

**HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN 2016 UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA**

**Maria Angelica Putri Lato**

Jurusan Psikologi, FIP, Unesa. Email: marialato@mhs.unesa.ac.id

**Damajanti Kusumadewi, S.Psi., M.Si**

Jurusan Psikologi, FIP, Unesa. Email: damajantikusuma@unesa.ac.id

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini berjumlah 374 mahasiswa FE Angkatan 2016 UNESA. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala konsep diri dan skala perilaku konsumtif. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah korelasi *product moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan korelasi sebesar  $r = -0,547$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) artinya terdapat hubungan antara variabel konsep diri dengan perilaku konsumtif dimana hubungan antar variabel adalah negatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa, semakin tinggi konsep diri yang dimiliki maka semakin rendah pula perilaku konsumtif yang muncul, begitupun sebaliknya.

**Kata Kunci: Konsep Diri, Perilaku Konsumtif, dan Mahasiswa**

**Abstract**

*The purpose of this research aims at examining the relationship between self-concept with consumptive behavior on students in Economic Faculty of State University of Surabaya. This research uses quantitative research method. The subject of this research were 374 students of Economic Faculty. The data were collected, by using self-concept scale and consumptive behavior scale then analyzed by using product moment correlation. The result shows the value of correlation coefficient of -0,547 with a probability level of 0,000 ( $p < 0,05$ ). It means there is a negative correlation between self-concept and consumptive behavior. This result indicates that the higher the self-concept possessed the lower the consumer behavior would be, and vice versa.*

**Keywords: Self Concept, Consumptive Behavior, and Student**

**PENDAHULUAN**

Globalisasi mulai semakin menguat pengaruhnya di Indonesia dalam 2 dekade terakhir. Berbagai perubahan pun mulai terjadi kala itu, terlebih dalam bidang ekonomi dengan segala dampaknya terhadap gaya hidup yang tumbuh seiring dengan peningkatan kehidupan ekonomi masyarakat. Dengan demikian, dapat dikatakan globalisasi memberikan sumbangsih besar terhadap bergesernya pola konsumsi masyarakat. Pengeluaran masyarakat pun lebih beragam, tidak melulu berkaitan dengan persoalan sehari-hari seperti makan dan minum, tetapi juga terkait dengan apa yang disebut sebagai gaya hidup.

Hal ini disebabkan oleh peningkatan kebutuhan dan keinginan masyarakat, diikuti oleh daya beli yang juga ikut meningkat. Tidak jarang pula, seseorang membeli barang dan jasa tanpa didasari pada kebutuhan. Perilaku ini disebut juga dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif didefinisikan oleh Tambunan sebagai keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal (Tambunan dalam Ermawati & Indriyati, 2011). Lebih lanjut, mereka lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan

cenderung dikuasai oleh hasrat duniawi dan kesenangan material semata (Sumartono, 2002). Perilaku konsumsi yang berlebihan ini terjadi pada hampir semua masyarakat (namun dengan kadar yang berbeda-beda), tidak terkecuali mahasiswa.

Mahasiswa diharapkan mampu mengenali dan memahami dirinya dengan baik agar terhindar dari hal-hal negatif, salah satunya adalah perilaku konsumtif. Namun kenyataannya, perilaku konsumtif tidak bisa dihindarkan dari kehidupan mahasiswa di kota besar (Enrico, Aron, & Oktavia, 2014). Mahasiswa di kota besar mendapat akses informasi dan teknologi yang sangat baik, serta didukung oleh kondisi geografis yang memungkinkan. Mereka menjadi lebih mudah mendapatkan akses ke produk, hiburan, dan jasa.

Pengeluaran mahasiswa biasanya berfokus pada keperluan seputar perkuliahan, seperti buku kuliah, fotokopi, cetak tugas, akses internet, dan sebagainya. Hal ini ditambah dengan pengeluaran lainnya seperti biaya transport, biaya kost, belanja bulanan, uang makan, biaya seminar ataupun kursus, serta kebutuhan-kebutuhan lain yang tidak terduga. Pengeluaran ini adalah pengeluaran utama yang biasanya dikeluarkan oleh mahasiswa. Namun

kenyataannya, hal-hal lain masuk dalam daftar kebutuhan mahasiswa yang harus dipenuhi. Seperti biaya *nongkrong*, biaya liburan, belanja produk fashion terbaru, handphone keluaran terbaru, belanja aksesoris, maupun belanja untuk menuruti hobi.

Pada beberapa jurusan di Fakultas Ekonomi, mahasiswa dituntut untuk berpakaian modis dan *update* terhadap *fashion* atau tren saat ini. Hal ini terlihat pada mahasiswa jurusan akuntansi dan manajemen, mahasiswa memiliki tuntutan untuk selalu tampil modis. Alasan kedua adalah pada studi pendahuluan yang dilakukan, peneliti menemukan fenomena menarik. Yaitu bahwa rata-rata mahasiswa memiliki perilaku konsumtif guna memenuhi tuntutan dalam kehidupan perkuliahan, yang terbawa ke kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan berupa wawancara dengan beberapa mahasiswa, mereka menyatakan bahwa mereka memang sering berbelanja secara berlebihan, atau mengkonsumsi barang secara berlebih. Dalam studi pendahuluan, peneliti menemukan fakta bahwa objek perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa terbagi menjadi 3. Yaitu berbelanja produk-produk *branded*, makan di tempat makan unik yang sedang naik daun, berpergian ke tempat wisata (biasanya di luar kota) ketika *weekend*. Perilaku konsumtif yang dilakukan terjadi dalam waktu yang berdekatan, dengan frekuensi yang cukup sering. Enam mahasiswa yang diwawancarai mengakui bahwa mereka sering menghabiskan uang dengan ketiga cara tersebut. Jumlah uang yang dikeluarkan pun juga berbeda-beda antar mahasiswa, berkisar antara 2-4 juta per bulan (di luar biaya kost dan perkuliahan).

Perilaku ini menjadi tidak wajar ketika mahasiswa mau melakukan hal kriminal untuk menuruti egonya. Akhir November 2017, 6 orang remaja membunuh supir taksi online. Motifnya adalah membunuh agar dapat menjual mobil karena ingin mendapatkan uang untuk liburan (Billiocta, 2017). Tidak hanya kriminal, mahasiswi juga biasanya terjun ke dunia prostitusi untuk bisa mengikuti pola konsumsinya yang berlebihan. Mereka rela melakukan pekerjaan yang tidak mencerminkan seorang akademisi untuk mendapatkan uang yang jumlahnya cukup banyak.

Ada beberapa faktor yang mendasari perilaku konsumtif pada mahasiswa. Menurut Lina dan Rosyid, faktor yang mendasari perilaku konsumtif dibagi menjadi 2, yakni faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal mencakup kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan kelompok referensi, serta keluarga. Sedangkan faktor internal yang mendasari perilaku konsumtif adalah motivasi dan harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri (Lina & Rosyid, 1997).

Setiap manusia tentu memiliki pengetahuan tentang dirinya sendiri. Hal inilah yang sering disebut dengan konsep diri. Konsep diri merupakan keyakinan (*belief*) tentang atribut yang melekat pada diri individu yang didapat melalui proses persepsi diri, refleksi atau perbandingan sosial (Suryanto dalam Suminar & Meiyuntari, 2015). Lebih lanjut, Burns menyatakan bahwa konsep diri adalah pandangan keseluruhan yang dimiliki individu tentang dirinya sendiri dan terdiri dari kepercayaan, evaluasi, dan kecenderungan berperilaku (Burns 1993) (Artaningtyas, 2015). Artinya, konsep diri adalah gambaran individu mengenai dirinya sendiri, baik persepsi pribadi yang dapat dipengaruhi dari dalam maupun dari luar. Konsep diri ini dijadikan mahasiswa sebagai pedoman ketika terjun di masyarakat.

Rogers (Hall, Lindzey, & Campbell, 1998) mengatakan bahwa konsep diri mengatur tingkah laku. Konsep diri cenderung konsisten terhadap situasi dan waktu, dan menghasilkan pola tingkah laku yang relatif konsisten. Bagaimana ia berperilaku dan memandang dirinya sendiri, bergantung pada konsep yang ia miliki kepada dirinya. Konsep diri ini akan berdampak pada pembentukan kepribadian seseorang, apakah berkembang ke arah manusia yang ideal atau tidak. Individu dengan konsep diri yang baik, tentu memiliki gambaran positif mengenai dirinya sendiri. Ia akan menerima dirinya sebagaimana adanya dan berusaha meminimalisir kekurangan yang dimilikinya. Sedangkan individu dengan konsep diri negatif akan membuat individu merasa rendah diri dengan kekurangan yang dimilikinya. Ia tidak memiliki pendirian yang teguh karena mudah memiliki pandangan negatif akan dirinya sendiri.

Ketika seseorang tidak merasa puas akan dirinya sendiri, ia akan memikirkan cara untuk dapat memperbaiki penampilan mereka (Hurlock dalam Kristanti, 2008). Individu akan berkaca pada lingkungan sekitar, melihat bagaimana 'standar' sosial dapat berjalan dan bagaimana agar mereka dapat menjadi sama dengan standar sosial tersebut.

Konsep diri dapat diwujudkan dalam bentuk gaya hidup. Individu dapat menilai dirinya dengan menunjukkan identitas diri dan harapan yang muncul setelah identitas tersebut dapat terbentuk. Beberapa mahasiswa yang diwawancarai dalam studi pendahuluan, menyebutkan bahwa mereka cenderung memilih produk yang sudah memiliki reputasi baik untuk dipakai. Dengan memilih produk yang sudah memiliki nama, secara tidak langsung meningkatkan rasa bangga terhadap dirinya. Individu memunculkan identitas yang baru dengan memakai produk-produk tertentu. Konsep diri yang dimiliki cenderung meningkat ketika memakai produk tersebut.

Berdasarkan kondisi-kondisi di atas, muncul pertanyaan berikut: apakah ada hubungan antara konsep

diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNESA angkatan 2016. Untuk dapat menjawab pertanyaan ini, peneliti merasa perlu diadakan penelitian.

## METODE

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Berdasarkan analisis data, penelitian ini menggunakan analisis korelasional untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif.

Lokasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang beralamat di Jalan Kampus UNESA Ketintang, Surabaya. Penelitian ini menggunakan seluruh populasi untuk dijadikan sampel yang merupakan mahasiswa dari semua jurusan Angkatan 2016 di Fakultas Ekonomi UNESA, yang berjumlah 648. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh dengan melibatkan seluruh populasi yang ada, yaitu seluruh mahasiswa angkatan 2016 FE UNESA.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur dua variabel yang ada dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik korelasi *product moment* (*Pearson Correlation*). Korelasi *product moment* dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi dan uji hipotesis, uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normalitas distribusi. Penyebaran data hasil pengumpulan skala dapat mengetahui distribusi normal dan tidak normal. Penelitian ini menggunakan uji normalitas yaitu *test of normality Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan bantuan SPSS versi 24.0 for windows. Uji linieritas dibutuhkan untuk penelitian korelasi. Pengujian ini digunakan bantuan program pengolahan data SPSS 24.0 for windows. Uji hipotesis dalam penelitian ini untuk menjawab hipotesis yang ada peneliti menggunakan korelasi *product-moment* untuk menghitung *r product moment*. Pengujian ini digunakan bantuan program pengolahan data SPSS 24.0 for windows.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogrov-smirnov untuk variabel konsep diri dan perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Distribusi Normal

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Konsep Diri	0,067	Data berdistribusi normal
Perilaku Konsumtif	0,081	Data berdistribusi normal

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel konsep diri 0,067 sedangkan nilai signifikansi dari variabel perilaku konsumtif sebesar 0,081. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel yang terdiri dari motivasi belajar dan *self regulated learning* memiliki sebaran data normal karena nilai signifikansi variabel tersebut  $> 0,05$ .

Hasil olahan deskripsi data statistik didapatkan hasil bahwa nilai untuk variabel konsep diri memiliki rata-rata sebesar 105,21 dengan nilai maksimum sebesar 126 dan memiliki nilai minimum sebesar 62, sedangkan untuk variabel konsep diri memiliki nilai rata-rata sebesar 103,79 dengan nilai maksimum sebesar 139 dan memiliki nilai minimum sebesar 76. Nilai standar deviasi yang dimiliki setiap variabel yaitu variabel konsep diri sebesar 11,985 dan nilai standar deviasi perilaku konsumtif sebesar 12,806.

Tabel 2. *Descriptive Statistics*

	N	Mean	Std. Deviation	Min	Max
Konsep Diri	374	105,21	11,985	62	126
Perilaku Konsumtif	374	103,79	12,806	76	139

Adapun hasil uji linieritas variabel penelitian diketahui bahwa nilai signifikansi linearity dari variabel Y (perilaku konsumtif) dengan variabel X (konsep diri) sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Y dan X adalah linier.

Tabel 3. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Perilaku Konsumtif* Konsep Diri	0,000	Linier

Berdasarkan hasil perhitungan analisis *pearson correlation* dengan menggunakan bantuan program computer SPSS versi 24.0 for windows diperoleh nilai signifikansi berikut ini:

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji *Pearson Correlations*

		Konsep Diri	Perilaku Konsumtif
Konsep Diri	Pearson Correlation	1	-,547**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	374	3740
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-,547**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	374	3740

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

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa besar hubungan antara motivasi belajar dengan perilaku konsumtif mempunyai koefisien pearson korelasi sebesar -0,547 artinya bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang cukup kuat (Wibowo, 2012) dengan demikian hipotesis (Ha) diterima yang artinya terdapat hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Negeri Surabaya. Berdasarkan hasil uji korelasi tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel konsep diri sebesar 0,000 yang berarti nilainya di bawah 0,05 menunjukkan bahwa variabel konsep diri memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel perilaku konsumtif.

## Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa FE angkatan 2016. Berdasarkan uji hipotesis diketahui bahwa konsep diri berhubungan secara signifikan dengan konsep diri, tetapi hubungannya negatif.

Konsep diri adalah gambaran diri yang diketahui oleh dirinya, diorganisasikan melalui persepsi dirinya, keyakinan, perasaan, sikap, dan nilai yang dipandang individu bagian dari karakteristiknya (Fitts, 1971). Dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif, konsep diri memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan dalam proses konsumsi seorang.

Konsep diri yang cenderung negatif memberi ketidanyamanan secara personal bagi individu (Suminar & Meiyuntari, 2015). Ketidaknyamanan ini dirasakan sebagai akibat dari perasaan rendah diri yang dirasakan individu. (Fitts, 1971) menyebutkan ciri-ciri konsep diri negatif yaitu, tidak menyukai dan menghormati diri sendiri, memiliki gambaran yang tidak pasti terhadap dirinya, sulit mendefinisikan diri sendiri dan mudah terpengaruh oleh bujukan dari luar, tidak memiliki pertahanan psikologis yang dapat membantu menjaga tingkat harga dirinya, mempunyai banyak persepsi diri yang saling berkonflik, merasa aneh dan asing terhadap dirinya sendiri.

Seseorang dengan konsep diri negatif cenderung tidak menyukai dan menghormati diri sendiri. Hal ini

dapat diartikan bahwa ia belum bisa sepenuhnya menerima keadaan dirinya. Ia melihat dirinya sebagai sosok yang memiliki kekurangan dan tidak bisa menerima kekurangan tersebut. Individu yang seperti ini selalu melihat celah di dalam dirinya sendiri seperti tidak merasa cantik sesuai standar masyarakat sekitar. Ciri kedua dari konsep diri negatif yaitu memiliki gambaran yang tidak pasti terhadap dirinya. Ia tidak yakin akan dirinya sendiri, dan tidak bisa menggambarkan secara tepat mengenai dirinya sendiri. Individu yang masih ragu ini tentu tidak paham mengenai dirinya sendiri. Ciri ketiga, yaitu sulit mendefinisikan diri sendiri dan mudah terpengaruh oleh bujukan luar. Ketika seseorang tidak bisa mendefinisikan dirinya sendiri, hal ini berarti ia tidak mengenal lebih dalam mengenali dirinya sendiri. Seseorang yang tidak sadar terhadap dirinya sendiri tentu mudah dipengaruhi oleh orang lain, mudah diatur oleh orang lain, serta mudah diperdaya oleh tawaran-tawaran promo atau diskon. Mahasiswa akan lebih mudah terbuju oleh tawaran produk yang mengatakan bahwa produk-produk ini bernilai tinggi, atau memiliki manfaat yang sangat baik.

Ciri selanjutnya yaitu, tidak memiliki pertahanan psikologis yang dapat membantu menjaga tingkat harga dirinya. Ketika tidak memiliki hal tersebut, ia akan mudah goyah dan merasa tidak yakin terhadap dirinya sendiri. Ia tidak merasa percaya atas dirinya sendiri, dan merasa rendah diri ketika berada di lingkungan pergaulan. Ciri selanjutnya adalah mempunyai banyak persepsi diri yang saling berkonflik. Seseorang yang memiliki konsep diri negatif akan menggambarkan dirinya dalam pemikiran yang negatif dan yang mempunyai kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Ciri konsep diri negatif yang terakhir yaitu individu merasa aneh dan asing terhadap dirinya sendiri. Ketika ia tidak mengenali dirinya sendiri, ia akan meragukan dirinya, termasuk dalam keyakinan-keyakinan yang ia yakini. Ia merasa tidak yakin terhadap dirinya sendiri, sehingga mengalami kecemasan yang tinggi.

Seseorang dengan konsep diri negatif cenderung merasa tidak sempurna dan inferior dibanding orang-orang di lingkungannya, sehingga ia melakukan segala cara untuk dapat merasa tenang. Salah satu cara yang ditempuh adalah dengan mengkonsumsi barang-barang tertentu. Pemilihan produk-produk, terutama produk *branded* diyakini dapat menaikkan konsep diri yang dimiliki individu. Sebagai contoh, seseorang yang merasa kulitnya kurang cerah (karena mengikuti standar kecantikan di masyarakat) memilih untuk mengkonsumsi secara berlebihan produk-produk kosmetik yang dapat mencerahkan kulit. Sama halnya dengan seseorang yang meyakini bahwa dirinya kurang *fashionable* atau kurang *stylish*. Ia tentu memilih produk-produk yang diyakini dapat menaikkan konsep diri mereka. Hal ini didukung oleh pendapat (Toth, 2014) yang menyatakan bahwa

individu lebih sering menggunakan suatu produk agar dapat menaikkan konsep diri yang dimiliki. Ada harapan dari individu bahwa dengan ia mengkonsumsi suatu produk, penilaian orang lain terhadap dirinya akan membaik dan berpengaruh terhadap konsep dirinya.

Hasil perhitungan skala konsep diri ini diperoleh bahwa nilai mean empiriknya 105,21 dan mean teoritiknya 110. Nilai mean empirik yang lebih rendah dibandingkan mean teoritiknya menunjukkan bahwa konsep diri yang dimiliki mahasiswa dalam penelitian ini cenderung rendah.

Hasil perhitungan skala perilaku konsumtif diperoleh bahwa nilai mean empiriknya 103,79 dan mean teoritiknya 90. Nilai mean empirik yang lebih tinggi dibandingkan mean teoritiknya menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa dalam penelitian ini cenderung tinggi.

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa subjek penelitian ini memiliki konsep diri yang rendah dan memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Penelitian ini sesuai dengan teori bahwa semakin rendah konsep diri yang dimiliki maka semakin besar perilaku konsumtif yang ditunjukkan, sedangkan jika konsep diri yang dimiliki mahasiswa tinggi maka perilaku konsumtifnya akan semakin rendah.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sari (2015), yang menyebutkan bahwa konsep diri berhubungan negatif dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam menggunakan produk *fashion* bermerk. Mahasiswa melihat produk sebagai simbol, terlebih produk-produk yang *branded* yang memiliki nilai baik di masyarakat. Mahasiswa memilih produk yang dapat menaikkan konsep diri mereka, melalui produk-produk *branded* atau bermerk.

Dalam penelitian ini, variabel konsep diri memiliki pengaruh sebesar 29,9% terhadap variabel perilaku konsumtif. Artinya, variabel konsep diri memiliki pengaruh sebesar 29,9% untuk memunculkan perilaku konsumtif pada mahasiswa FE angkatan 2016 UNESA. Hal ini mengindikasikan bahwa konsep diri bukan merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Ada faktor-faktor lain sebesar 70,1% yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Faktor-faktor tersebut adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, motivasi, harga diri, pengalaman, dan kepribadian (Mangkunegara, 1988).

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Hipotesis dalam penelitian ini diterima sehingga dapat ditarik

kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa angkatan 2016 FE UNESA. Hubungan antara kedua variabel tersebut menunjukkan arah hubungan yang negatif yang artinya semakin rendah konsep diri yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa, begitu sebaliknya. Hasil analisis menunjukkan korelasi yang cukup kuat karena memiliki koefisien korelasi sebesar -0,547.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran kepada pihak-pihak terkait, yakni:

#### 1. Bagi Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan masih ada mahasiswa yang memiliki konsep diri yang rendah, diharapkan mahasiswa dapat meningkatkan konsep diri yang dimiliki agar dapat mengembangkan sifat-sifat positif yang seharusnya dimiliki mahasiswa. Mahasiswa dapat mengikuti kegiatan-kegiatan positif seperti seminar, pelatihan, konferensi, olimpiade atau lomba-lomba. Mahasiswa juga dapat mengikuti organisasi kampus maupun di luar kampus agar dapat mengurangi pikiran-pikiran negatif, dan mencari aktivitas sesuai dengan minat yang dimilikinya.

#### 2. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai konsep diri dengan perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa dan bisa menjadi pertimbangan untuk menciptakan lingkungan yang dapat meningkatkan konsep diri mahasiswa, yang dapat menumbuhkan kepercayaan diri mahasiswa. ramah serta mengurangi perbedaan antar mahasiswa. yang dapat menimbulkan perasaan rendah diri.

#### 3. Peneliti selanjutnya

a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan bahwa konsep diri bukanlah faktor utama yang menyebabkan perilaku konsumtif. Terdapat aspek yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif, seperti kelompok referensi (konformitas), gaya hidup, kelas sosial, keluarga, status, motivasi, dan pengalaman.

b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas populasi serta sampel penelitian pada selingkup universitas.

c. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengawasi pelaksanaan pengambilan data karena dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *media google docs*, dimana peneliti tidak bisa terjun langsung untuk mengawasi pengambilan data oleh subjek.

## DAFTAR PUSTAKA

- Artaningtyas, R. M. (2015). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Burns, R. (1993). *Konsep diri (teori, pengukuran, perkembangan dan perilaku)*. Jakarta: Arcan.
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The factors that influenced consumptive behavior: A survey of university students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publication*, 4 (1), 1-6.
- Ermawati, E., & Indriyati. (2011). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMPN 1 Piyungan. *Journal Spirits*, 2 (1), 1-12.
- Fitts, W. H. (1971). *The self concept and self actualization*. California: Western Psychological Services.
- Hall, C. S., Campbell, J. B., & Lindsey, G. (1998). *Theories of personality*. New York: J Wiley & Sons.
- Lina, & Rosyid, H. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putri. *Psikologika*, 4 (1), 5-13.
- Mangkunegara, A. (1988). *Perilaku konsumen*. Bandung : Enrico .
- Sari, I. K. (2013). Hubungan antara konsep diri dengan kecenderungan dalam menggunakan produk fashion bermerk. *Skripsi tidak diterbitkan*, 1-14.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas, dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona*, 4 (2), 145-152.
- Toth, M. (2014). *The role of self concept in consumer behavior*. Las Vegas: University of Nevada.