

**NASKAH PUBLIKASI**

**KESEHATAN SOSIAL–EMOSIONAL (*SOCIAL EMOTIONAL HEALTH*)**

**DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**



**Oleh:**

Rahmona Hidayati

Rina Mulyati, S.Psi., M.Si., Psi

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

**NASKAH PUBLIKASI**  
**KESEHATAN SOSIAL-EMOSIONAL (*SOCIAL EMOTIONAL HEALTH*)**  
**DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**



Dosen Pembimbing Utama

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Rina Mulyati'.

(Rina Mulyati, S.Psi., M.Si., Psikolog)

**KESEHATAN SOSIAL–EMOSIONAL (*SOCIAL EMOTIONAL HEALTH*)  
DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

**Rahmona Hidayati, Rina Mulyati**  
**Psikologi, Universitas Islam Indonesia**  
**rahmonahdyt@gmail.com**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara kesehatan sosial–emosional dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan negatif antara kesehatan sosial–emosional dan perilaku konsumtif. Responden penelitian ini berstatus sebagai mahasiswa dengan 35.28% laki-laki dan 64.72% perempuan dari total responden sebanyak 176 orang. Peneliti menggunakan skala perilaku konsumtif yang dikembangkan dari teori Engel, Blackwell dan Miniard (2002) dan skala kesehatan sosial dan emosi dari Furlong dkk (2016). Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi product moment dari *spearman*. Hasil dari temuan ini menyatakan bahwa kesehatan sosial-emosional tidak berkorelasi dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa ( $r = -0.033$ ;  $p = 0.330$ ).

Kata Kunci: Perilaku konsumtif, kesehatan sosial – emosional, *social emotional health*, remaja, mahasiswa

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between social-emotional health and consumptive behavior in students. The hypothesis proposed there is a negative relationship between social emotional health and consumptive behavior. The respondents of this research were students with 35.28% men and 64.72% woman from the total respondents as many as 176 people. The data collection of this research were using using consumptive behavior scale from Engel, Blackwell and Miniard (2002) and social emotional health scale from Furlong et al (2016). The method of analysis data in this research were using product moment technique from spearman. The results of these findings suggest that social-emotional health is not correlated with the consumptive behavior in students ( $r = -0.033$ ;  $p = 0.330$ ).*

*Keyword: consumptive behavior, social emotional health, students, higher education*

## PENGANTAR

Teknologi informasi khususnya pada pengembangan Internet yang semakin meningkat membuat banyak orang bergantung untuk mendapatkan informasi yang mengenai hal-hal yang akan dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Banyak hal yang dapat ditemui dari teknologi canggih tersebut, dengan adanya cara mudah untuk berbelanja secara *online*. Akan tetapi, hal tersebut membuat frekuensi berbelanja yang semakin meningkat bagi orang-orang yang menyukai kegiatan berbelanja dan menjadi tidak terkendali (Yuliantari & Herdiyanto, 2015).

Survey dari Sitohang (Fitriyani, Widodo & Fauziah, 2013) terhadap 1.074 pelajar di Jakarta dan Surabaya ditemukan 20.9%, bahwa pelajar-pelajar tersebut menyukai kegiatan berbelanja dan membeli barang-barang yang mereka inginkan dan digunakan hanya untuk bersenang-senang atau memenuhi kepuasannya saja. Hal lain juga terdapat pada artikel dari (*kompasiana.com*) yang menuliskan berbelanja atau membeli barang-barang secara berlebihan sudah menjadi budaya remaja karena mereka mengkonsumsi barang bukan lagi semata-mata untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi memenuhi kebutuhan yang bersifat hiburan. Hiburan sendiri diartikan sebagai kebutuhan tersier tetapi diubah menjadi kebutuhan primer karena adanya faktor-faktor pendukung gaya hidup dan perkembangan teknologi zaman sekarang dalam mengakses informasi tentang apa yang mereka inginkan. Hal ini membuat perilaku membeli secara berlebihan khususnya pada remaja dikatakan cukup memprihatinkan. Sumartono (2002) juga menguatkan hal tersebut dengan menyatakan bahwa banyak remaja yang suka

berbelanja secara berlebihan dikarenakan secara psikologis, remaja sendiri masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sensitif terhadap lingkungan luar.

Terdapat beberapa fenomena mengenai perilaku membeli yang ada pada mahasiswa. Mahasiswa sendiri dikenal oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar dan matang sehingga karena pandangan inilah yang akhirnya membuat mahasiswa mengkondisikan dirinya untuk tampil menarik dan ingin dianggap keberadaannya oleh lingkungan sekitar. Mahasiswa merupakan termasuk golongan remaja cenderung mengambil sebuah keputusan dalam berbelanja atas dasar faktor emosional karena hanya memperhitungkan *genssi* dan *perstise* yang menjadikan mahasiswa berbelanja secara berlebihan bukan atas dasar kebutuhan tetapi bagi mahasiswa yang tidak berbelanja secara berlebihan mampu mengambil keputusan atas dasar faktor rasional, dimana mahasiswa memperhitungkan setiap harga produk dan manfaat dari produk yang akan digunakannya dalam jangka panjang kedepan (<http://www.kompasiana.com/perilaku-konsumsi-mahasiswa>).

Penelitian lain dari Sitorus (2013) menjelaskan bahwa remaja di Indonesia sendiri senang menggunakan uang untuk memenuhi keinginan yang tidak dapat dikontrol dengan berbelanja secara berlebihan dan remaja merupakan kelompok yang berorientasi untuk berbelanja secara berlebihan karena mereka menyukai hal-hal baru. Dengan kata lain berbelanja secara berlebih tidak dialami oleh orang dewasa saja tetapi bisa juga pada anak remaja yang masih mencari identitas diri sehingga mereka mudah terpengaruh baik itu positif atau negatif yang ada disekitarnya. Baik untuk memenuhi kebutuhan sekunder, primer dan tersier. Hal itu muncul karena kecenderungan emosi seseorang untuk mengkonsumsi yang

tidak ada batasnya dalam membeli sesuatu hingga berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Hal ini didukung berdasarkan wawancara pada 3 orang remaja yang menyukai kegiatan berbelanja, dari hasil wawancara responden pertama mengatakan bahwa kegiatan berbelanja yang mereka lakukan bisa 2-3 kali dengan varian barang yang sama dalam satu bulan, hal tersebut dilakukan karena “lapar mata” atau ingin memenuhi keinginan saja dan dengan berbelanja responden akan merasakan kepuasan dan kesenangan tersendiri. Apabila barang yang responden inginkan tidak tercapai untuk dibeli, maka responden akan terus berpikir sampai barang yang diinginkan tersebut dapat dibeli bagaimana pun caranya. Responden kedua mengatakan pernah sampai membelanjakan uang SPP kuliahnya karena mementingkan untuk membeli barang yang mereka inginkan terlebih dahulu walaupun barang tersebut tidak sangat dibutuhkan tetapi sangat menginginkannya selagi jangka waktu pembayaran SPP belum sampai jatuh tempo.

Kemudian, wawancara pada responden ketiga juga mengaku pernah meminta uang SPP secara berlebih yang nantinya uang tersebut akan digunakan untuk membeli barang yang sedang diinginkannya, hal ini dilakukan semata-mata untuk menunjukkan pada orang-orang sekitarnya bahwa responden telah menggunakan barang-barang yang menjadikannya suatu kepuasan tersendiri. Sehingga dapat disimpulkan dari beberapa wawancara tersebut, responden belum dapat mengatur emosi dan mengontrol diri karena hanya mementingkan kesenangan yang didapatkan dari barang-barang yang telah dibeli.

Hal-hal tersebut dapat dilihat dari beberapa perilaku membeli secara berlebihan dan tidak dapat menahan diri saat berbelanja hanya untuk memenuhi kepuasan dan kesenangannya saja dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sendiri diartikan sebagai tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan dan seseorang yang konsumtif dapat dikatakan sulit untuk mengontrol dan mempertimbangkan saat membeli barang hanya karena keinginan semata (Anggarasari, 1997; Sukari, Larasati, Mudjijono, & Susilantini, 2013).

Adanya perilaku membeli secara berlebihan memiliki dampak yang dijelaskan pada penelitian Chita, David dan Pali (2015) bahwa kontrol diri yang rendah pada remaja memberikan dampak negatif dengan munculnya kesulitan untuk menentukan konsekuensi atas tindakan-tindakan yang telah dilakukannya. Akan tetapi, apabila terjadi peningkatan kontrol diri seseorang akan disertai pula peningkatan untuk mengontrol diri baik secara perilaku, kognitif maupun pengambilan keputusan. Hal ini dikarenakan kondisi emosi pada remaja yang menjadikan remaja berperilaku konsumtif karena remaja menganggap penampilan adalah hal penting bagi mereka agar diakui oleh lingkungan.

Selain itu, mengingat adanya dampak yang muncul dari perilaku konsumtif terdapat penelitian lain mengenai regulasi diri dan perilaku konsumtif dari Pisani (2017) menjelaskan bahwa sikap pembelian yang mengikuti hawa nafsu atau secara tiba-tiba dikarenakan individu tidak mampu mengambil keputusan dalam keadaan pikiran yang jernih dan hanya menginginkan kepuasan dan kesenangan yang didapatkannya saat berbelanja. Hal tersebut dapat dicegah apabila individu

sadar atas tindakannya, mampu mengontrol diri dan mampu menyelesaikan masalah khususnya saat mengambil keputusan saat membeli suatu barang dan secara tidak langsung, bagi individu yang tidak mampu mengatur diri dapat dilihat dari bentuk persepsi dan keyakinan dirinya atas sikap-sikap individu baik secara pribadi maupun sosial

Kemudian, orang-orang yang menyukai kegiatan berbelanja secara berlebihan atau berperilaku konsumtif perlu memiliki pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli suatu barang, berpikir analisis pada kegunaan barang dan lainnya. Hal ini dapat termasuk dari karakteristik untuk orang yang tidak sehat secara sosial-emosional. Emosi yang dimiliki individu memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan karena individu akan mampu untuk mengidentifikasi masalah sampai pada perilaku membelinya. Individu mampu membeli dan mengkonsumsi barang bukan hanya sekedar nilai fungsionalnya saja tetapi juga dari nilai sosial maupun emosionalnya. Kemudian, dari barang-barang yang telah dibeli dan dikonsumsi memiliki kemampuan untuk menstimulasi dan memuaskan emosi pada individu itu sendiri (Shiffman & Kanuk, 2008).

You, Renshaw, Furlong, Tyler dan Smith (2014) menjelaskan bahwa keyakinan diri dan kontrol diri yang ada pada individu seseorang merupakan bentuk kesadaran atas kekurangan dan kelebihan seseorang khususnya pada pegangan prinsip yang jelas. Kemudian, juga dijelaskan kepercayaan terhadap seseorang terhadap lingkungan sekitar akan menjadikan sesuatu hal yang apabila terdapat nilai positif akan membuat interaksi positif seseorang pada lingkungannya untuk membentuk hubungan yang aman, merasakan dan mampu



mengatur emosi serta mempelajari suatu hal untuk mendapatkan pengetahuan lebih sebagai bentuk kesehatan secara sosial maupun emosional.

Selain itu, terdapat regulasi diri yang berperan sebagai kemampuan seseorang untuk mampu mengambil tindakan yang akan dilakukannya serta regulasi emosi sebagai bentuk bagaimana cara seseorang untuk mampu mempertimbangkan dan mengatur emosi dari rangsangan atau kegiatan berbelanja yang dihadapkannya. Seseorang juga mampu memiliki keyakinan dan kegigihan atas prinsip dasar yang dimilikinya, keyakinannya terhadap orang lain maupun lingkungan sekitar, mengatur emosi dan memiliki tanggung jawab atas keputusan yang telah diambil .

Individu yang memiliki kesehatan sosial dan emosi yang baik akan menimbulkan hal positif baik secara fisik maupun psikologis yang datang dari individu dan hubungan baik seseorang dengan lingkungannya. Baik saat masih kanak-kanak yang akan membuat seseorang belajar bagaimana menempatkan keadaan sosialnya pada dewasa kelak. Maka dari itulah kesehatan sosial dan emosi berperan penting untuk menilai seseorang yang berkaitan dengan perilaku konsumtif (Cooper, Knitzer, Doghlass-Hall, Masi & Banghard, 2008).

Oleh karena itu, bila seseorang yang memiliki kesehatan sosial dan emosi terhadap diri dan lingkungannya dengan baik, maka perilaku konsumtif yang muncul pada seseorang akan menurun karena adanya kontrol diri, mampu mengatur emosi dan mampu mengambil keputusan dengan baik dalam membeli suatu barang. Akan tetapi, berbeda dengan seseorang yang memiliki perilaku konsumtif, ia tidak akan memikirkan bagaimana pertimbangan-pertimbangan

yang perlu dilakukannya saat membeli barang, tidak mampu mengontrol diri dan emosinya serta tidak menangkap penuh informasi-informasi yang ditangkap dari lingkungan sekitar mengenai manfaat barang yang akan dibeli karena hanya memikirkan membeli barang atas dasar memenuhi kepuasan dan kesenangannya saja

Berdasarkan uraian tersebut, penulis ingin merumuskan masalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif pada remaja yang berstatus sebagai mahasiswa

## **TUJUAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif pada remaja yang berstatus sebagai mahasiswa

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperlukan dalam mengkonsumsi hasil produksi berupa jasa dan barang yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan seperti yang diinginkan dan kebanyakan barang yang dibeli secara berlebihan bukanlah sebuah kebutuhan (Anggarasari, 1997; Sukari dkk, 2013). Engel, Blackwell & Miniard (2002) menuliskan bahwa individu yang berperilaku konsumtif seringkali membeli barang yang tidak dibutuhkan. Hal tersebut

dikarenakan individu tidak dapat menahan diri untuk membeli barang yang diinginkan

Lubis (Sumartono, 2002) yang mendefinisikan perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak memiliki dasar pertimbangan rasional karena adanya keinginan yang sudah mencapai tingkatan perilaku konsumen yang irasional. Irasional dapat diartikan sebagai tindakan konsumen dalam membeli produk yang belum habis tetapi konsumen membeli lagi dengan barang yang sama walaupun berbeda merek. Sedangkan menurut Grinder (Lina & Rosyid, 1997) perilaku konsumtif merupakan perilaku atau sikap seseorang saat berbelanja yang datangnya karena timbul rasa keinginan untuk memenuhi kesenangan semata

Terdapat tiga aspek perilaku konsumtif yang diantaranya adalah impulsif, tidak rasional dan pemborosan. Menurut Engel, Blackwell & Miniard (2002) definisi dari impulsif merupakan perilaku membeli semata-mata karena hasrat dan nafsu yang datang tiba-tiba, dan biasanya perilaku ini tidak memiliki pertimbangan serta perencanaan saat memutuskan untuk membeli suatu barang. Sedangkan tidak rasional merupakan perilaku membeli yang tidak rasional karena konsumen tidak lagi memikirkan kegunaan barang yang telah dibelinya, serta tidak bisa mengontrol perilakunya saat membeli barang. Kemudian, pemborosan merupakan gambaran pemborosan dengan menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari kebutuhan yang jelas

Selain itu, terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Kotler & Amstrong (2001) dari faktor internal dan faktor

eksternal. Faktor internal yang terdiri dari kepribadian dimana setiap orang memiliki karakteristik berbeda-beda terhadap lingkungannya, gaya hidup yang berperan sebagai pola seseorang dalam menjalankan hidupnya, demografi merupakan ilmu yang mempelajari struktur gambaran penduduk yang dapat diidentifikasi dari usia, pendapatan serta jenis kelamin dari konsumen itu sendiri, dan pengetahuan merupakan bentuk informasi yang diperoleh individu dari lingkungan sekitarnya. Sedangkan dari faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya adalah kelas sosial sebagai ragam perbedaan status ekonomi dan sosial, keluarga merupakan lingkungan utama yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan seseorang dalam membeli suatu barang, kebudayaan merupakan hasil dari aktivitas kehidupan seseorang terhadap nilai dan norma yang berlaku dalam hidupnya, pengaruh kelompok sebaya merupakan tempat individu berinteraksi satu sama lain sebagai bentuk kesamaan satu dengan yang lain untuk mempererat hubungan teman sebaya, terakhir pada situasi merupakan keadaan pada seseorang yang tiba-tiba timbul kebutuhan tanpa adanya perencanaan

## **2. Kesehatan Sosial-Emosional**

Kesehatan sosial-emosional adalah kapasitas pengembangan kompetensi sosial perilaku seseorang dalam interaksi positif dengan orang lain untuk membentuk suatu hubungan yang aman, merasakan dan mengatur emosi, dan mempelajari sesuatu untuk mendapatkan pengetahuan lebih (You dkk, 2014).

Furlong dkk (2013) menuliskan bahwa kesehatan sosial–emosional merupakan perkembangan dan proses kompetensi sosial dan emosional seseorang dalam menghadapi berbagai situasi yang menimpa secara interpersonal (antar satu dengan yang lain) dan dari hal tersebut dapat mendorong tingkat kesejahteraan psikologis seseorang menjadi lebih tinggi seperti menangani masalah dengan positif, mudah beradaptasi dengan lingkungan dan sebagainya. Sedangkan Cooper, Masi, dan Vick (2009) menjelaskan bahwa kesehatan sosial – emosional merupakan pengembangan fisik maupun psikologis yang datangnya dari hubungan baik seseorang dengan keadaan sosial dan lingkungannya yang dapat menghasilkan hal positif dalam berinteraksi

Terdapat tiga aspek yang ada pada kesehatan sosial-emosional menurut Furlong dkk (2016) yang diantaranya adalah kepercayaan diri sebagai bentuk cara seseorang untuk mampu menilai dirinya dari minat, moral dan keyakinan. Kedua, kepercayaan terhadap orang lain yaitu kepercayaan pada lingkungan sekitar sebagai bentuk perspektif positif pada lingkungan sosial. Ketiga, kompetensi emosi yaitu bagaimana cara seseorang untuk mempertahankan hubungan positif pada orang lain, mengelola dan menyelesaikan konflik yang dimilikinya. Terakhir, keterlibatan hidup yaitu bagaimana cara seseorang mengambil keputusan dan bertanggung jawab atas pertimbangan yang dimilikinya

Berdasarkan hal di atas dapat disimpulkan bahwa kesehatan sosial-emosional merupakan kekuatan perkembangan psikologis sosial dan emosional

seseorang dari kondisi lingkungan sekitar dalam menghadapi permasalahan secara positif.

## **METODE PENELITIAN**

Sebelum skala perilaku konsumtif dan skala kesehatan sosial-emosional dilakukan untuk pengambilan data, terlebih dahulu dilakukan uji coba alat ukur atau *try out*. Responden yang terlibat dalam penelitian ini merupakan remaja yang berstatus sebagai mahasiswa-mahasiswi jumlah 53 orang. Sedangkan untuk pengambilan data, responden yang terlibat sebanyak 176 orang yang terdiri dari 114 perempuan dan 62 laki-laki. Pengambilan data dilakukan pada tanggal 6 Januari hingga 10 Januari 2018

Pengambilan data menggunakan skala perilaku konsumtif dari teori Engel dkk (2002) yaitu impulsive, tidak rasional dan pemborosan. Angket terdiri dari 33 aitem dan tersisa 21 aitem setelah dilakukannya uji coba sedangkan skala kesehatan sosial-emosional dari Furlong dkk (2016) terdiri dari 36 aitem dan tersisa 30 aitem setelah dilakukannya uji coba. Alat ukur pada penelitian ini merupakan modifikasi dan adaptasi dari alat ukur sebelumnya dan peneliti melakukan penerjemahan dengan *back translation* dari bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Metode analisis data penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasional *product moment* melalui program komputer *SPSS version 23 for Windows*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deksripsi Responden Penelitian

Tabel berikut memberikan gambaran tentang sebarang responden pada penelitian ini:

#### *Deksripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin*

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	62	35.28%
2.	Perempuan	114	64.72%
	Total	176	100%

#### *Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Uang Saku*

No.	Uang Saku	Jumlah	Persentase (%)
1.	< Rp 500.000	48	27.3%
2.	Rp 500.000 – 1.000.000	61	34.7%
3.	Rp 1.000.000 – 2.000.000	37	21%
4.	>Rp 2.000.000	30	17%
	Jumlah	176	100%

#### *Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Aktivitas Diluar Kuliah*

No.	Aktivitas diluar kuliah	Jumlah	Persentase (%)
1.	Jalan-jalan	62	35.2%
2.	Kerja	47	26.7%
3.	Organisasi	22	12.5%
4.	Olahraga	23	13.1%
5.	Gaming	9	5.1%
6.	Kursus	11	6.3%
7.	Belajar	2	1.1%
	Jumlah	176	100%

### Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

##### *Uji Normalitas*

Variabel	Signifikansi (p)	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0.200	Normal
Kesehatan Sosial-Emosional	0.200	Normal

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan hasil bahwa pada penelitian ini variabel perilaku konsumtif memiliki distribusi data yang normal dengan signifikansi (p) = 0.200 ( $p > 0.05$ ) dan variabel kesehatan sosial-emosional memiliki distribusi data yang normal dengan signifikansi (p) = 0.200 ( $p > 0.05$ )

### b. Uji Linearitas

#### *Uji Linearitas*

Variabel	Koefisien Linearitas (F)	Signifikansi (p)	Keterangan
Perilaku Konsumtif dan Kesehatan Sosial-Emosional	0.406	0.526	Tidak Linear

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan hasil bahwa pada penelitian ini variabel perilaku konsumtif dan variabel kesehatan sosial-emosional distribusi data yang tidak linear dengan  $F = 0.406$  dan signifikansi  $(p) = 0.526$  ( $p < 0.05$ ) yang berarti bahwa data tidak linear

### c. Uji Hipotesis

#### *Uji Hipotesis*

Variabel	Koefisien Korelasi (r)	Signifikansi (p)	Keterangan
Kesehatan Sosial-Emosional terhadap Perilaku Konsumtif	-0.033	0.330	Tidak Signifikan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa  $r = -0.033$  dengan  $p = 0.330$  ( $p < 0,05$ ) yang menunjukkan tidak adanya hubungan atau korelasi antara variabel kesehatan sosial-emosional terhadap variabel perilaku konsumtif pada mahasiswa dan menunjukkan bahwa hipotesis **ditolak**

## Analisis Tambahan

### 1. Uji Regresi Berdasarkan Aspek Kesehatan Sosial-Emosional

#### *Uji Regresi*

Aspek Kesehatan sosial-emosional	r	R <sup>2</sup>	p	Keterangan
Kepercayaan Pada Diri	0.094	0.009	0.213	Tidak Signifikan
Kepercayaan Pada Orang Lain	0.052	0.003	0.497	Tidak Signifikan
Kompetensi Emosi	0.031	0.001	0.685	Tidak Signifikan
Keterlibatan Hidup	0.019	0.000	0.800	Tidak Signifikan

Berdasarkan hasil dari uji regresi untuk mengetahui aspek dari kesehatan sosial-emosional mana yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif



pada responden. Terdapat hasil nilai signifikansi ( $p = 0.213$ ;  $p = 0.497$ ;  $p = 0.685$ ;  $p = 0.800$ ) yang menunjukkan tidak terdapat hasil yang signifikan untuk setiap aspek dari kesehatan sosial-emosional pada perilaku konsumtif

## 2. Uji Korelasi Berdasarkan Jenis Kelamin

### *Uji Korelasi Berdasar Jenis Kelamin*

Jenis Kelamin	r	R <sup>2</sup>	P
Laki-Laki	-0.384	0.147	0.001
Perempuan	0.221	0.048	0.009

Berdasarkan hasil uji korelasi berdasarkan jenis kelamin yang telah dilakukan menunjukkan nilai  $r = 0.221$  dengan  $p = 0.009$  ( $p < 0,05$ ) untuk perempuan dan nilai  $r = -0.384$  dengan  $p = 0.001$  ( $p < 0,05$ ) untuk laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin laki-laki berkorelasi negatif dan perempuan berkorelasi positif. Hal tersebut dapat dilihat dari koefisien determinasi ( $r^2$ ) yang menunjukkan 0.147. Artinya 14.7% dari kesehatan sosial dan emosi menyumbang perilaku konsumtif pada laki-laki, sedangkan koefisien determinasi ( $r^2$ ) yang didapatkan perempuan menunjukkan 0.048 atau sebanyak 4.8% kesehatan sosial dan emosi menyumbang perilaku konsumtif pada perempuan

## 3. Uji Korelasi Berdasarkan Uang Saku

### *Uji Korelasi Berdasarkan Uang Saku*

Variabel	Statistik Deskriptif	Koefisien Korelasi (r)	Sig (p)
Kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif	<Rp 500.000	-0.194	0.093
	Rp 500.000-1.000.000	0.003	0.491
	Rp 1.000.000 – 2.000.000	0.143	0.200
	>Rp 2.000.000	-0.283	0.065

Berdasarkan hasil uji korelasi berdasarkan uang saku yang telah dilakukan, didapatkan hasil yang tidak signifikan berdasarkan uang saku < Rp 500.000 hingga > Rp 2.000.000. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil yang tidak signifikan dengan ( $p = 0.093$ ;  $p = 0.491$ ;  $p = 0.200$ ;  $p = 0.065$ ) yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif berdasarkan uang saku

#### 4. Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin

*Uji Beda antar variabel berdasarkan Jenis Kelamin*

Variabel	Jenis Kelamin	Mean	F	p
Perilaku Konsumtif	Laki-laki	62.56	1.302	0.255
	Perempuan	65.15		
Kesehatan Sosial-Emosional	Laki-laki	133.66	0.130	0.719
	Perempuan	135.92		

Berdasarkan hasil analisis uji beda antar jenis kelamin diketahui bahwa hasil tingkat perbedaan baik dalam perilaku konsumtif maupun kesehatan sosial dan emosi antara laki-laki dan perempuan menunjukkan tidak ada perbedaan, terlihat dari hasil signifikansi untuk perilaku konsumtif  $p = 0.255$  dan  $p = 0.719$

#### 5. Uji Anova Berdasarkan Uang Saku

*Uji Anova berdasarkan Uang Saku*

Variabel	Uang Saku	Mean	F	p
Perilaku Konsumtif	< Rp 500.000	59.46	2.601	0.054
	Rp 500.000-1.000.000	65.59		
	Rp 1.000.000-2.000.000	67.54		
	> Rp 2.000.000	65.07		
Kesehatan sosial-emosional	< Rp 500.000	134.23	0.864	0.461
	Rp 500.000-1.000.000	132.72		
	Rp 1.000.000-2.000.000	136.86		
	> Rp 2.000.000	139.30		

Berdasarkan uji anova berdasarkan uang saku yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa tidak ada perbedaan perilaku konsumtif dan kesehatan sosial dan emosi berdasarkan uang saku dengan hasil  $p = 0.054$  dan  $p = 0.461$

## **PEMBAHASAN**

Penelitian ini menunjukkan tidak ada hubungan antara kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Tidak ada hubungan antara keduanya dapat dilihat juga dari setiap aspek pada kesehatan sosial-emosional tidak terdapat peranan tersendiri atas perilaku konsumtif yang muncul pada responden. Secara umum penelitian ini menunjukkan tidak terdapat hubungan antar keduanya yang sejalan dengan pendapat Lauster (2002) yang mengungkapkan bahwa kepercayaan diri merupakan keyakinan seseorang untuk bebas dan melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri dan penelitian lain oleh Susanti (2016) mengenai kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif yang menyatakan bahwa setiap individu memiliki pemikiran yang berbeda-beda tergantung dari lingkungan sekitar individu itu sendiri tanpa harus berperilaku konsumtif untuk meningkatkan rasa kepercayaan pada dirinya karena kepercayaan diri tidak menjadi salah satu penyebab orang untuk berperilaku konsumtif apabila orang tersebut sudah memahami kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya

Penelitian dari Cruice, Worrall, Hickson dan Murison (2003) menjelaskan bahwa individu yang memiliki kualitas hidup yang baik, interaktif dengan lingkungan, komunikatif dan mampu bersosialisasi dengan baik akan memiliki kesehatan sosial-emosional yang baik pula, dilihat dari hasil penelitian ini

responden memiliki hubungan baik dengan lingkungannya baik dari keluarga maupun teman sebaya yang sejalan dengan penelitian Rahayu (2013) lingkungan mempengaruhi seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang karena adanya informasi serta sosialisasi yang diberikan

Kemudian, pada kepercayaan diri pada orang lain maupun lingkungan sekitar seseorang dari kesehatan sosial-emosional terdapat pada penelitian (Suminar & Meiyuntari, 2015) yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara pengaruh teman sebaya dan perilaku konsumtif. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan dari (Suryanto, 2012) bahwa pengaruh teman sebaya dapat diterima tergantung dari kecenderungan individu untuk mengubah persepsi, opini dan perilaku mereka sehingga sesuai dengan norma-norma kelompok yang ada pada kelompok teman sebaya tersebut

Kemudian, pendapat dari Ghufron dan Risnawati (Erlyanawati, 2016) yang menjelaskan bahwa seseorang mampu mengontrol dirinya apabila dari perilaku individu tersebut mampu mengambil tindakan, proses berpikir, pengambilan keputusan dan pengetahuan atau informasi yang didupakannya mampu tersaring dengan baik sesuai dengan kepercayaan yang dimilikinya

Furlong dkk (2016) menjelaskan bahwa salah satu aspek kesehatan sosial-emosional dari keterlibatan hidup berarti bertanggung jawab atas keputusan yang telah diambil oleh individu tersebut. Hal itu menjadikan pengambilan keputusan merupakan bentuk tanggung jawab pada individu dan keyakinan yang muncul atas keputusan yang telah diambilnya tersebut. Sejalan dengan (Shiffman & Kanuk, 2008) bahwa seseorang yang bertanggung jawab atas keputusannya dalam

membeli suatu barang dikarenakan adanya beberapa hal yang mendukung, seperti pengalaman positif dari barang atau jasa yang digunakan, rasa senang dan kepuasan memiliki barang-barang tersebut dan munculnya pemahaman diri untuk menghibur diri sendiri

Penelitian ini juga menambahkan beberapa analisis tambahan lainnya sebagai data pendukung dari data demografik responden yang diantaranya terdapat temuan tidak ada perbedaan perilaku konsumtif dan kesehatan sosial-emosional berdasarkan jenis kelamin. Hal tersebut dapat dilihat dari sebaran data yang tidak merata dari jumlah laki-laki 62 orang dan perempuan hampir dua kali lipat dengan jumlah 114 orang. Akan tetapi, baik laki-laki maupun perempuan memiliki masing-masing cara tersendiri dalam kegiatan berbelanja. Perempuan lebih tertarik dengan warna dan bentuk sedangkan laki-laki sering tidak sabar dalam memilih barang yang akan dibeli (Munandar, 2001). Pada perbedaan kesehatan sosial-emosional berdasarkan jenis kelamin juga menunjukkan hasil tidak ada perbedaan. Hal ini sejalan dengan penelitian dari You dkk (2014) yang menjelaskan bahwa berdasarkan gender pada remaja tidak ditemukannya perbedaan tingkat keseimbangan dan konstruksi dari keyakinan, kesadaran dan kegigihan antara laki-laki maupun perempuan

Hanya saja, dari tidak adanya perbedaan tersebut terdapat temuan menarik mengenai kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin dimana perempuan menunjukkan hasil semakin tinggi kesehatan sosial-emosional maka semakin tinggi perilaku konsumtif, sedangkan laki-laki menunjukkan semakin tinggi kesehatan sosial-emosional maka semakin rendah

perilaku konsumtif begitu pula sebaliknya. Hal ini sejalan dengan pendapat (Kusumowidagdo, 2010) bahwa perilaku berbelanja yang ada pada perempuan dan laki-laki memiliki cara dan karakteristik masing-masing. Laki-laki akan berbelanja secara *utilitarian* atau membeli barang sesuai dengan manfaatnya, sedangkan perempuan kebanyakan berbelanja secara *hedonis* atau berbelanja untuk memenuhi kenikmatan maupun kesenangan yang ada pada perasaannya.

Pernyataan lainnya juga didukung oleh Engel dkk (2002) bahwa konsumen perempuan memiliki karakteristik yang membuat perilaku membelinya jadi kurang efisien karena perempuan mudah tertarik pada *mode*, mudah terbujuk rayuan penjual, kurang realistis dan sebagainya. Kemudian, Yuliantari dan yanto (2015) juga menuliskan bahwa banyak kasus remaja putri berbelanja secara berlebihan dan menimbulkan perilaku konsumtif, tetapi remaja putri tetap mampu untuk menciptakan rasa nilai berharga pada dirinya sebagai pertumbuhan positif dalam lingkungannya. Hal itu membuat remaja putri lebih merasa pandai, terampil dan memiliki penampilan yang menarik dilingkungannya (Myers, 2012)

Selain itu, Engel dkk (2002) menjelaskan bahwa konsumen wanita merupakan figur besar dalam melakukan pembelanjaan secara emosional dibandingkan dengan laki-laki yang jauh lebih rasional. Hal itu disebabkan hubungan erat emosional dan konsep berbelanja pada perempuan yang kemampuan untuk mengontrol dirinya pada saat berbelanja lebih kurang mampu sehingga perilaku konsumtif pada wanita lebih besar dibandingkan laki-laki.

Berbelanja merupakan bentuk kesenangan yang ada pada perempuan sebagai bentuk peningkatan rasa harga diri dan penampilan yang ada pada dirinya.

Sedangkan laki-laki lebih merasa berbelanja bukanlah suatu hal yang dapat dilakukan untuk mencari kepuasan dan kesenangan pada mereka. Sehingga, kebanyakan perempuan yang sedang merasa depresi atau stres akan mencari kesenangannya melalui berbelanja (Wells, 1975).

Adapula menurut Munandar (2001) yang menuliskan laki-laki kurang menyukai kegiatan berbelanja karena laki-laki biasanya berbelanja hanya sesuai kebutuhan. Adapula menurut Tooy (2015) yang menjelaskan sisi lain dari laki-laki saat berbelanja, mereka tidak menemukan kesenangan dalam mencari, mencoba dan memilih barang-barang melainkan mereka lebih mudah terpengaruh pada bujukan penjual karena merasa tidak enak apabila tidak membeli barang yang ditawarkan

Wathani (2009) juga menuliskan bahwa dalam berbelanja perempuan akan cenderung menghargai produk secara simbolis dan emosional, sedangkan laki-laki menghargai suatu produk secara fungsional. Penelitian sebelumnya juga dibahas oleh Ratnasari dan Suleeman (2017) mengenai regulasi emosi dan penilaian kognitif yang ada pada laki-laki dan perempuan bahwa laki-laki dituntut untuk mampu mengendalikan emosi dan menekan ekspresi emosi khususnya dalam memutuskan untuk membeli suatu barang, sedangkan perempuan lebih banyak menampilkan emosi

Berdasarkan dari perbedaan karakteristik dari laki-laki dan perempuan dalam hal berbelanja, dapat dikatakan bahwa secara kesehatan sosial-emosional, perempuan akan mencari kesenangan dan terdapat rasa kebahagiaan yang muncul saat berbelanja, hal ini membuat tingkat kesejahteraan psikologis dan kepuasan

hidup perempuan menjadi lebih tinggi (Furlong dkk, 2016). Sedangkan untuk laki-laki, berbelanja tidak menjadikan hal yang menyenangkan diri mereka.

Penemuan lain pada penelitian ini terdapat tidak ada perbedaan perilaku konsumtif dan kesehatan sosial-emosional berdasarkan uang saku dan tidak ada hubungan antara kesehatan sosial-emosional dengan perilaku konsumtif berdasarkan uang saku. Hasil temuan perilaku konsumtif berdasarkan uang saku sendiri tidak harus didukung dengan adanya dukungan finansial yang dimiliki seseorang karena pengelolaan uang dari setiap orang berbeda-beda. Tergantung bagaimana keputusan serta pertimbangan seseorang untuk menghabiskan atau membelanjakan uang sesuai kebutuhan atau keinginan mereka (Yamauchi & Templer, 1982). Selain itu, uang saku juga tidak mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif terutama pada orang yang diberikan uang saku dengan pola harian yang membuat jumlah uang terlihat semakin sedikit, setiap orang yang memiliki uang saku berapa pun jumlah uangnya tergantung pandangan dan penilaian tersendiri terhadap uang yang dimilikinya akan digunakan untuk hal-hal lain diluar kegiatan berbelanja barang yang diinginkannya (Setyaningsih, 2013)

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara umum tidak terdapat hubungan kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif pada responden, tetapi apabila dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin akan terdapat hasil yang signifikan untuk laki-laki maupun perempuan karena laki-laki maupun perempuan memiliki karakteristik dan emosional yang berbeda dalam memutuskan untuk membeli suatu barang sesuai dengan penjelasan di atas



Peneliti menyadari bahwa dalam pelaksanaan penelitian ini masih terdapat banyak kelemahan. Responden yang didapatkan peneliti tidak tersebar luas dan merata antar jenis kelamin. Kelemahan selanjutnya adalah munculnya bias pada jawaban responden karena di dalam ruang kelas yang kurang kondusif saat pembagian angket dilakukan saat jam belajar telah usai sehingga ada beberapa responden yang menjawab dengan terburu-buru

### **KESIMPULAN**

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif tidak memiliki hubungan terhadap responden. Tetapi, pada responden laki-laki memiliki kesehatan sosial-emosional yang tinggi dan perilaku konsumtif yang rendah, begitu pula sebaliknya. Sedangkan untuk responden perempuan memiliki kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif yang sama-sama tinggi

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggarasari, R. E., (1997). Hubungan tingkat religious dengan perilaku konsumtif. *Jurnal Psikologika*. 4 (2), 15-20
- Chita, R.C., David, L., & Pali, C., (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*. 3 (1), 297-302
- Cooper, J. A., Knitzer J., Douglass-Hall, Masi R., & Banghart P., (2008). Unclaimed Children Revisited the status of children's mental health policy in the United States New York, NY: Columbia University, National Center for Children in Poverty
- Cooper, J.L., Masi, R., & Vick, J., (2009). *Social-emotional Development in Early Childhood*. New York: Colombia University
- Cruice, M., Worrall L., Hickson, L., & Murison R., (2003). Finding a focus for quality of life with aphasia: social and emotional health and psychological well-being. *Aphasiology*. 17 (4), 333-353
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W., (2002). *Perilaku Konsumen Edisi Keenam Jilid 2*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Erlyanawati, Eva. (2016). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Surakarta. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Fitriyani, N., Widodo, P.B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*. 12 (1), 55-68
- Furlong, M.J., You, S., Renshaw, T.L., Smith, D., & O'Malley, M. (2013). Priliminary development and validation of the social and emotional health survey for secondary school students. *Social Indicators Research*. 117 (3), 1011-1032
- Furlong, Michael J., You, Sukkyung., Shihim, Mark., Dowdy, Erin. (2016). Development and validation of the social emotional health survey-higher education version. *Applied Research Quality Life*. 12 (2), 343-367

- Inunnisa, Lana. (2016). Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. [https://www.kompasiana.com/lanainunnisa/perilaku-konsumtif-mahasiswa\\_58496b97149373f2100be561](https://www.kompasiana.com/lanainunnisa/perilaku-konsumtif-mahasiswa_58496b97149373f2100be561). Diunduh pada tanggal 6 April 2018
- Kotler, P., & Amstrong, G., (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid I*. Jakarta : Erlangga
- Kusumowidagdo, Astrid. (2010). Pengaruh desain atmosfer toko terhadap perilaku berbelanja: studi pada pengaruh gender terhadap respon pengunjung toko. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 3 (1), 17-32
- Lauster, P. (2002). *Tes Kepribadian*. Jakarta: Gaya Media Pratama
- Lina & Rosyid, H.F., (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja. *Jurnal Psikologika*, 4 (2). 5-13
- Myers, D.G. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Munandar, A.S., (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press)
- Pisani, Lulutiana. (2017). Hubungan antara regulasi diri dengan kecenderungan pembelian impulsif pada remaja akhir terhadap produk barang. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma
- Rahayu, T.S., (2013). Pengaruh peran orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Kesatrian 1 Semarang. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Semarang. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang
- Ratnasari, S. & Suleman, J., (2017) Perbedaan tingkat regulasi emosi laki-laki dan perempuan di perguruan tinggi. *Jurnal Psikologi Sosial*. 15 (1), 35-46
- Schiffman, Leon & Kanuk, L.L., (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Tujuh*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Setyaningsih, S.S., (2013). Perilaku konsumtif berdasarkan faktor demografi dan money attitude. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Salatiga: Fakultas Psikologi Universitas Satya Wacana
- Sitorus, R.J., (2013). Dampak penggunaan Blackberry Messenger terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMK Negeri 1 Samarinda dalam berbelanja online. *eJournal Ilmu Komunikasi*. 1 (4), 28-37

- Sukari,. Larasati, A,. Mudjijono,. & Susilantini, E. (2013). *Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB)
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suminar, Eva & Meiyuntai, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*. 4 (2), 145-15
- Susanti, Ekayuli. (2016). Hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa psikologi angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Malang: Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Syamila, Ahda. (2014). Saat Perilaku Konsumtif Menjadi Budaya Remaja. [https://www.kompasiana.com/www.ahdasyamil.com/saat-perilaku-konsumtif-menjadi-budaya-remaja\\_54f92016a33311f8478b4b84](https://www.kompasiana.com/www.ahdasyamil.com/saat-perilaku-konsumtif-menjadi-budaya-remaja_54f92016a33311f8478b4b84). Diunduh pada tanggal 9 November 2017
- Tooy, S.M,. (2015). Analisis perbedaan perilaku impulsive buying konsumen laki-laki dan perempuan berdasarkan proses afektif dan kognitif. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. 3 (2), 111-126
- Wathani, F,. (2009). Perbedaan kecenderungan pembelian impulsif produk pakaian ditinjau dari peran gender. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Medan: Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara
- Wells, W.D. (1975). Psychographics: a critical review. *Journal of Marketing Research*. 12, 196-213
- Yamauchi, Kent & Templer, Donald. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of personality assessment*. 46 (5). 522-528
- You, S., Furlong, M.J,. Dowdy, E., Renshaw, T.L., Smith, D.C., & O'Malley, M.D,. 2013. Further validation of the social and emotional health survey for high school students. *Applied Research in Quality of Life*. 9 (4), 997-1015
- Yuliantari, M.I & Herdiyanto, Y.K,. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*. 2 (1), 89-99

**Identitas Penulis**

Nama : Rahmona Hidayati  
Alamat : Jl. D.I Pandjaitan No. 02 Balikpapan Tengah, Kota  
Balikpapan, Kalimantan Timur  
No. Hp : 0813-5043-2936  
Email : rahmonahdyt@gmail.com