

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PSIKOLOGI PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE

Dewi Arum

Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya, dewi.17010664026@mhs.unesa.ac.id

Riza Noviana Khoirunnisa

Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya, rizakhoirunnisa@unesa.ac.id

Abstrak

Masa pandemic seperti saat ini menjadikan aktivitas jual beli secara *online* semakin meningkat yang dapat membantu dalam pemenuhan kebutuhan pada individu. Pembelian secara *online* juga dapat menjadikan munculnya suatu perilaku konsumtif. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *E-commerce* Shopee. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi jurusan Psikologi UNESA dengan jumlah sampel 131 mahasiswi. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan menentukan beberapa karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik parametrik korelasi *Product Moment Pearson*. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *e-commerce* Shopee, hal ini diketahui berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,00 ($p < 0,01$). Selain itu, diketahui pula nilai koefisien korelasi sebesar -0.633 dengan artian bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk kuat dan negatif. Semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimunculkan.

Kata Kunci: Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif, *E-commerce* Shopee.

Abstract

The current pandemic period makes online buying and selling activities increasing, which can help individual needs. Online purchases can also lead to the emergence of a consumptive behavior. The purpose of this study was to determine the relationship between self-control and consumptive behavior in psychology students of Shopee E-commerce users. The population used in this study were all female students majoring in Psychology UNESA, with a total sample of 131 female students. The sampling technique in this study used purposive sampling, by determining certain characteristics that were in accordance with the research objectives. The data analysis technique in this study uses a parametric statistical analysis of Pearson's Product Moment Correlation. The results obtained indicate that there is a significant relationship between self-control and consumptive behavior in psychology students of Shopee e-commerce users, this is known based on a significance value of 0.00 ($p < 0.01$). In addition, it is also known that the correlation coefficient value is -0.633, which means that the relationship between the two variables is strong and negative. The lower the self-control, the higher the consumptive behavior that appears.

Keywords: *Self Control, Consumptive Behavior, E-commerce* Shopee

PENDAHULUAN

Manusia merupakan salah satu makhluk hidup dengan memiliki beberapa kebutuhan yang harus dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan tersebut mengharuskan individu melakukan proses jual beli untuk mencukupi beberapa kebutuhan yang diperlukan. Proses jual beli atau belanja ini merupakan salah satu kegiatan yang paling disukai oleh banyak individu, khususnya pada kaum hawa/wanita (Siswandini, 2020). Proses belanja dapat memberikan efek

yang menyenangkan dikarenakan individu merasa bahagia karena mereka mampu memenuhi beberapa kebutuhan yang diinginkan. Akan tetapi, dari kesenangan dan kebahagiaan tersebut juga dapat memberikan dampak yang kurang baik pada individu apabila tidak dikendalikan sesuai kebutuhan. Sehingga perilaku ini dapat menyebabkan individu kurang mampu dalam melakukan pengendalian diri dalam melakukan pembelian kebutuhan yang mengakibatkan pembelian berlebihan atau perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif sendiri merupakan salah satu perilaku membeli barang yang tidak di dasari oleh adanya kebutuhan melainkan sebuah keinginan yang harus di wujudkan. Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Tripambudi dan Indrawati (2020) memperoleh hasil bahwa pada umumnya fenomena perilaku konsumtif cenderung mudah di temukan pada masyarakat perkotaan, akan tetapi setelah berjalannya waktu dan munculnya perkembangan teknologi yang semakin maju hal tersebut mengalami banyak perubahan. Semua orang saat ini berkemungkinan untuk memiliki perilaku konsumtif dikarenakan adanya internet dan perkembangan teknologi di era digital.

Di era digital ini, kehidupan manusia akan diiringi adanya kemajuan teknologi salah satunya internet. kemunculan internet ini memberikan perubahan yang sangat besar kepada setiap proses kehidupan manusia, sehingga hingga saat ini pengguna Internet akan terus meningkat. Pernyataan tersebut didukung dari hasil data survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (*Penetrasi Dan Pengguna Internet Tahun 2019-2020*, 2020) menunjukkan bahwa total pengguna internet di Indonesia hingga tahun 2020 mencapai 196,7 Juta dengan presentasi 73,3% dari jumlah total populasi sebanyak 266,9 Juta. Hal tersebut menyebabkan adanya perubahan perkembangan manfaat dari adanya internet yang sebelumnya digunakan sebagai alat bantu komunikasi jarak jauh, berubah menjadi suatu kebutuhan sosial yang harus dipenuhi (Fatmawati, 2020). Selain itu, penggunaan internet juga memunculkan manfaat baru yaitu sebagai salah satu tempat proses jual beli dan bisa dilakukan secara online atau kerap kali disebut Online Shopping (Suryani, 2013).

Online shopping merupakan salah satu metode yang menyediakan layanan proses jual beli beberapa produk secara virtual (Nofri & Hafifah, 2018). Online Shopping memiliki kemudahan dan kelebihan yang membantu konsumen dalam mencari produk yang dibutuhkan atauun disukai tanpa harus mengeluarkan tenaga, lebih efisien karena dapat dilakukan dengan situasi kondisi apapun, lebih mudah membandingkan harga serta proses memiliki banyak pilihan dalam proses pembayaran. Terlebih lagi pada masa pandemic, adanya online Shopping ini membantu sebagian besar masyarakat dalam melakukan peroses belanja online. Hampir sebagian besar masyarakat melakukan setiap kegiatan dengan cara online, baik dari komunikasi, berkerja, proses belajar mengajar, belanja dll (“Belanja Online Naik 400 Persen Saat Musim Corona,” 2020). Hal tersebut dikarenakan anjuran dari pemerintah untuk meminimalisir penyebaran Virus Covid-19 selama pandemic dengan mentaati protokol kesehatan. Selain itu, pada masa pandemic, terdapat peningkatan masyarakat untuk melakukan pembelian barang kebutuhan secara

online yang diketahui oleh beberapa survey yang telah dilakukan oleh instansi.

Suatu survey tersebut dilakukan oleh Redseer menyatakan bahwa sejak masa pandemi diperkirakan terdapat peningkatan sekitar 12 juta pengguna baru pada beberapa marketplace. Selain itu, data survey semacam ini juga dilakukan oleh Sirclo yang menyatakan bahwa jumlah pengguna baru pada beberapa marketplace meningkat hingga 90% sejak bulan April 2020. Hasil survey yang telah dilakukan oleh beberapa media memperlihatkan bahwa marketplace merupakan salah satu aplikasi yang sedang banyak diminati oleh beberapa kalangan khususnya dalam masa pandemic yang membuat banyak orang melakukan semua kegiatan di dalam rumah. Sebanyak 97% responden kini mulai mempercayai beberapa *E-commerce* untuk membantu individu dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan (Sirclo, 2020).

E-commerce merupakan salah satu aplikasi yang di jalankan dalam bidang jual-beli baik berupa jasa maupun penjualan barang secara online. Di Indonesia banyak ditemui beberapa *E-commerce* yang banyak digunakan oleh beberapa kalangan yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Buka Lapak, JD.ID, dll. Salah satu *E-commerce* yang paling banyak digunakan dan disukai di Indonesia yaitu Shopee. Sesuai dari hasil survey yang telah dilakukan Iprice Insights (*Peta E-commerce Indonesia*, 2020) menyatakan bahwa *E-commerce* Shopee merupakan salah satu marketplace pertama dengan jumlah pengguna atau pengunjung terbanyak dalam jumlah kunjungan mencapai 93,4 Juta perbulan.

E-commerce Shopee merupakan salah satu marketplace berbasis mobile yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2015 dan langsung di luncurkan di beberapa negara, salah satunya Indonesia. Di Indonesia *E-commerce* Shopee menyediakan platfrom situs belanja dengan memberikan penawaran menarik kepada konsumen. Salah satunya penawaran yang diberikan kepada konsumen yaitu adanya event setiap bulan pada tanggal kembar yang menyediakan penawaran gratis ongkos kirim, flash sale, cashback, potongan harga, dan penurunan harga pasaran yang relatif lebih murah dari harga standar. Shopee juga hadir dengan beberapa kemudahan dalam metode pembayaran yang kemungkinan menjadi salah satu point penting untuk memudahkan proses jual beli. *E-commerce* ini juga memberikan kemudahan konsumen dalam menentukan pilihan produk yang tepat dan toko yang sesuai karna memiliki penanda seperti (Star Seller) dan memiliki fitur rating. Adanya fitur tersebut membantu konsumen agar membeli kepada pedagang yang sesuai dengan kualitas barang yang diinginkan. Selain itu, kelebihan utama pada *E-commerce* Shopee adalah harga yang cukup miring (bisa dikatakan murah) dan persaingan harga antara pedagang lainnya, sehingga konsumen hanya perlu menentukan

berdasarkan dengan lokasi toko dengan rumah atau jumlah total biaya pengiriman tambahan (bila ada).

Adanya beberapa fasilitas yang diberikan Shopee kepada konsumen ini menjadikan munculnya perilaku konsumtif pada masyarakat khusus pada mahasiswi. Sebagian besar mahasiswi memiliki karakteristik yang lebih labil, mudah dipengaruhi yang berkaitan dengan gaya hidup mereka. Gaya hidup pada mahasiswa memiliki ciri khas mulai dari pakaian, berdandan (make-up), gaya rambut, model hijab, dan beberapa kebutuhan lainnya. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nim (2016) yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menginginkan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui cara yang praktis tanpa membuang tenaga dan waktu, dengan harga jual sesuai dengan keuangan mahasiswa atau murah. Pernyataan tersebut semakin mendukung fenomena perilaku konsumtif pada mahasiswi yang dapat muncul karena adanya penawaran-penawaran dari *E-commerce* Shopee dengan melakukan wawancara kepada mahasiswi sebagai studi pendahuluan.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti melalui metode wawancara pada 10 mahasiswa Psikologi UNESA menunjukkan bahwa 8 responden diantaranya rutin melakukan pembelian di Shopee setiap satu bulan sekali. Hal tersebut dikarenakan adanya setiap event kembar dengan menyediakan gratis ongkos kirim minimal Rp.0 pembelian. Beberapa responden beranggapan bahwa hal tersebut merupakan salah satu kesempatan bagi mereka untuk membeli barang tanpa memikirkan uang tambahan untuk ongkos pengiriman. Selain itu, mereka merasa diuntungkan karena melalui event tersebut mereka dapat membeli barang-barang yang mereka butuhkan dengan harga yang sedikit miring dan ada diskon. Banyak dari responden yang menyatakan rela mempersiapkan atau menyisihkan uang untuk mengikuti setiap event tanggal kembar di Shopee. Berdasarkan kebanyakan jawaban dari responden menyebutkan bahwa mereka mempersiapkan uang sebanyak Rp. 100.000 – Rp. 400.000 untuk membeli barang yang lebih dari 10 barang setiap bulannya.

Pada masa pandemic ini, 7 dari 10 responden menyebutkan bahwa mereka semakin sering belanja melalui Shopee untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Mereka bisa melakukan pembelian sebanyak 2-4 kali diluar event gratis ongkir. Hal tersebut dikarenakan selama masa pandemi, beberapa mahasiswa mengurangi melakukan kegiatan diluar rumah sehingga mengharuskan membeli beberapa kebutuhan secara online. Berdasarkan hal tersebut disimpulkan bahwa baik sebelum masa pandemic maupun di masa pandemic tidak ada perubahan intensitas mahasiswa dalam melakukan pembelian online.

Berdasarkan hasil wawancara pada seluruh responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa

memiliki beberapa karakteristik dari perilaku konsumtif. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perilaku konsumtif dengan membeli/mengonsumsi barang secara berlebihan yang dilakukan secara *online* melalui *E-commerce* Shopee. Barang yang dibeli/dikonsumsi dalam hal ini tidak hanya kebutuhan pokok yang terlalu banyak, namun juga kebutuhan lain yang sifatnya tidak mendesak. Studi mengenai perilaku konsumtif penting untuk dilakukan agar dapat meningkatkan pemahaman mengenai perilaku konsumtif sehingga meminimalisir munculnya dampak negatif.

Salah satu factor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu control diri. Kontrol diri dapat membantu individu dalam mengendalikan perilaku untuk mengambil keputusan pembelian melalui adanya pertimbangan terhadap barang yang akan di beli. Individu yang memiliki kontrol diri yang rendah sering kali mengalami kesulitan dalam menentukan konsekuensi atas tindakan yang mereka lakukan, sedangkan individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan cenderung memperhatikan tingkah laku yang tepat untuk digunakan dalam berbagai macam situasi/kondisi (Chita et al., 2015). Pengendalian diri atau self kontrol akan memberikan pengaruh yang positif salah satunya, mahasiswa akan mampu menata keuangan yang dimiliki dengan membelanjakan untuk sesuatu sesuai kebutuhan serta mereka akan lebih percaya diri terhadap penampilan apa adanya yang mereka miliki (Anggraini, 2019).

Berdasarkan penjelasan yang telah diberikan oleh peneliti mengenai fenomena dan permasalahan yang muncul, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut melalui penelitian dengan judul “Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-commerce* Shopee”. Selain itu, terdapat adanya tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *E-commerce* Shopee.

Perilaku konsumtif menurut Erich Fromm (2017) dianggap sebagai perilaku membeli barang yang berlebihan sebagai usaha untuk mendapatkan kesenangan dan kebahagiaan yang bersifat semu atau tidak pasti. Fromm juga menambahkan bahwa seseorang dikatakan konsumtif apabila memiliki barang tidak sesuai dengan kebutuhan secara berlebihan, hanya yang diinginkan saja, dan untuk menunjukkan status dirinya. Sedangkan, Menurut Kotler (2021) perilaku konsumtif merupakan tindakan individu mengonsumsi, menggunakan, memakai sesuatu bukan karena membutuhkan, melainkan karena keinginan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif merupakan bentuk tindakan pembelian produk pada merek lain dengan produk yang sebelumnya belum habis yang memiliki persamaan kegunaan. Menurut Coleman dkk (2011) perilaku

konsumtif merupakan salah satu bentuk perilaku yang muncul tidak didasari oleh pertimbangan irasional yang dapat membuat individu memiliki kecenderungan mengkonsumsi/membeli tanpa batas, serta lebih mengarah pada keinginan untuk memenuhi kebutuhan yang mewah dan berlebihan. Pendapat serupa sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Triyaningsih (2012) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli/mengonsumsi barang yang dilakukan secara berlebihan dan berulang atas dasar pada pemenuhan keinginan. Oleh karena itu, tidak dipungkiri bahwa sebagian besar individu yang memiliki perilaku konsumtif mereka melakukan pembelian barang bukan karna untuk pemenuhan kebutuhan saja, melainkan mereka melakukan pembelian barang didasari karna adanya kesenangan semata yang membuat seseorang kehilangan pemikiran rasionalnya (Munazzah, 2016).

Berdasarkan beberapa definisi perilaku konsumtif menurut para ahli penelitian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan salah satu tindakan yang menunjukkan perilaku membeli barang secara berlebihan hanya untuk memuaskan keinginan sesaat meskipun individu tersebut tahu bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan yang digunakan saat itu.

Perilaku konsumtif memiliki empat aspek menurut Fromm (2017) yaitu pemenuhan keinginan, barang di luar jangkauan, barang tidak produktif, dan status. Pada aspek Pemenuhan keinginan, individu cenderung melakukan pembelian barang secara berlebihan dan memiliki tujuan untuk memuaskan keinginan semata individu yang sering kali dilakukan untuk mendapatkan penawaran/promo /sale/potongan harga. Pada aspek barang di luar jangkauan, individu cenderung melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan pemikiran rasional karna lebih memenuhi keinginan semata dan memaksa individu membeli barang diluar kemampuan finansialnya agar eksistensi dirinya tetap terjaga. Pada aspek barang tidak produktif, individu melakukan pembelian produk yang didasari oleh motif emosional dan situasi saat terjadinya proses pembelian. Dan yang terakhir pada aspek status, Pembelian yang dilakukan untuk memperoleh status tertentu. Individu perlu menjaga eksistensi dirinya untuk mengupgrade diri dengan mengikuti setiap trend yang ada. Barang atau produk yang digunakan individu dapat mempresentasikan status yang dimiliki individu kepada masyarakat.

Selain itu, terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Kotler dan Keller (2018) yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor budaya dalam perilaku konsumtif dipengaruhi oleh adanya peran budaya, sub budaya, dan kelas sosial yang mendorong individu untuk memenuhi standart kebutuhan yang lebih tinggi dari

kebutuhan fungsional. Faktor sosial dalam perilaku konsumtif dipengaruhi oleh adanya kelompok acuan, keluarga, status dan peran yang mendorong individu membentuk perilaku dan gaya baru sesuai dengan acuan kelompok dengan menggunakan produk yang menentukan kedudukan dan peranan di kalangan masyarakat. Faktor psikologi, terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap yang memberikan dorongan, menginterpretasi, membentuk kepercayaan, mendapatkan pengetahuan atau informasi produk yang dapat membentuk keyakinan dan sikap pada individu. Faktor pribadi yang terdiri dari kepribadian individu, usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan konsep diri. Menurut Haryani dan Herwanto (2016) kepribadian merupakan ciri dari bawaan individu seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan adaptasi, kemampuan sosialisasi, dan kontrol diri. Kontrol diri merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap munculnya perilaku konsumtif pada individu. Kontrol diri pada individu dapat mempengaruhi pengambilan keputusan, pengendalian diri, dan mengontrol emosi serta dorongan dalam pengambilan keputusan.

Averill (2012) mendefinisikan kontrol diri merupakan salah satu variabel psikologi yang didalamnya mencakup tiga konsep yang berbeda meliputi kemampuan individu dalam memodifikasi perilaku, kemampuan individu mengenai cara mengelola informasi melalui interpretasi terhadap informasi yang tidak sesuai, dan kemampuan individu untuk memutuskan perilaku dan tindakan berdasarkan dengan keyakinan pada dirinya. Sedangkan menurut Ghufro dan Risnawati (2010) kontrol diri merupakan salah satu kemampuan pada individu dalam mengontrol dan mengelola perilaku berdasarkan pada situasi dan kondisi agar memiliki kemampuan mengendalikan diri, keinginan untuk mengubah dan menyesuaikan perilaku dengan lingkungan, serta berusaha konform dengan orang lain dan mudah menutupi perasaannya. Selain itu, Menurut Tangney, Baumeister, dan Boone (2004) kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam menentukan setiap perilakunya berdasarkan pada nilai atau standart seperti moral, aturan, dan nilai-nilai pada masyarakat yang berpengaruh positif. Kontrol diri berisi mengenai individu secara mandiri berusaha untuk memunculkan perilaku positifnya, dikarekan kontrol diri memiliki peranan yang penting dalam melakukan interaksi dengan orang lain dan lingkungannya supaya dapat membentuk kontrol diri yang matang (Tangney et al., 2004). Kontrol diri dibutuhkan untuk memunculkan beberapa perilaku baru dan mampu mempelajari perilaku baru dengan baik.

Berdasarkan penjelasan mengenai definisi kontrol diri diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu bentuk kemampuan pada individu dalam

mengendalikan, mengontrol, dan mengatur perilaku yang akan dimunculkan agar sesuai dengan lingkungan, serta membantu individu dalam menentukan keputusan berdasarkan pada beberapa pertimbangan melalui pemrosesan informasi.

Terdapat beberapa aspek pada kontrol diri menurut Fromm (2017) yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan. Aspek Kontrol perilaku adalah kemampuan individu dalam mengontrol dan mengendalikan perilaku terhadap suatu kondisi yang kurang menyenangkan. Aspek Kontrol kognitif adalah kemampuan individu dalam mengendalikan diri dengan cara mengolah informasi yang tidak diinginkan melalui cara menilai, menginterpretasi dan menghubungkan pada kejadian kedalam kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologi. Aspek Kontrol Keputusan adalah kemampuan pada individu untuk memilih hasil dan tindakan berdasarkan pada keyakinan yang dimiliki atau disetujui. Kontrol diri ini memiliki peran yang sangat baik dalam menentukan pilihan baik karena adanya suatu kesempatan ataupun kebebasan pada individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Terdapat beberapa uraian penelitian relevan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan memiliki tema yang sama namun memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian yang pertama yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh Syifa Ulayya dan Endah Mujasih (2020) yang berjudul “Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian berupa metode kuantitatif dengan menggunakan teknik Convenience sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat kontrol diri yang cukup tinggi dengan presentase sebesar 66,5% dan presentase perilaku konsumtif sebanyak 64,2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa subjek pada penelitian ini memiliki tingkat kontrol diri yang cukup baik diikuti karena rendahnya perilaku konsumtif pada pengguna e-money.

Penelitian relevan selanjutnya dilakukan oleh Lubis dkk (2020) menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya hubungan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif ini apabila tingkat pengendalian diri yang dimiliki oleh individu tinggi, maka suatu kondisi terjadi dimana seseorang dapat selalu mengendalikan dirinya agar dapat mengontrol dirinya dari berbagai keinginan yang terlalu berlebihan dan berlebihan seperti perilaku konsumtif.

Penelitian ketiga, yang telah dilakukan oleh Nurjanah (2019) dengan judul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”. Penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif survey dengan pendekatan korelasional menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara literasi ekonomi dan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang artinya bahwa semakin rendah tingkat pemahaman pada literasi ekonomi maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif. Akan tetapi terdapat pengaruh positif antara kontrol diri karena mendapatkan hasil yang cukup besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif akan rendah apabila seseorang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas mengenai penelitian relevan yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya terdapat perbedaan antar penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Pertama, perbedaan tersebut yaitu kondisi dan situasi dalam proses penelitian. Perbedaan kondisi dan situasi pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dilakukan penelitian ini dilaksanakan pada masa pandemic Covid-19, sedangkan pada penelitian sebelumnya dilakukan sebelum munculnya Covid-19 atau pada saat semua dapat melakukan kegiatannya dengan mudah. Selain itu, perbedaan lain yang dapat dilihat dalam penelitian ini yaitu peneliti lebih mengfokuskan pada mahasiswi pengguna *E-commerce* Shopee, sedangkan pada beberapa penelitian sebelumnya dilakukan pada bermacam-macam objek penjualan. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-commerce* Shopee” untuk mengkaji lebih dalam dalam kondisi yang berbeda yaitu pada masa pandemic ini.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang lebih menekankan pada analisis data yang bersifat numerikal atau angka yang akan diolah dengan menggunakan metode analisis statistik (Azwar, 2013) Penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau korelasi antara dua variabel atau lebih yang terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat (Jannah, 2018).

Penelitian ini dilakukan di ruang lingkup Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Surabaya. Populasi yang akan digunakan peneliti sebagai subjek penelitian adalah seluruh mahasiswi jurusan Psikologi UNESA yang berjumlah 411 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berupa *purposive sampling*, dengan menentukan beberapa karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Jannah, 2018). Berdasarkan jumlah populasi dari keseluruhan mahasiswi Psikologi UNESA, peneliti

menggunakan sebanyak 131 responden penelitian yang diambil dengan menyusun kriteria untuk menentukan sampel penelitian. Kriteria dalam penelitian ini merupakan Mahasiswi Psikologi angkatan 2018-2020, berjenis kelamin perempuan, memiliki akun *E-commerce* Shopee, menggunakan *E-commerce* Shopee untuk berbelanja selama masa pandemi setidaknya 5 kali dalam satu bulan, dan melakukan pembelian pada barang yang sama/serupa melalui aplikasi *E-commerce* Shopee sebanyak lebih dari 3 kali.

Penelitian ini mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli/mengonsumsi barang secara berlebihan hanya untuk memuaskan keinginan sesaat meskipun individu tersebut tahu bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan yang digunakan saat itu. Batasan perilaku konsumtif dalam penelitian ini yaitu hanya pembelian/konsumsi barang yang dilakukan melalui *E-commerce* Shopee secara berlebihan pada saat jumlah barang yang dimiliki tersebut masih tersedia/tercukupi dan tidak mendesak, baik berupa kebutuhan pokok maupun bukan. Sedangkan, kontrol diri merupakan salah satu bentuk kemampuan pada individu dalam mengendalikan, mengontrol dan mengatur perilaku yang akan dimunculkan agar sesuai dengan lingkungan, serta membantu individu dalam menentukan keputusan berdasarkan pada beberapa pertimbangan melalui pemrosesan informasi.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode skala psikologi, dengan cara melihat respon terhadap pertanyaan yang diberikan (Azwar, 2012). Jenis skala dalam penelitian ini menggunakan skala tertutup yang sudah disertakan beberapa pilihan jawaban. Selanjutnya, responden hanya perlu menjawab pertanyaan atau pernyataan yang diberikan dengan jawaban yang paling sesuai dengan dirinya (Sangadji, 2010). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu peneliti menggunakan skala likert yang memiliki beberapa pilihan jawaban berkisar dari nilai paling positif hingga paling negatif (Jannah, 2018). Penelitian ini menggunakan empat pilihan jawaban yaitu sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai. Pilihan jawaban ini memuat empat pilihan jawaban karena menghindari pilihan jawaban ragu-ragu, sehingga subjek dapat secara tepat menjawab setiap pernyataan yang disampaikan. Selain itu, pilihan jawaban pada alat ukur ini juga disesuaikan dengan pernyataan dalam skala yang lebih tepat untuk dijawab menggunakan kata sesuai.

Pada penelitian ini, Instrumen yang digunakan pada masing-masing variabel dibuat sendiri oleh peneliti. Variabel perilaku konsumtif diukur menggunakan instrumen yang mengacu pada aspek-aspek menurut Fromm (2017) yaitu pemenuhan keinginan, barang di luar jangkauan, barang tidak produktif, dan status. Sedangkan untuk variabel kontrol diri dibuat berdasarkan aspek

menurut Fromm (2017) yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan. Masing-masing skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri sebagai instrumen dalam penelitian ini kemudian dilakukan uji validitas yang menggunakan dengan analisis *product moment pearson* untuk mengetahui validitas dari masing-masing butir pernyataan dalam alat ukur. Sedangkan, uji reliabilitas yang digunakan yaitu analisa *alpha Cronbach* untuk mengetahui tingkat reliabilitas dari alat ukur yang digunakan pada penelitian ini.

Hasil dari uji validitas pada instrumen perilaku konsumtif menunjukkan bahwa terdapat 5 butir pernyataan yang gugur dari total keseluruhan 62 butir pernyataan. Nilai uji validitas dari pernyataan yang gugur ini bergerak dari 0,251 hingga 0,348 ($p < 0,361$). Demikian pula pada instrumen kontrol diri terdapat 4 butir pernyataan yang gugur dari total keseluruhan 34 butir pernyataan. Nilai uji validitas yang ditunjukkan dari butir yang gugur ini bergerak dari 0,244 hingga 0,338 ($p < 0,361$). Berdasarkan hasil uji validitas instrumen yang telah dilakukan maka dapat diketahui pada instrumen perilaku konsumtif terdiri dari 57 butir pernyataan yang valid dan 30 butir pernyataan yang valid pada instrumen kontrol diri. Butir-butir pernyataan valid inilah yang kemudian digunakan untuk melakukan pengambilan data pada subjek penelitian.

Hasil uji reliabilitas pada masing-masing instrumen menunjukkan nilai cukup tinggi yaitu 0,951 pada instrumen perilaku konsumtif dan 0,918 pada instrumen kontrol diri. Berdasarkan nilai *alpha cronbach* dari kedua variabel yang menunjukkan nilai diatas 0,6 maka dapat dikatakan bahwa kedua instrumen reliabel untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian,

Teknik analisis data dalam penelitian korelasi ini menggunakan analisis statistik parametrik korelasi *Product Moment Person* yaitu dengan tahapan awal melakukan uji normalitas dan uji linieritas. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *kolmogrov smirnov test* dengan menggunakan taraf nilai yang signifikan, apabila lebih dari >0.05 maka dapat dikatakan normal dan apabila nilai signifikansi <0.05 maka dikatakan distribusi tidak normal. Sedangkan, dalam uji linieritas menggunakan *anova table* terdapat pedoman yang digunakan yaitu apabila kedua variabel dalam penelitian ini memiliki hubungan linieritas maka hasil signifikansi <0.05 , dan apabila kedua variabel dalam penelitian ini tidak memiliki hubungan linieritas maka hasil signifikasinya >0.05 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan subjek secara keseluruhan berjumlah 131 mahasiswa. Total subjek ini kemudian dibagi menjadi dua dimana 30 subjek pertama sebagai subjek uji coba dari alat ukur yang akan digunakan, 101 subjek sisanya digunakan sebagai subjek penelitian. Subjek pada penelitian ini semuanya merupakan perempuan dan berstatus sebagai mahasiswa Psikologi Unesa dengan rata-rata usia 21 tahun.

Pada penelitian ini dilakukan perhitungan secara statistik deskriptif sebagai awal untuk mengetahui sebaran data pada subjek penelitian. Berikut merupakan hasil dari statistik deskriptif pada penelitian ini:

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Perilaku konsumtif	101	63	165	104,97	17,750
Kontrol Diri	101	76	128	104,26	12,252

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai rata-rata antara perilaku konsumtif dan kontrol diri pada subjek berbeda sangat sedikit, yaitu 0,71 meskipun demikian perilaku konsumtif masih lebih tinggi dibandingkan kontrol diri yaitu 104,97 untuk perilaku konsumtif dan 104,26 untuk kontrol diri. Sebaran data dari perilaku konsumtif juga lebih bervariasi dibandingkan kontrol diri dimana perilaku konsumtif memiliki nilai standard deviasi sebesar 17,750 sedangkan kontrol diri hanya 12,252.

Pada penelitian ini dilakukan pula kategorisasi berdasarkan masing-masing variabel. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkatan dari keseluruhan subjek. Berikut merupakan hasil kategorisasi dari variabel perilaku konsumtif:

Tabel 2. Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Kategori	Norma	Skor	F	Persentase
Kurang Sekali	$-3SD + M \leq X < -1,2SD + M$	$52 \leq X < 84$	10	9,9%
Kurang	$-1,2SD + M \leq X < -0,6SD + M$	$84 \leq X < 94$	14	13,8%
Cukup	$-0,6SD + M \leq X < 0,6SD + M$	$94 \leq X < 116$	50	49,5%
Tinggi	$0,6SD + M \leq X < 1,2SD + M$	$116 \leq X < 126$	14	13,9%

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa mayoritas subjek berada pada kategori cukup, dimana sebanyak 50 subjek memiliki nilai antara 94 hingga 116. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswi Psikologi Unesa memiliki tingkat perilaku konsumtif yang cukup. Hasil kategorisasi pada tabel diatas juga menunjukkan bahwa kategori yang paling sedikit dari subjek penelitian yaitu kurang sekali, dimana hanya terdapat sepuluh subjek yang

memiliki nilai rendah 52 hingga 84. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat sedikit mahasiswa Psikologi Unesa yang memiliki tingkatan kurang sekali dalam perilaku konsumtif.

Tabel 3. Kategorisasi Kontrol Diri

Kategori	Norma	Skor	F	Persentase
Kurang Sekali	$-3SD + M \leq X < -1,2SD + M$	$68 \leq X < 90$	13	12,9%
Kurang	$-1,2SD + M \leq X < -0,6SD + M$	$90 \leq X < 97$	18	17,8%
Cukup	$-0,6SD + M \leq X < 0,6SD + M$	$97 \leq X < 112$	36	35,7%
Tinggi	$0,6SD + M \leq X < 1,2SD + M$	$112 \leq X < 119$	18	17,8%

Kategorisasi pada variabel kontrol diri dapat ditunjukkan melalui tabel berikut ini:

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui bahwa subjek terbanyak berada pada kategori cukup dengan jumlah 36 subjek memiliki nilai antara 97 hingga 112. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Psikologi Unesa memiliki kontrol diri yang cukup. Selain itu melalui tabel di atas juga menunjukkan bahwa kategori kurang sekali merupakan kategori yang di dalamnya terdiri dari paling sedikit subjek yaitu sejumlah 13 dengan nilai antara 68 hingga 90. Hal ini menunjukkan bahwa hanya sedikit mahasiswa Psikologi Unesa yang memiliki kontrol diri rendah.

A. Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sebaran data yang diperoleh. Dasar pengambilan keputusan normalitas data dilakukan dengan melihat nilai signifikan antara dua variabel. Nilai signifikansi yang berada diatas 0,05 ($p > 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa data tersebut memiliki distribusi yang normal, sedangkan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) berarti data tersebut tidak memiliki distribusi yang normal. Pada penelitian ini dilakukan uji normalitas dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Interpretasi
Perilaku Konsumtif	0,200	Data Berdistribusi Normal
Kontrol Diri	0,061	Data Berdistribusi Normal

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui bahwa kedua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih dari 0,05 yaitu 0,200 pada perilaku konsumtif dan 0,061 pada kontrol diri sehingga

dapat dikatakan data dari keseluruhan yang diperoleh berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji Linearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui linear atau tidaknya antara dua variabel yang sedang diteliti, dimana dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif dan kontrol diri. Suatu data dapat dikatakan linear apabila memiliki nilai *deviation from linearity* lebih dari 0,05 begitu sebaliknya apabila memiliki nilai yang kurang dari 0,05 maka dikatakan data dari variabel yang sedang diuji tidak linear. Berikut merupakan hasil uji linearitas yang dilakukan pada penelitian ini:

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Nilai Sig.	Keterangan
Kontrol Diri*	0,955	Linier
Perilaku Konsumtif		

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui bahwa antara kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linier. Hal ini diketahui dari nilai sig. pada *deviation from linearity* yang menunjukkan nilai 0,955 dimana nilai tersebut lebih dari 0,05.

B. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji apakah hipotesis yang telah disebutkan sebelumnya dapat terpenuhi atau tidak. Pada penelitian ini hipotesis yang diberikan yaitu apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi Unesa pengguna *e-commerce* Shopee?. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi sederhana *product moment pearson*. Uji hipotesis ini dilakukan secara tepat karena telah memenuhi uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya yang menunjukkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal dan linear. Berdasarkan data yang telah diolah maka diperoleh hasil uji hipotesis sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

		Perilaku Konsumtif	Kontrol Diri
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	1	-,633**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	101	101
Kontrol Diri	Pearson Correlation	-,633**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	101	101

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

Tabel di atas menunjukkan bahwa antara perilaku konsumtif dan kontrol diri memiliki hubungan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan dari nilai Sig, 0,00 ($p < 0,01$). Pada tabel di atas menunjukkan nilai *pearson corellation* dari kedua variabel yang diuji yaitu -0.633. Hal ini menunjukkan hubungan antara perilaku konsumtif dan kontrol diri memiliki hubungan yang kuat. Selain itu, tabel di atas juga menunjukkan nilai yang negatif pada hubungan antara perilaku konsumtif dan kontrol diri. Hal ini memberikan arti bahwa semakin tinggi perilaku konsumtif maka semakin rendah kontrol diri.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *e-commerce* Shopee. Selain itu, diketahui pula nilai koefisien korelasi sebesar -0.633 dengan artian bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk kuat dan negatif. Semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimunculkan. Hasil penelitian ini mendukung hasil dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ulayya dan Mujiasih (2020), dimana antara kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang kuat dan negatif, meskipun penelitian tersebut memiliki sedikit perbedaan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Perbedaan tersebut yaitu pada penelitian sebelumnya perilaku konsumtif lebih mengarah pada penggunaan *e-money*, sedangkan pada penelitian ini perilaku konsumtif mengacu pada penggunaan *e-commerce* Shopee.

Hubungan yang kuat diantara kedua variabel yang diteliti dalam penelitian ini juga dapat disebabkan karena adanya nilai rata-rata dari kedua variabel yang cukup tinggi. Perilaku konsumtif memiliki nilai rata-rata sebesar 104,97 dan kontrol diri sebesar 104,26. Berdasarkan nilai rata-rata ini maka dapat dikatakan bahwa mahasiswi psikologi Unesa pengguna *e-commerce* Shopee memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan tingkat kontrol dirinya. Perilaku konsumtif yang tinggi ini juga ditunjukkan dari sejumlah 50 mahasiswi yang memiliki

nilai cukup pada kategorisasi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang tinggi pada mahasiswi psikologi unesa yang menggunakan *e-commerce* Shopee banyak disebabkan karena tingkat kontrol dirinya yang lebih rendah dibandingkan dengan tingkat perilaku konsumtifnya.

Perilaku konsumtif pada penelitian ini banyak mengarah pada perilaku saat menggunakan *e-commerce* Shopee. Perilaku konsumtif digambarkan sebagai perilaku membeli/mengonsumsi barang secara berlebihan hanya untuk memuaskan keinginan sesaat meskipun individu tersebut tahu bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan yang digunakan saat itu. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat Nurjanah, Mukhtar, Ulfatmi, dan Trianingsih (2019) yang menyebutkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku dalam mengonsumsi secara berlebihan yang lebih mementingkan keinginan dibandingkan kebutuhan, dan perilaku ini dilakukan tanpa berpikir secara rasional. Perilaku konsumtif saat menggunakan *e-commerce* Shopee dapat dilihat dari beberapa hal yang merupakan indikasi dari munculnya perilaku konsumtif itu sendiri (Sumartono & Djabar, 2002) seperti 1) Membeli produk hanya karena iming-iming hadiah. 2) Membeli produk karena kemasan menarik. 3) Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi. 4) Membeli produk dengan harga mahal dianggap *prestige*. 5) Membeli produk sebagai simbol status. 6) Memakai produk untuk menyamakan diri terhadap model yang menggunakannya.

Perilaku konsumtif yang dilakukan individu dapat memberikan dampak negatif, terlebih pada perilaku konsumtif yang tinggi sehingga menimbulkan dampak merugikan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Astuti (2013) bahwa perilaku konsumtif secara berkepanjangan dapat menimbulkan masalah keuangan secara berlebihan dan terus menerus. Selain itu, perilaku konsumtif yang dilakukan atas dasar memenuhi keinginan sesaat juga dapat menimbulkan dampak negatif berupa pemborosan. Mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif tinggi maka dapat menyebabkan banyak dampak negatif, tidak hanya pada diri sendiri namun juga pada orang tua. Hal ini dapat dilihat dari perilaku konsumtif mahasiswa yang berkepanjangan dapat menyebabkan permasalahan finansial pada keluarga, karena masih banyak mahasiswa yang menggantungkan keuangannya pada orang tua.

Perilaku konsumtif saat ini dapat menjadi semakin tinggi karena kemudahan proses berbelanja. Hal ini diketahui dari tingginya tingkat perilaku konsumtif mahasiswi psikologi yang menggunakan *e-commerce* Shopee. Fasilitas dan layanan pada *e-commerce* Shopee ini menjadikan banyak orang termasuk mahasiswi psikologi unesa menjadi lebih sering dalam melakukan kegiatan berbelanja. Selain itu, pada saat ini konsep dari berbelanja

banyak dijadikan sebagai cerminan dari *life style* dan rekreasi (Hayati dkk, 2020). *Life style* pada perilaku konsumtif mendorong seseorang untuk membeli barang secara instan dan cepat, dimana hal ini dapat terpenuhi ketika berbelanja menggunakan *e-commerce* Shopee.

Setiap individu memiliki kecenderungan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, termasuk jika hal ini dilakukan secara berlebihan maka dapat menjadi perilaku yang konsumtif. Faktor yang menyebabkan munculnya perilaku konsumtif dapat bermacam-macam. Menurut Nurhaini (2018) perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu secara eksternal dan internal. Faktor eksternal atau sosial budaya berupa budaya, kelas sosial, kelompok dan keluarga. Sedangkan faktor internal atau psikologis yaitu pengalaman belajar, kepribadian, sikap, dan keyakinan. Salah satu bentuk dari faktor internal dapat berupa kontrol diri.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kontrol diri pada mahasiswi psikologi yang menggunakan *e-commerce* Shopee memiliki tingkat kontrol diri yang cukup tinggi, meskipun masih lebih tinggi perilaku konsumtifnya. Sebanyak 36 mahasiswi berada pada kategori cukup untuk tingkat kontrol diri. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswi psikologi yang menggunakan *e-commerce* Shopee memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi. Tingkat kontrol diri yang tinggi dapat memberikan dampak yang positif pada diri sendiri. Selain itu, kontrol diri yang baik dapat menciptakan suatu kemampuan individu dalam menyusun, membimbing, mengatur dan mengrahkan bentuk perilaku kearah hal – hal yang positif (Tripambudi & Indrawati, 2020).

Kontrol diri merupakan salah satu bentuk kemampuan pada individu dalam mengendalikan, mengontrol dan mengatur perilaku yang akan dimunculkan agar sesuai dengan lingkungan, serta membantu individu dalam menentukan keputusan berdasarkan pada beberapa pertimbangan melalui pemrosesan informasi (Fromm & Anderson, 2017). Kontrol diri juga dikatakan sebagai kemampuan individu dalam memodifikasi perilaku, mengelola informasi, dan memilih tindakan sesuai keyakinan (Tripambudi & Indrawati, 2020). Kontrol diri dapat digunakan dalam setiap proses kehidupan termasuk menghadapi kondisi di lingkungan sekitar. Kontrol diri dapat dijadikan sebagai suatu pengendali tingkah laku, termasuk pada perilaku konsumtif. Pengendalian perilaku yang dimaksud dalam hal ini yaitu melakukan pertimbangan dahulu sebelum memutuskan suatu tindakan.

Mahasiswi yang mampu mengontrol perilaku maka diharapkan dapat mengendalikan diri dalam berperilaku konsumtif, terutama ketika menggunakan *e-commerce* Shopee (Dewi & Rusdarti, 2017). Hal ini dapat ditunjukkan melalui cara mahasiswi dalam mengontrol pengeluarannya berupa melawan keinginan atau dorongan

untuk membelanjakan uang secara berlebihan atau dengan kata lain tidak membelanjakan uang berdasarkan keinginan namun berdasarkan kebutuhan, sehingga pengendalian diri berhubungan dengan perilaku konsumtif secara lebih baik.

Kontrol diri kebanyakan mengarah pada kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu yang mereka ingin lakukan tanpa hambatan atau kekuatan yang datang dari dalam diri individu (Hayati dkk, 2020). Kontrol diri yang baik dapat membuat pertimbangan prioritas dalam perilaku membeli, memilih antara yang penting maupun tidak sebelum membuat keputusan. Sebaliknya, individu yang memiliki kelemahan dalam kontrol diri akan membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan prioritasnya.

Kontrol diri pada individu termasuk pada mahasiswa dapat dipengaruhi karena beberapa faktor diantaranya secara eksternal dan internal (Sari, 2019). Faktor internal yang banyak berpengaruh pada kontrol diri yaitu usia, semakin bertambahnya usia maka semakin tinggi kontrol diri seseorang. Faktor eksternal sendiri dapat digambarkan melalui lingkungan sekitar individu seperti lingkungan keluarga. Hal ini dapat diketahui berdasarkan bagaimana cara orang tua dalam mengasuh anak sehingga memunculkan kontrol diri yang sesuai. Pola asuh yang baik dapat menjadikan anak memiliki kontrol diri yang baik pula.

PENUTUP

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang menggunakan *e-commerce* Shopee. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi pengguna *e-commerce* Shopee, hal ini diketahui berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,00 ($p < 0,01$). Selain itu, diketahui pula nilai koefisien korelasi sebesar -0.633 dengan artian bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk kuat dan negatif. Semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimunculkan.

SARAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian ini maka terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan diantaranya yaitu:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas penelitian dengan tidak hanya menggunakan kontrol diri sebagai variabel independen yang diteliti. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya mampu lebih mendalam pada penelitian mengenai perilaku konsumtif mahasiswa,

terutama yang menggunakan *e-commerce* Shopee. Penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan dalam metode yang berbeda seperti metode kualitatif maupun eksperimen.

2. Bagi Mahasiswa

Saran yang dapat peneliti sampaikan pada mahasiswa yaitu hendaknya mengurangi perilaku konsumtif terutama ketika menggunakan *e-commerce* Shopee. Hal ini dapat dilakukan dengan mengurangi pembelian yang tidak terlalu dibutuhkan. Mahasiswa harus dapat menentukan kapasitas pembelian yang dilakukan sehingga tidak menimbulkan kerugian baik bagi diri sendiri maupun orang lain.

3. Bagi Pihak Kampus

Pihak kampus dapat memberikan fasilitas dan layanan kepada mahasiswa untuk membantu mengurangi atau menurunkan perilaku konsumtif. Hal ini dapat diwujudkan melalui pemahaman dan pembelajaran kepada mahasiswa mengenai dampak dari perilaku konsumtif. Selain itu, juga dapat dilakukan pelatihan yang mampu meningkatkan kontrol diri pada mahasiswa. Melalui hal ini diharapkan mahasiswa mampu untuk mengelola perilaku konsumtif serta meningkatkan kontrol dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal*. Skripsi.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 79-83., 1(2), 79-83.
- Averill, J. R. (2012). *Anger And Aggression: An Essay On Emotion*. Springer Science & Business Media.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas Dan Validitas Edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian (Edisi Ke-1)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Belanja Online Naik 400 Persen Saat Musim Corona. (2020). *Cnn Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200707172450-92-521925/Belanja-Online-Naik-400-Persen-Saat-Musim-Corona>
- Chita, R. C. M., 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. *Ebiomedik*, 3(1).

- Coleman, J. S., Muttaqien, I., Widowatie, D. S., & Purwandari, S. (2011). *Dasar-Dasar Teori Sosial. Cetakan Ke-4*. Nusa Media.
- Dewi, N., & Rusdarti, R. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal Of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38.
- Fromm, E., & Anderson, L. A. (2017). *The Sane Society*. Routledge.
- Ghufron, M. N., & Risnawita S, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2016). Hubungan Konformitas Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 5–11.
- Hayati, A., Yusuf, A. M., & Asnah, M. B. (2020). Contribution Of Self Control And Peer Conformity To Consumptive Behavior. *International Journal Of Applied Counseling And Social Sciences*, 1(2), 16–24.
- Jannah, M. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Surabaya: Unesa University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*.
- Lubis, L., Abdillah, A., & Lubis, H. K. (2020). The Relationship Of Self-Control And Conformity With Consumptive Behavior Of Network Computer Engineering Students At Smk Negeri 2 Binjai. *International Journal On Language, Research And Education Studies*, 4(2), 209–222.
- Munazzah, Z. (2016). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Uin Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Nim, M. S. (2016). Perilaku Sosial: Jual-Beli Online Di Komunitas Mahasiswi Tinjauan Teori Pertukaran Sosial (Social Exchange Theory) Oleh George Homans. *Sociologique, Jurnal Sosiologi*, 3(4).
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132.
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh Konsep Diri Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1).
- Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Parameter: Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, 31(2), 124–133.
- Penetrasi Dan Pengguna Internet Tahun 2019-2020*. (2020). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://www.apjii.or.id/survei>
- Peta E-Commerce Indonesia*. (2020). Iprice Insights. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Sangadji, E. M. (2010). Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian. *Yogyakarta: Cv Andi Offset*.
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1).
- Siswandini, N. (2020). Kenapa Kebanyakan Wanita Suka Belanja? Ini Lima Alasannya. *Kontan.Id*. <https://lifestyle.kontan.co.id/news/kenapa-kebanyakan-wanita-suka-belanja-ini-lima-alasannya>
- Sumartono, & Djabar, H. B. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). Perilaku Konsumen Di Era Internet Implikasinya Pada Strategi Pemasaran (Cetakan Pertama). *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self - Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, And Interpersonal Success. *Journal Of Personality*, 72(2), 271–324.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Empati*, 7(2), 597–603.
- Triyaningsih, S. L. (2012). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2).
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, 9(4), 271–279.