahasiswa pada umumnya sedang berada pada usia remaja. Hal ini sesuai dengan pendapat Steinberg (dalam Ika Rizki Ramadhani, 2015) bahwa individu yang memasuki masa kuliah rata-rata berusia 18-21 tahun dan termasuk dalam tahap perkembangan remaja akhir.

Seringkali demi membeli barang, handphone keluaran terbaru, dan pakaian yang *fashionable*, kaum remaja sudah tidak mepedulikan kondisi orang tua mereka. Asalkan bisa terlihat keren dan menjadi perhatian, barang-barang dengan harga mahal tersebut pasti akan dibeli (Wahidin, 2014). Secara psikologis perilaku konsumtif dapat menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman karena keinginan konsumen dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan yang didasari faktor emosi (Utami dan Sumaryono, 2008).

Menurut Parma (2007) perilaku konsumtif pada remaja putri adalah tindakan yang terlihat secara nyata dalam mendapatkan, mengkonsumsi (menggunakan) dan menghabiskan

barang hasil industri dan jasa tanpa batas dan lepas kendali yang ditandai dengan kehidupan mewah dan berlebihan. Lubis (Sumartono, 2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang sudah tidak lagi didasarkan pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Sedangkan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan.

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

Averill (1973) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan variabel psikologis yang sederhana karena didalamnya tercakup tiga konsep yang berbeda tentang kemampuan mengontrol diri yaitu kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi serta kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakininya.

Calhoun dan Acocella (1990) mendefinisikan kontrol diri (self-control) sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang; dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri.

Menurut Chaplin (2008) kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan atau merintang impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Kontrol diri menyangkut seberapa kuat seseorang memegang nilai dan kepercayaan untuk dijadikan acuan ketika ia bertindak atau mengambil suatu keputusan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa kontrol diri yang tinggi dibutuhkan untuk meredam tingkat perilaku konsumtif.

B. Tujuan Penelitian

Mengetahui hubungan kontrol diri dan perilaku konsumtif pada pembelian online pada mahasiswa.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan pengetahuan tambahan dan referensi baru mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti, menjadi prasyarat lulus skripsi S1 Psikologi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Bagi masyarakat, diharapkan dapat memiliki kontrol diri agar terhindar dari perilaku konsumtif.

D. Keaslian Penelitian

Sebelumnya, penelitian mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif telah banyak dilakukan, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Indah Handayani (2015) yang berjudul Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. Dalam penelitiannya tersebut, peneliti menggunakan mahasiswi UIN Suska Riau program S1 Akutansi sebanyak 120 orang sebagai subjek.

1. Keaslian Topik

Penelitian mengenai Kontrol diri dan Perilaku Konsumtif yang dilakukan oleh Indah Handayani (2015) menggunakan metode kuantitatif. Subjek yang diteliti adalah 120 mahasiswi dari UIN Siska Ria program S1 Akutansi dengan menggunakan skala Likert yang terdiri dari tiga skala, yaitu skala konformitas, skala kontrol diri, dan skala perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik.

2. Keaslian Teori

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori kontrol diri dari Chaplin (2008). Tidak hanya itu, peneliti juga menggunakan teori dari Calhoun dan Acocella (1990) dalam *psychology of adjustment and human relationship*.

3. Keaslian Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi adalah model skala Likert, yang terdiri dari tiga skala, yaitu skala konformitas, skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik. Jumlah aitem untuk skala perilaku konsumtif sebanyak 30 aitem dan kemudian jumlah aitem untuk skala kontrol diri sebanyak 24 aitem.

4. Keaslian subjek penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil subjek penelitian pada mahasiswa salah satu Universitas di Yogyakarta dengan rentang usia 18 sampai 22 tahun yang pernah melakukan pembelian secara *online*

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian perilaku konsumtif

Kata “konsumtif” sering diartikan sama dengan “konsumerisme”. Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2003).

Lubis (dalam Sumartono, 2002:117) mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Sedangkan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (dalam Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan.

Mowen dan Minor (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya perasaan emosi. Pengertian perilaku konsumtif tersebut sejalan dengan pendapat Dahlan yakni suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah yang

berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata (dalam Sumartono, 2002).

2. Indikator perilaku konsumtif

Sumartono (1998) menyatakan bahwa konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Secara operasional indikator perilaku konsumtif adalah :

a. Membeli produk karena hadiahnya.

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

b. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Konsumen pria metroseksual mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Konsumen pria metroseksual mempunyai keinginan yang tinggi, karena pada umumnya mereka mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut,

dan sebagainya bertujuan agar pria metroseksual selalu berpenampilan menarik. Mereka membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

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

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

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Pria metroseksual mempunyai kemampuan membeli yang tinggi dalam berpakaian, berdandan, gaya potong rambut, dan sebagainya sehingga dapat menunjukkan sifat eksklusif dengan citra yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan menarik dimata orang lain.

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

Pria metroseksual cenderung meniru tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai tokoh yang diidolakannya. Pria metroseksual cenderung dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan public figure produk tersebut.

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

Pria metroseksual sering terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Cross dan Cross (dalam Hurlock, 1997) juga menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

- h. Mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda).

Pria metroseksual cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari yang sebelumnya ia gunakan meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pendapat para ahli dan penelitian yang telah dilakukansebelumnya, maka peneliti menyimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut:

- a. Faktor Budaya

Faktor budaya ini meliputi budaya, sub-budaya, dan kelas sosial yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif.

1. Budaya

Menurut Kotler (2005), budaya memiliki pengaruh paling luas pada perilaku individu. Individu yang tumbuh dalam suatu budaya akan mempelajari serangkaian nilai persepsi dan perilaku melalui proses interaksi terhadap lingkungannya, termasuk perilaku mengkonsumsi suatu barang. Suatu kelompok masyarakat selalu memiliki kebudayaan pengaruh kebudayaan atas perilaku pembeli, di mana perilaku pembeli tersebut berbeda antara budaya satu dan lainnya (Ginting, 2011).

2. Sub-budaya

Menurut Ginting (2011), setiap budaya memiliki sub-budaya yang lebih kecil atau kelompok orang yang merasa menjadi bagian suatu sistem nilai atas dasar kesamaan pengalaman dan keadaan hidup bersama. Sub-budaya mencakup kelompok nasionalitas, keagamaan, kesukuan, dan kewilayahan. Perbedaan antar sub-budaya tersebut kemudian membawa perbedaan dalam keputusan membeli dan perilaku mengkonsumsi suatu barang.

3. Kelas Sosial

Menurut Kotler (2005), kelas sosial merupakan bentuk pengelompokan komunitas tertentu yang pada akhirnya menentukan tinggi rendahnya seseorang pada kelas sosial atas, menengah dan bawah. Perbedaan status sosial dan ekonomi tersebut akan menghasilkan perbedaan sikap dan perilaku individu dalam

mengonsumsi suatu barang. Kelas sosial menunjukkan perbedaan yang tegas dalam hal preferensi atas pakaian, kelengkapan rumah, kegiatan santai, dan mobil.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup kelompok referensi dan keluarga yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif.

1. Kelompok Referensi

Secara normal individu ingin menyesuaikan diri dengan lingkungannya, termasuk status individu dalam kelompok serta peranannya. Adanya kelompok referensi dapat mempengaruhi tindakan individu untuk bersifat konsumtif dengan menghadapi individu pada pola dan gaya hidup baru (Kotler, 2005). Penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2009) juga mengungkapkan ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif individu. Hal ini menunjukkan bahwa konformitas yang dilakukan kelompok referensi mampu mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif.

2. Keluarga

Faktor sosial juga mencakup keluarga, di mana keluarga memiliki peran besar dalam perkembangan perilaku konsumtif individu (Kotler,

2005). Kebiasaan keluarga dalam menggunakan suatu barang dan jasa akan menjadi model bagi individu tersebut. Dengan demikian, keluarga memiliki peran penting dalam pembentukan pola konsumsi individu.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

1. Usia

Usia secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan individu. Barang dan jasa yang dibeli akan berubah dalam perjalanan hidup. Selera terhadap pakaian, makanan, dan barang-barang lainnya akan berubah sesuai dengan bertambahnya umur (Ginting, 2011).

2. Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Pekerjaan individu juga mempengaruhi pola konsumsinya (Kotler, 2005). Perbedaan pekerjaan pada masing-masing individu akan menentukan bagaimana perilaku mengkonsumsinya, sama halnya dengan lingkungan ekonomi. Pilihan barang yang dibeli sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi individu (Kotler, 2005).

3. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas individu dalam menghabiskan waktu dan uang. Gaya

hidup menggambarkan aktivitas individu, ketertarikan dan pendapat individu dalam suatu hal. Gaya hidup yang dimiliki individu dapat mempengaruhi pola konsumsi dan keputusan pembelian suatu barang (Kotler, 2005).

4. Kepribadian

Kepribadian adalah ciri bawaan manusia seperti kepercayaan diri, kemampuan beradaptasi, kemampuan bersosialisasi dan pertahanan diri (Kotler, 2005). Masing-masing individu memiliki karakteristik kepribadian berbeda-beda, kepribadian berbeda inilah yang mempengaruhi perilaku pembeliannya.

5. Kontrol Diri

Menurut Averill (1973), kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya untuk mencegah atau mengurangi dampak dari dorongan sesaat, sehingga mampu menciptakan keadaan yang lebih baik. Penelitian yang dilakukan oleh Shohibullana (2014) dan Chita, David, dan Pali (2015) menunjukkan bahwa kontrol diri mampu mempengaruhi perilaku konsumtif individu, di mana individu yang tidak mampu mengontrol dirinya akan cenderung berperilaku konsumtif.

6. Konsep Diri

Konsep diri adalah apa yang dipikirkan dan dirasakan tentang dirinya sendiri (Ghufro dan Risnawita, 2010). Penelitian Parma (2007)

menunjukkan bahwa konsep diri dapat mempengaruhi individu berperilaku konsumtif. Ketika individu memiliki konsep diri yang rendah, maka intensitas perilaku konsumtifnya akan lebih tinggi, begitu juga sebaliknya.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan dan sikap yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif.

1. Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah bagi perilaku individu. Motivasi tersebut akan mendorong individu untuk melakukan sesuatu, termasuk melakukan pembelian (Kotler, 2005).

2. Persepsi

Persepsi memiliki peran untuk menentukan tindakan individu (Ginting, 2011). Masing-masing individu terhadap suatu produk juga akan memberikan pengaruh dalam keputusan pembeliannya. Perbedaan persepsi pada masing-masing individu inilah yang menyebabkan perbedaan tingkat perilaku konsumtif yang dihasilkan.

3. Pembelajaran

Belajar menggambarkan perubahan perilaku individu yang timbul oleh adanya pengalaman (Ginting, 2011). Pembelian yang dilakukan individu merupakan proses belajar, di mana kepuasan membeli

suatu produk akan menentukan keputusan pembelian produk tersebut di masa yang akan datang.

4. Kepercayaan dan Sikap

Dengan melakukan suatu tindakan dan belajar, individu akan memperoleh kepercayaan dan sikap, termasuk perilaku belanjanya (Ginting, 2011). Pengalaman belajar tersebut kemudian membentuk keyakinan dan sikap individu dalam melakukan pembelian.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

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

Averill (1973) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan variabel psikologis yang sederhana karena didalamnya tercakup tiga konsep yang berbeda tentang kemampuan mengontrol diri yaitu kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku,

kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi serta kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakininya.

Calhoun dan Acocella (1990) mendefinisikan kontrol diri (*self-control*) sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang; dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri.

Kontrol diri diartikan Papalia (2004) sebagai kemampuan individu untuk menyesuaikan tingkah laku dengan apa yang dianggap diterima secara sosial oleh masyarakat. Wallston (dalam Sarafino, 2006) menyatakan bahwa kontrol diri adalah perasaan individu bahwa ia mampu untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dan menghindari hasil yang tidak diinginkan.

2. Aspek-Aspek Kontrol Diri

Berdasarkan Konsep Averill (dalam Sarafino, 1994), terdapat 3 aspek kontrol diri, yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), Kontrol kognitif (*cognitive control*), dan mengontrol keputusan (*decisional control*):

a. *Behavioral Control* (Kontrol Perilaku)

Merupakan kesiapan atau tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini terbagi menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan

mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan, dirinya sendiri atau sesuatu diluar dirinya. Individu yang kemampuan mengontrol dirinya baik akan mampu mengatur perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal. Kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan, yaitu mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu di antara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan mengatasi intensitasnya.

b. *Cognitive Control* (Kontrol Kognitif)

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

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

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

C. Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif

Menurut Averill (1973), 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, dan mampu memilih keputusan yang terbaik dari berbagai pilihan yang ada. Aspek-aspek dari kontrol diri yaitu kontrol perilaku (*behavioral control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan kontrol dalam pengambilan keputusan (*decisional control*).

Kontrol diri dapat menjadi pencegah dan mengontrol perilaku konsumtif pada mahasiswa terutama pada pembelian online. Hal ini sejalan dengan Munandar (2011) yang menjelaskan bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol perilaku yang mempengaruhi seseorang dalam keputusan pembelian. Penelitian terkait kontrol diri dan perilaku konsumtif yang

dilakukan Anggreini dan Mariyanti (2014) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kontrol perilaku yang baik menunjukkan kemampuan untuk mencegah atau menjauhi stimulus, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan membatasi intensitasnya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kontrol perilaku yang baik akan berusaha untuk membimbing, mengatur, dan mengarahkan dirinya untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhannya, sehingga tidak mudah melakukan pembelian tanpa manfaat. Kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan perilakunya akan membantu mahasiswa untuk tidak berperilaku konsumtif. Hal ini berlaku sebaliknya, mahasiswa yang kurang mampu mengontrol perilakunya akan cenderung lebih mudah membeli barang yang tidak dibutuhkan secara berlebihan karena lebih mementingkan keinginan untuk memiliki barang tersebut.

Menurut Chita, David, dan Pali (2015), individu dengan *self-control* yang rendah sering mengalami kesulitan menentukan konsekuensi atas tindakan mereka. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa kemampuan dalam mengontrol kognitif pada mahasiswa dapat dicerminkan melalui kemampuannya dalam melakukan pertimbangan pada keputusan membelinya. Pertimbangan tersebut dilakukan dengan menganalisis kebutuhan dari barang yang akan dibeli, sehingga dapat membantu mahasiswa dalam menghindari pembelian yang berlebihan. Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki kontrol kognitif yang rendah akan merasa kesulitan dalam membimbing dan mengarahkan keputusan membelinya. Hal ini akan menyebabkan munculnya pembelian yang berlebihan dan hanya berdasarkan pada keinginan sesaat.

Menurut Kotler (2005), taktik promosi dengan memberikan kupon gratis dan diskon dapat mempengaruhi keputusan pembelian individu. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa membutuhkan kontrol pengambilan keputusan yang baik agar tidak mudah melakukan pembelian yang berlebihan.

Ketika dihadapkan pada tawaran diskon atau iklan dan promo menarik pada media online, mahasiswa dengan kontrol pengambilan keputusan yang baik akan cenderung memilih untuk hanya membeli barang yang benar-benar dibutuhkan. Sebaliknya, mahasiswa yang tidak memiliki kontrol pengambilan keputusan yang baik akan cenderung untuk membeli barang-barang berdasarkan merek dan menarik perhatian tanpa mempertimbangkan manfaat dan kebutuhan barang tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Kusumadewi, Hardjajani, dan Priyatama (2012) yang mengungkapkan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri yang lemah akan cenderung sulit mencari pemecahan masalah dan tidak mampu mempertimbangkan prioritas kebutuhan sebagai mahasiswa ketika dihadapkan pada sebuah pilihan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi perilaku kontrol diri yang dimiliki mahasiswa maka akan semakin rendah perilaku konsumtif yang ditunjukkannya. Hal ini berlaku sebaliknya, semakin rendah perilaku kontrol diri maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa yang melakukan pembelanjaan dan transaksi *online*.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diambil dalam penelitian ini adalah adanya hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada pembelian *online*. Semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif, sebaliknya, semakin rendah kontrol diri, maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian perlu diidentifikasi untuk mengetahui fungsi variable yang akan diteliti. Peneliti menggunakan dua variabel, yaitu:

Variabel tergantung : perilaku konsumtif

Variable bebas : kontrol diri

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Perilaku Konsumtif

Lubis (dalam Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Sedangkan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (dalam Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan.

2. Kontrol Diri

Averill (1973) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan variabel psikologis yang sederhana karena didalamnya tercakup tiga konsep yang berbeda tentang kemampuan mengontrol diri yaitu kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi serta kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakininya.

Alat ukur yang digunakan adalah menggunakan angket atau kuisisioner skala likert sama seperti yang digunakan dalam penelitian Kusumadewi (2012).

C. Subjek Penelitian

Subjek yang diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah melakukan transaksi maupun pembelian secara online serta rentan usia antara 18 sampai 22 tahun.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua skala, yaitu:

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif dikembangkan sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek Sumartono (2002). Skala ini mengukur delapan aspek perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Membeli barang karena hadiah yang menarik.
- b. Membeli barang karena kemasannya yang menarik.

- c. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi.
- d. Membeli barang karena ada program potongan harga.
- e. Membeli barang untuk menjaga status sosial.
- f. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang.
- g. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi.
- h. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.

Table 3.1, Skala perilaku konsumtif terdiri dari 29 pernyataan favorable.

No	Aspek	Nomor butir	Jumlah
1	Membeli barang karena hadiah yang menarik	1, 2, 3, 17	4
2	Membeli barang karena kemasannya menarik	4, 18,	2
3	Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi	5, 6, 19, 20,	4
4	Membeli barang karena program potongan harga	7, 8, 21	3
5	Membeli barang untuk menjaga status sosial	9, 10, 22, 23	4
6	Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang	11, 12, 13, 24, 25, 26	6
7	Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi	14, 27	2
8	Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merek yang berbeda	15, 16, 28, 29	4

Jumlah		29

2. Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri dikembangkan sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek kontrol diri dari Averill (1973). Skala ini mengukur tiga aspek kontrol diri, yaitu:

- a. Kontrol perilaku (*behavioral control*)
- b. Kontrol kognitif (*cognitive control*)
- c. Kontrol dalam pengambilan keputusan (*decisional control*)

Skala kontrol diri terdiri atas 23 pernyataan dengan perincian 10 butir pernyataan favorable dan 13 butir pernyataan unfavorable. Kisi-kisi dan sebaran pernyataan ini diringkas pada Tabel berikut ini:

Tabel 3.2. Kisi-kisi dan sebaran pernyataan

No	ASPEK	Nomor Butir Pernyataan Favorable	Nomor Butir Pernyataan Unfavorable	Jumlah
1	Kontrol perilaku	9, 10, 18	1, 17, 19	6
2	Kontrol kognitif	2, 4, 14	3, 5, 11, 12, 13, 20, 21	10
3	Kontrol dalam pengambilan keputusan	6, 7, 22, 23	8, 15, 16	7
Jumlah		10	13	23

Masing-masing butir pernyataan pada skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri mempunyai enam alternatif pilihan jawaban, yaitu TP (Tidak Pernah), HT (Hampir Tidak Pernah), JR (Jarang), KK (Kadang-Kadang), SR (Sering), dan SL (Selalu). Akan tetapi, pada skala perilaku konsumtif semua butir pernyataan adalah favorable, sehingga penilaian skala hanya bergerak dari satu hingga ke enam. Skoring butir diringkas pada Tabel 3.3 berikut ini:

Table 3.3 Skoring Butir

Pilihan Jawaban	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Tidak Pernah (TP)	1	6
Hampir Tidak Pernah (HT)	2	5
Jarang (JR)	3	4
Kadang-Kadang (KK)	4	3
Sering (SR)	5	2
Selalu (SL)	6	1

E. Validitas dan Reabilitas

Validitas dan reliabilitas merupakan dua hal yang saling berkaitan dan sangat berperan dalam menentukan kualitas alat ukur dan keberhasilan hasil penelitian. Suatu alat ukur dapat dikatakan representatif, fungsional dan akurat bila alat ukur memiliki unsur validitas dan reliabilitas yang tinggi, oleh karena itu sebelum alat

ukur tersebut dikenakan pada subjek penelitian yang sesungguhnya, dilakukan uji coba untuk memperoleh validitas dan reliabilitas.

1. Validitas Penelitian

Untuk mengetahui apakah skala psikologi mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurnya, diperlukan pengujian validitas. Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur (Kountour, 2009), sedangkan menurut Azwar (2009), Validitas alat ukur mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur sesuai dengan maksud dilakukannya penelitian tersebut.

Dalam estimasi validitas pada umumnya tidak dapat dituntut suatu koefisien yang tinggi sekali sebagaimana halnya dalam interpretasi koefisien reliabilitas. Koefisien reliabilitas yang tidak begitu tinggi akan lebih dapat diterima dan dianggap memuaskan daripada koefisien reliabilitas dengan angka yang sama. Namun apabila koefisien validitas itu kurang daripada 0,25 biasanya dianggap sebagai tidak memuaskan. Angka ini ditetapkan sebagai konvensi yang didasarkan pada asumsi distribusi skor dari kelompok subjek yang berjumlah besar (Azwar, 2009).

2. Reliabilitas Penelitian

Reliabilitas skala menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran konsisten dari waktu ke waktu dan butir dari total test. Hal ini ditunjukkan oleh taraf keajegan (konsistensi) skor yang diperoleh dari para responden dengan alat ukur yang sama, atau diukur dengan alat yang setara pada kondisi yang berbeda. Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang nol sampai dengan satu. Semakin tinggi koefisien reliabilitas, semakin mendekati angka satu, maka semakin tinggi reliabilitasnya. Wells dan Wollack (Azwar, 2015) mengungkapkan bahwa skala dikatakan reliabel apabila skor Cronbach Alpha berada pada level di atas atau sama dengan 0,8 ($\alpha \geq 0,8$), sehingga penelitian ini menggunakan batas skor Cronbach Alpha $\geq 0,8$. Reliabilitas dari penelitian ini akan dapat dihitung dengan Statistical Program for Social Science (SPSS) versi 22 for Windows.

F. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* dari Pearson. Alasan menggunakan korelasi *product moment* karena penelitian bertujuan untuk melihat ada tidaknya hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung. Selain itu analisis korelasi *product moment* juga dapat menyatakan besarnya sumbangan variabel lainnya yang dinyatakan dalam persen (Azwar, 1997). Adapun dalam penghitungannya, peneliti menggunakan program *Statistical Program for Social Service (SPSS) version 17.0 for Windows*.

BAB IV

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kancuh dan Penelitian

1. Orientasi Kancuh

Penelitian mengenai perilaku konsumtif dan kontrol diri ini dilakukan pada mahasiswa di Yogyakarta, yang mana peneliti mengambil responden yang berusia rata-rata 18 sampai 22 tahun yang pernah melakukan pembelian secara online sebanyak 150 responden.

2. Persiapan

Agar peneliti menghasilkan data yang baik, maka diperlukan persiapan sebelum dilakukan pengambilan data, dan persiapan skala.

B. Persiapan Skala

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri. Skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini merupakan skala yang dikembangkan sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek Sumartono (2002). Skala ini digunakan untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa dengan mengukur delapan aspek, yaitu membeli barang karena hadiah yang menarik, membeli barang karena kemasannya yang menarik, membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, membeli barang karena ada program potongan harga, membeli barang untuk menjaga status sosial, membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, membeli barang dengan

harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi, dan membeli barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda.

Skala kontrol diri yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kontrol diri yang dikembangkan sendiri oleh peneliti dengan mengacu aspek-aspek kontrol diri dari Averill (1973). Skala ini digunakan untuk mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswa dengan mengukur tiga aspek, yaitu kontrol perilaku (*behavioral control*), *control kognitif (cognitive control)*, dan kontrol dalam pengambilan keputusan (*decisional control*).

Uji coba alat ukur telah dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui reliabilitas dan validitas construct alat ukur. Uji coba skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri dikenakan kepada 150 orang mahasiswa.

C. Hasil Uji Coba Alat Ukur

Pada penelitian ini, skala dikatakan reliabel apabila skor Cronbach Alpha berada pada level di atas atau sama dengan 0,8 ($\alpha \geq 0,8$). Peneliti juga menetapkan standar koefisien item total correlation minimal 0,25 pada skala perilaku konsumtif dan 0,25 pada skala kontrol diri.

Menurut Azwar (2015), standar koefisien item total correlation dapat diturunkan menjadi 0,25 apabila jumlah aitem yang lolos tidak mencapai jumlah yang diinginkan. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk menggunakan standar koefisien korelasi minimal 0,25 pada skala control diri agar jumlah aitem yang mewakili aspek tetap seimbang.

1. Skala Perilaku Konsumtif

Hasil analisis skala perilaku konsumtif pada 150 responden menunjukkan bahwa ada 24 (dari 29 aitem) yang dinyatakan layak digunakan dalam pengambilan data. Peneliti melakukan tiga kali putaran dalam pengguguran aitem skala perilaku konsumtif. Putaran pertama diperoleh bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* (α) sebesar 0,872 dan terdapat 3 aitem yang memiliki koefisien *corrected item-total correlation* di bawah 0,25. Kemudian pada putaran kedua menghasilkan *Cronbach's Alpha* (α) sebesar 0,873 dan terdapat 2 aitem yang gugur. Kemudian pada putaran ketiga menghasilkan *Cronbach's Alpha* (α) sebesar 0,874 dan tidak ada yang gugur di putaran ketiga ini. Berdasarkan hasil analisis tersebut, akhirnya peneliti menggunakan 24 aitem yang valid dengan total 5 aitem gugur yaitu aitem nomor 1, 2, 21, 22, dan 26. Selanjutnya, sebaran aitem skala perilaku konsumtif setelah diuji coba dapat dilihat pada Tabel 4.1 di bawah ini:

Table 4.1 Skala Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Nomor butir	Jumlah
1	Membeli barang karena hadiah yang menarik	(1), (2), 3, 17	4
2	Membeli barang karena kemasannya menarik	4, 18,	2
3	Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi	5, 6, 19, 20	4
4	Membeli barang karena program potongan harga	7, 8, (21)	3
5	Membeli barang untuk menjaga status sosial	9, 10, (22), 23	4
6	Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang	11, 12, 13, 24, 25, (26)	6
7	Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi	14, 27	2
8	Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merek yang berbeda	15, 16, 28, 29	4

--	--	--	--

Catatan: Angka didalam () adalah nomor aitem yang gugur.

2. Skala Kontrol Diri

Hasil analisis skala kontrol diri pada 150 responden mengungkapkan bahwa ada 22 (dari 23 aitem) yang dinyatakan layak digunakan dalam pengambilan data. Peneliti melakukan dua kali putaran dalam pengguguran aitem skala kontrol diri. Putaran pertama diperoleh bahwa koefisien Cronbach's Alpha (α) sebesar 0,87 dan terdapat 1 aitem yang memiliki koefisien corrected item-total correlation di bawah 0,25, yaitu aitem nomor 22. Putaran kedua menghasilkan Cronbach's Alpha (α) sebesar 0,806 dan tidak ada aitem gugur di putaran kedua ini.

Table 4.2 Tabel Hasil Analisis Skala Kontrol Diri

No	ASPEK	Nomor Butir Pernyataan favorable	Nomor Butir Pernyataan Unfavorable	Jumlah
1	Kontrol perilaku	9, (10), (18)	(1), 17, 19	6
2	Kontrol kognitif	2, 4, (14)	3, 5, 11, 12, 13, 20, 21	10
3	Kontrol dalam pengambilan keputusan	(6), 7, (22), (23)	8, 15, 16	7

Catatan: Angka didalam () adalah nomor aitem yang gugur.

D. Laporan Pelaksanaan Penelitian

Data penelitian ini diambil disalah satu Universitas di Yogyakarta. Peneliti mengambil 150 mahasiswa yang berusia 18 sampai 22 tahun yang pernah melakukan pembelanjaan dan transaksi online melalui banyak platform online. Peneliti mengambil data pada tanggal 27 Juni 2018 dan data dapat terkumpul sebanyak 150 responden dalam 1 kali 24 jam.

E. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden Penelitian

Total responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 150 orang mahasiswa (berjenis kelamin perempuan) dengan rentang usia 18-22 tahun pada salah satu Universitas di Yogyakarta.

2. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh, dapat diketahui deskripsi data hasil penelitian yang menunjukkan skor hipotetik dan skor empirik. Kedua skor tersebut masing-masing mencakup skor maksimal, skor minimal, rerata dan standar deviasi pada masing-masing skala penelitian.

Berikut adalah tabel hipotetik dan empirik kontrol diri dan perilaku konsumtif:

Table 4.3 Tabel Hipotetik dan Empirik Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	Min	Max	SD	Mean	Min	Max	SD	Mean
Perilaku Konsumtif	26	156	21,6	91	42,00	121,00	16,29	78,15
Kontrol Diri	16	96	13,3	56	57,00	119,00	12,39	91,66

Dari hasil penghitungan dapat diketahui rerata empirik perilaku konsumtif sebesar 78,15 dengan SD 16,29, sedangkan kontrol diri mendapatkan rerata empirik sebesar 91,66 dengan SD 12,39.

Selanjutnya dari skor skala pada tabel di atas, hasil penelitian ini dikategorisasikan ke dalam lima kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Jenjang kategori ini bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah menurut kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2008). Kriteria skala yang dibuat didasarkan pada rumus norma berikut ini.

Table 4.4 Tabel Rumus Norma

Norma kategorisasi	Kategori
$X \leq M - 1,8 SD$	Sangat Rendah
$M - 1,8 SD < X \leq M - 0,6 SD$	Rendah
$M - 0,6 SD < X \leq M + 0,6 SD$	Sedang
$M + 0,6 SD < X \leq M + 1,8 SD$	Tinggi
$M + 1,8 SD < X$	Sangat Tinggi

Berdasarkan norma kategorisasi yang telah disebutkan sebelumnya, maka subjek penelitian ini dapat dikelompokkan ke dalam lima kategori yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi terangkum pada tabel berikut:

Kategorisasi Subjek pada Variabel Perilaku Konsumtif pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Kategorisasi Subjek pada Variabel Perilaku Konsumtif

Kategorisasi	Skor	F	Presentase
Sangat Rendah	$X \leq 48$	3	2%
Rendah	$48 < X < 72$	36	24%
Sedang	$72 < X < 96$	83	55,3%
Tinggi	$96 < X < 120$	27	18%
Sangat Tinggi	$X > 120$	1	0,67%
Total		150	100%

Mencermati tabel diatas, diketahui bahwa subjek dengan kategori sangat rendah sebanyak 3 subjek (2%), kategori rendah 36 subjek (24%), kategori sedang 83 subjek (55,3%), kategori tinggi 27 subjek (18%), dan kategori sangat tinggi hanya 1 subjek (0,67%).

Kategorisasi Subjek pada Variabel Kontrol Diri pada tabel 4.6.

Tabel 4.6 Kategorisasi Subjek pada Variabel Kontrol Diri

Kategorisasi	Skor	F	Presentase
Sangat Rendah	$X < 44,06$	0	0%
Rendah	$44,06 < X < 66,02$	1	4%
Sedang	$66,02 < X < 87,89$	38	25,33%
Tinggi	$87,89 < X < 109,94$	75	50%
Sangat Tinggi	$X > 109,94$	36	24%
Total		150	100%

Mencermati tabel diatas, diketahui bahwa subjek dengan kategori rendah 1 subjek (4%), kategori sedang 38 subjek (25,33%), kategori tinggi 75 subjek (50%), dan kategori sangat tinggi hanya 36 subjek (24%), sedangkan pada kategori rendah tidak terdapat subjek.

3. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki penyebaran atau terdistribusi secara normal. Peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov dari SPSS versi 22 for windows. Sebaran data dikatakan normal apabila hasil analisis memiliki nilai $p > 0,05$. Jika nilai $p < 0,05$, maka data tidak terdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.7 di bawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas

Variabel	P	Kategori
Perilaku Konsumtif	0,200	Normal
Kontrol Diri	0,200	Normal

Pada tabel menunjukkan bahwa skor skor $p = 0,200$ ($p > 0,05$) pada variabel perilaku konsumtif, sedangkan skor $p = 0,200$ ($p > 0,05$) pada variabel control diri. Hal ini menunjukkan bahwa variabel control diri terdistribusi secara normal, sedangkan variabel perilaku konsumtif tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui hubungan linier yang terbentuk di antara kedua variabel. Hubungan kedua variabel dapat dikatakan linier apabila skor linearity menunjukkan $p < 0,05$ dan deviation from linearity menunjukkan $p > 0,05$. Uji linieritas ini menggunakan tes Compare Means dari SPSS versi 22 for windows. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka diketahui bahwa

variabel perilaku konsumtif dan kontrol diri memperoleh skor $F = 23,713$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$), sehingga kedua variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linier.

4. Uji Hipotesis

Setelah uji persyaratan dilakukan, maka diketahui bahwa uji normalitas dan linieritas tidak terpenuhi, maka dilakukan pengujian korelasi non-parametik. Berdasarkan hasil dari uji normalitas, diketahui bahwa salah satu variabel tidak terdistribusi secara normal, sehingga uji hipotesis ini menggunakan teknik korelasi *Spearman*.

Hasil analisis uji hipotesis menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada pembelian online ($r = -0,381$; $p = 0,000$ ($p < 0,05$)). Tanda negatif pada koefisien korelasi tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi perilaku kontrol diri yang dimiliki, maka semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, semakin rendah perilaku kontrol diri yang dimiliki, maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini diterima. Skor koefisien determinasi (r^2) = 0,0131 atau 13,1%, hal ini artinya bahwa perubahan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas salah satu di Yogyakarta dapat dijelaskan oleh 13,1% variabel kontrol diri yang dimiliki, sedangkan 86,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dalam menghubungkan kontrol diri dan perilaku konsumtif pada pembelian online, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif ($r = -0,362$; $p = 0,000$; $p < 0,05$). Skor korelasi menunjukkan arah hubungan antara kedua variabel tersebut negatif, di mana hubungan negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi perilaku kontrol diri, maka semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah perilaku kontrol diri, maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

Kotler (2005) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh banyak faktor, sehingga kontrol diri bukanlah faktor tunggal penyebab munculnya perilaku konsumtif. Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa kontrol diri hanya menyumbang 13,1% pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif, sementara 86,9% sisanya dipengaruhi faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa adanya faktor lain seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi lainnya dapat mempengaruhi mahasiswa untuk dapat berperilaku konsumtif meskipun memiliki kontrol diri yang cukup baik.

Diterimanya hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri mampu mempengaruhi mahasiswa dalam berperilaku konsumtif. Mahasiswa dengan kontrol diri yang baik akan mampu mengendalikan dan mengarahkan dirinya untuk melakukan pertimbangan sebelum membeli suatu produk, sehingga mengurangi perilaku konsumtif. Hal ini didukung oleh pendapat Ghufro dan Risnawita (2010), bahwa kontrol diri merupakan suatu aktivitas pengendalian tingkah laku, di mana

individu mampu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk bertindak.

Penelitian-penelitian serupa sebelumnya juga mendukung hasil penelitian ini, terkait dengan hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Chita, David, dan Pali (2015). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada 174 responden mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011 ($r = -0,485$; $p = 0,000 < \alpha = 0,05$).

Secara keseluruhan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kelemahan. Kelemahan yang disadari oleh peneliti dari penelitian ini adalah adanya kemungkinan munculnya bias ketika responden menjawab kuesioner. Dalam penelitian psikologi, bias adalah faktor yang dapat menyimpangkan data (Kartono, 1987). Hal ini dapat dilihat dari beberapa responden yang mengisi kuesioner dengan pilihan jawaban yang sama pada setengah jumlah aitem yang diberikan. Kemungkinan bias dapat muncul karena berbagai hal, seperti terburu-buru pada saat menjawab aitem, kurang fokus mengerjakan kuesioner, atau sengaja memberikan jawaban yang sesuai dengan norma yang ada di masyarakat (Azwar, 2015). Oleh karena itu, peneliti berusaha untuk menjelaskan kepada responden penelitian bahwa kerahasiaan data terjamin dan tidak ada jawaban yang salah atau benar dalam menjawab aitem-aitem skala, sehingga diharapkan responden dapat menjawab skala sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka diperoleh simpulan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara perilaku konsumtif dan kontrol diri pada mahasiswa di Yogyakarta. Hubungan negatif tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi perilaku kontrol diri yang dimiliki, maka semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, semakin rendah perilaku kontrol diri yang dimiliki, maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada pembelian online.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini, serta dengan menyadari keterbatasan yang dimiliki penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat mengontrol dirinya dengan baik sehingga mampu membatasi diri dalam berperilaku konsumtif, seperti mampu menghadapi situasi apapun dengan baik, melakukan pertimbangan-pertimbangan sebelum melakukan sesuatu, dan mampu mengambil keputusan terbaik dari berbagai pilihan yang ada.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian berikutnya agar lebih mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif, seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis, dan faktor pribadi lainnya. Penelitian berikutnya juga sebaiknya menggunakan responden laki-laki dan

perempuan, sehingga dapat mengetahui perbedaan kontrol diri dan perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin. Penelitian dengan membandingkan perilaku konsumtif antara laki-laki dan perempuan dapat dilakukan untuk memperkaya informasi terkait penelitian perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Any Noor. *Management Event* . 2009. Bandung: Alfabeta
- Fandy Ciptono. *Strategi Pemasaran*. 2002. Yogyakarta : Andi
- F Rahmadi. *Public Relation Dalam Teori Dan Praktek Aplikasi Dalam Badan Usaha Swasta Dan Lembaga Pemerintah*. 1996. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Harris Job dan Johnny allen. *Perencanaan dan Pengelolaan Event dan Festival*. 2002. Sidney : University of Technology
- Hermawan Kartajaya. *Marketing Plus : Jalur Sukses untuk Bisnis, Jalur Bisnis untuk Sukses*. 1992. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Iqbal Alan Abdullah. *Manajemen Konferensi dan Event* .2009. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Joe Goldbatt. *Spesial Event Third Edition*. 2002. New York : John wiley and Sons
- Keith butterick (Alih Bahasa: Nurul Hasfi). *Pengantar Public Relations : Teori dan Praktik* . 2012. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- MariaAssumptaRumanti. *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktek* . 2002. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- ML Anggoro. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. 2000. Jakarta : Bumi Aksara
- Rosady Ruslan. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. 2007. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* .1998. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Terence Shimp. *Periklanan Promosi*. 2000. Jakarta: Erlangga