

HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UBH PENGGUNA SHOPEE

Risa Salsabila, Suci Rahma Nio
Universitas Negeri Padang
e-mail: risasalsabila96@gmail.com

Abstract: Self-control with consumptive behavior of UBH Law faculty students using Shopee. This study aims to determine the relationship between self-control and consumptive behavior of Bung Hatta University Law faculty students who use Shopee e-commerce accounts. This research uses a quantitative method with a correlational research design. The sampling technique used is purposive sampling technique. The sample in this study were students of the Law Faculty of Bung Hatta University users of Shopee e-commerce accounts totaling 94 people. The measurement uses a scale of consumptive behavior and self-control that was adapted from previous research. Data analysis using Product Moment Correlation Coefficient. The results showed that there was no relationship between self-control and consumptive behavior in Bung Hatta University Faculty of Law students who use Shopee e-commerce accounts ($r = 0.144$; $p = 0.167$).

Keywords: Consumptive behavior, self-control, e-commerce

Abstrak: Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas hukum UBH pengguna Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee yang berjumlah sebanyak 94 orang. Pengukuran menggunakan skala perilaku konsumtif dan kontrol diri yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya. Analisis data menggunakan *Product Moment Correlation Coefisien*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee ($r = 0,144$; $p = 0,167$).

Kata Kunci: Perilaku konsumtif, kontrol diri, *e-commerce*.

PENDAHULUAN

Zaman yang serba *modern* seperti sekarang ini dijuluki sebagai zamannya “generasi milenial” dimana masyarakat generasi sekarang ini cenderung bergantung pada kecanggihan teknologi yang dapat memudahkan kita dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, salah satunya yaitu ketergantungan pada internet. Internet merupakan satu dari sekian banyak teknologi informasi yang digunakan masyarakat dunia. Internet adalah suatu jaringan komputer yang sangat besar, terdiri dari jutaan perangkat komputer yang terhubung untuk penukaran informasi antar komputer tersebut. Seiring berjalannya waktu, pengguna internet setiap tahun memiliki peningkatan khususnya di Indonesia sendiri.

Tahun 2015 terdapat sebanyak 93,4 juta pengguna, tahun 2016 sebanyak 102,8 juta pengguna, tahun 2017 naik menjadi 112,6 juta pengguna dan pada tahun 2018 sebanyak 123,0 juta pengguna. Semakin bertambahnya pengguna internet membuktikan bahwa internet memberikan dampak yang positif bagi penggunanya seperti mencari informasi, media komunikasi, media hiburan dll. Salah satu kemudahan yang dirasakan masyarakat dengan adanya internet yaitu adanya kemudahan transaksi berbelanja secara *online* atau yang disebut juga *e-commerce*. Semakin meningkatnya perilaku berbelanja

online ini tentu saja meningkatkan persaingan antara aplikasi berbasis *e-commerce*. Saat ini di Indonesia sendiri ada sekitar lebih dari 10 aplikasi yang berkembang pesat seperti: Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli dll.

Menurut hasil *snapchart* mengenai perilaku berbelanja *online* di Indonesia yang dilakukan dengan cara mengumpulkan struk belanjaan pembeli yang dilakukan dengan menggunakan metode *survey* daring pada Januari 2018, menunjukkan bahwa Shopee, Lazada dan Tokopedia merupakan *brand* yang paling diminati oleh konsumen. Namun diantara 3 *e-commerce* tersebut Shopee termasuk aplikasi yang paling banyak diminati oleh responden. Shopee unggul dengan skor *awareness* sebesar 81, Lazada 80 dan Tokopedia sebesar 78 (Fauzi, 2018).

Shopee juga unggul sebesar 37% sebagai *e-commerce* yang paling sering digunakan diikuti oleh Tokopedia sebesar 25% dan Lazada sebesar 20%. Shopee merupakan *e-commerce marketplace* pertama berbasis *mobile* di kawasan Asia tenggara. Shopee didirikan oleh Crish Feng dan diresmikan pertama kali pada bulan Desember 2015 secara serentak di 7 negara yang salah satunya termasuk Indonesia.

Dikarenakan Shopee lebih populer dikalangan anak muda maka peneliti tertarik mengambil subjek mahasiswa di

salah satu kampus di kota Padang, yaitu mahasiswa Fakultas Hukum UBH. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan 10 orang subjek dapat disimpulkan bahwa mereka tertarik belanja di Shopee karena harga-harga yang di tawarkan sangat terjangkau, adanya diskon besar-besaran dan potongan bahkan gratis pada ongkos kirim. Tetapi ada kalanya Shopee mengirim barang yang tidak sesuai permintaan. Namun hal tersebut tidak membuat jera untuk tetap belanja di Shopee.

Tingginya minat belanja *online* mahasiswa di aplikasi Shopee ini, tentu saja mampu meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Menurut Lina dan Rosyid, (1997) perilaku konsumtif adalah perilaku yang cenderung ada di individu karena apabila individu tersebut membeli sesuatu di luar suatu kebutuhan, dan pembelian tidak didasarkan pada kebutuhan, tetapi sudah menjadi keinginan yang sudah berlebihan. Bagaimana perilaku seseorang dalam belanja tentu dapat menggambarkan bagaimana seseorang tersebut mampu mengontrol keinginannya. Apakah ia bisa menahan diri agar tidak belanja meskipun sangat ingin atau sebaliknya. Bagaimana kemampuan seseorang dalam mengontrol keinginannya ini dapat disebut dengan kontrol diri.

Kontrol diri menurut Munandar, (2001) merupakan kemampuan dalam

mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang dapat memberikan dampak pada seseorang dalam membeli atau bahkan menggunakan sesuatu. Adanya kecenderungan hubungan yang timbal balik antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif ini membuat peneliti tertarik untuk melihat apakah benar jika kontrol diri seseorang tinggi maka perilaku konsumtifnya rendah, begitu juga sebaliknya.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari Tripambudi dan Indrawati, (2018), bahkan Indah, Haryani dan Herwanto, (2015) yang menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang saling berkorelasi antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Begitu juga dengan hasil penelitian lain yang menyimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif (Anggreini & Mariyanti, 2014; Chita, David, & Pali, 2015; Astidewi, 2018). Namun kesimpulan tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Erlyanawati, (2016) yang menyatakan tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, berdasarkan penjabaran fenomena-fenomena di atas peneliti tertarik meneliti tentang bagaimana “Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta Pengguna Akun *E-commerce* Shopee.

METODE

Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Desain yang digunakan yaitu desain penelitian korelasional dengan mengelompokkannya ke dalam dua kelompok, yaitu variabel satu perilaku konsumtif dan variabel dua kontrol diri. Defenisi oprasional perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli suatu barang hanya dikarenakan faktor keinginan tidak berdasarkan faktor kebutuhan atau kegunaan dari suatu produk tersebut. Sedangkan defenisi operasional kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan emosi, tingkah laku individu itu sendiri.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa fakultas Hukum UBH pengguna akun *e-commerce* Shopee dengan sampel sebanyak 94 orang. Sampel tersebut diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa Hukum UBH pengguna Shopee yang setiap bulannya belanja dengan membeli dua bahkan lebih produk dalam sekali transaksi.

Penelitian ini memakai dua alat ukur yaitu skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Aitem-aitem skala tersusun dari *favorable* dan *unfavorable*, tujuannya untuk menghindari *stereotype* jawaban. Pernyataan *favorable* adalah pernyataan yang mendukung atau memihak objek penelitian. Sedangkan

pernyataan *unfavorable* adalah pernyataan yang tidak mendukung objek penelitian. Skala perilaku konsumtif memiliki 4 alternatif jawaban, pada aitem *favorable* pilihan jawaban tertinggi yaitu (SS) Sangat Setuju nilai = 4, (S) Setuju nilai = 3, (TS) Tidak Setuju nilai = 2, (STS) Sangat Tidak Setuju = 1. Sebaliknya pada aitem *unfavorable* pilihan jawaban tertinggi yaitu (STS) Sangat Tidak Setuju = 4, (TS) Tidak Setuju nilai = 3, (SS) Sangat Setuju nilai = 2, (S) Setuju nilai = 1.

Skala perilaku konsumtif merupakan adaptasi skala dari penelitian (Ningrum, 2011) yang terdiri dari 51 dengan validitasnya berkisar antara 0,318 sampai dengan 0,768, dan reliabilitasnya sebesar 0,954. Sedangkan skala kontrol diri di adaptasi dari skala penelitian (Bhuwaneswary, 2016) yang tersusun dari 14 aitem gugur dan 26 aitem valid dengan validitas berkisar antara 0,255 sampai dengan 0,512 dan reliabilitasnya sebesar 0,785. Untuk melihat bagaimana hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas (x) kontrol diri dan variabel terikat (y) perilaku konsumtif, peneliti menggunakan *product moment* oleh Pearson dalam menganalisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis. Teknik korelasi *product moment* yang berguna agar dapat melihat hubungan antara dua variabel yang berjenis interval atau rasio (Winarsunu, 2009). Perhitungan

data dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan pada 94 subjek penelitian diperoleh hasil analisa dari korelasi *product*

moment. Koefisien korelasi (r) antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif sebesar 0,144 dengan signifikansi (p) = 0,167 ($p > 0,05$). Tidak terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum UBH pengguna akun *e-commerce* Shopee.

Tabel 1. Rerata Hipotetik dan Rerata Empirik Skala Perilaku Konsumtif dan Skala Kontrol Diri (n=94)

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Perilaku konsumtif	51	204	127,5	25,5	78	190	123,84	18,683
Kontrol diri	26	104	65	13	56	104	77,14	8,361

Berdasarkan data pada tabel dapat dilihat bahwa rerata empiris perilaku konsumtif subjek adalah 123,8 sementara rerata hipotetik subjek yaitu 127,5. Ini menunjukkan bahwa skor rata-rata empiris subjek penelitian lebih kecil daripada rerata hipotetik penelitian. Artinya bahwa kecendrungan perilaku konsumtif pada subjek dalam penelitian ini bisa dikatakan sedang atau rendah. Kemudian terlihat bahwa rerata empiris kontrol diri adalah 77,14 sedangkan rerata hipotetiknya 65. Hal ini menunjukkan secara umum skor rerata empiris subjek penelitian lebih besar daripada rerata hipotetik penelitian. Artinya skor kontrol diri subjek dalam penelitian ini berada pada tingkat yang tinggi atau lebih positif.

Kategori subjek berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif, pada aspek pembelian tanpa rencana, sebanyak 3 orang subjek (3,2 %) berada dalam kategori tinggi, 84 orang subjek (84,4%) ada dalam kategori sedang, dan 7 orang subjek (7,4%) berada dalam kategori rendah. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa Hukum UBH pengguna Shopee berdasarkan aspek pembelian tanpa rencana berada pada taraf kategori sedang. Kemudian dilihat dari aspek pembelian tidak rasional, sebanyak 10 orang subjek (10,6%) ada dalam kategori tinggi, 69 orang subjek (73,4%) berada dalam kategori sedang, dan 15 orang subjek (16,0%) berada dalam kategori rendah. Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa

perilaku konsumtif pada mahasiswa Hukum UBH pengguna Shopee berdasarkan aspek pembelian tidak rasional berada pada taraf kategori sedang.

Aspek pemborosan, sebanyak 7 orang subjek (7,4%) ada dalam kategori tinggi, 79 orang subjek (84,0%) ada dalam kategori sedang, dan 8 orang subjek (8,5%) ada dalam kategori rendah. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa Hukum UBH pengguna Shopee berdasarkan aspek pemborosan berada pada taraf kategori sedang. Kategori subjek dilihat dari aspek-aspek kontrol diri, pada aspek *behavioral control*, sebanyak 65 orang subjek (69,1%) dalam kategori tinggi, 29 orang subjek (30,9%) ada dalam kategori sedang, dan 0 orang subjek (0%) ada dalam kategori rendah. Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kontrol diri mahasiswa Hukum UBH pengguna Shopee berdasarkan aspek *behavioral control* berada pada taraf kategori tinggi.

Dilihat dari aspek *cognitive control*, sebanyak 46 orang subjek (48,9%) ada dalam kategori tinggi, 48 orang subjek (51,1%) berada dalam kategori sedang, dan 0 orang subjek (0%) berada dalam kategori rendah. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kontrol diri pada mahasiswa Hukum UBH pengguna Shopee berdasarkan aspek *cognitive control* ada pada taraf kategori sedang.

Berdasarkan aspek *desicional control*, sebanyak 41 orang subjek (43,6%) ada dalam kategori tinggi, 53 orang subjek (56,4%) berada dalam kategori sedang dan 0 orang subjek (0%) ada dalam kategori rendah. Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kontrol diri pada mahasiswa Hukum UBH pengguna Shopee berdasarkan aspek *desicional control* berada pada kategori sedang. Uji asumsi yang dilakukan sebelum uji hipotesis yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Hasil dari uji normalitas skala perilaku konsumtif diperoleh nilai K-SZ = 0,696 dengan $p = 0,717$ ($p > 0,05$) dan skala kontrol diri diperoleh nilai K-SZ = 1,266 dengan $p = 0,081$ ($p > 0,05$).

Berdasarkan hasil uji normalitas didapatkan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Sedangkan hasil dari uji linearitas didapatkan dengan melihat nilai *deviation from linearity* didapatkan nilai p sebesar 0,051 ($p > 0,05$) artinya bahwa data berhubungan secara linear. Berdasarkan hasil analisis korelasi tentang hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum UBH pengguna akun *e-commerce* Shopee, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee. Penelitian dilakukan terhadap subjek yang setiap bulan belanja di Shopee dengan membeli 2 bahkan lebih produk/barang dalam sekali transaksi dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dari hasil analisis korelasi antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee. Ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian dari Erlyanawati, (2016) yang menyatakan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa secara umum perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee ada pada taraf kategori yang sedang. Ini berarti subjek dalam penelitian ini masih cenderung berbelanja secara berlebihan tanpa memperhitungkan konsekuensinya.

Dilihat dari masing-masing aspek perilaku konsumtif yang dikembangkan berdasarkan teori Lina dan Rosyid, (1997), pada aspek yang pertama yaitu pembelian tanpa rencana (*impulsive buying*) menurut Utami, (2006) adanya pembelian impulsif terjadi karena konsumen melihat produk atau merk tertentu yang tampak menarik sehingga membuat konsumen merasa ingin mendapatkannya, biasanya karena adanya suatu hal yang menarik dari toko tersebut. Sehingga konsumen melakukan pembelian tanpa terencana.

Berdasarkan hasil penelitian, aspek *impulsive buying* pada subjek berada pada taraf kategori yang sedang. Ini berarti subjek dalam penelitian ini masih cenderung berbelanja produk/barang di Shopee secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan sebelumnya dikarenakan berbagai faktor seperti adanya diskon atau potongan harga baik pada produk maupun ongkos kirim. Ini juga sejalan dengan ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Sumartono, (2002) yaitu konsumen membeli suatu produk hanya karena adanya promo hadiah dan kemasan yang menarik dari produk/barang tersebut. Adanya stimulus-stimulus seperti itu dapat merubah persepsi seseorang terhadap suatu produk/barang sehingga seseorang dapat dengan mudahnya berbelanja tanpa memikirkan hal-hal lainnya. Persepsi menurut Kothler (dalam Indah, Haryani & Herwanto, 2015) menjadi

salah satu faktor yang dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif.

Aspek yang kedua yaitu pembelian tidak rasional (*non rational buying*). Pembelian tidak rasional ini muncul karena adanya suatu motif yang lebih di pengaruhi oleh emosional dibandingkan kognitif. Menurut Rasimin (1995) motif juga menjadi salah satu aspek seseorang dalam berperilaku konsumtif. Menurut Nugroho (2003) motif emosional merupakan motif yang dipengaruhi oleh rasa penasaran, konsumen terkesan terburu-buru dalam membeli produk tersebut dan tidak mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi kedepannya. Jadi pembelian tidak rasional ini merupakan suatu bentuk pembelian yang hanya dilandasi oleh emosi semata tidak berdasarkan pemikiran yang rasional. Berdasarkan hasil penelitian, pada aspek *non rational buying* subjek berada pada taraf kategori yang sedang. Ini berarti subjek pada penelitian ini masih cenderung membeli produk hanya karena faktor senang atau suka bukan berdasarkan faktor kebutuhan.

Aspek yang terakhir yaitu pemborosan (*wasteful buying*) menurut Lina dan Rosyid (1997) merupakan suatu bentuk tingkah laku yang mengeluarkan banyak uang tanpa dilandasi suatu kebutuhan. Seseorang yang konsumtif cenderung boros dalam membelanjakan

sesuatu. Mereka cenderung membeli produk/barang yang tidak terlalu penting dengan menghabiskan uang saku mereka tanpa mereka sadari. Berdasarkan hasil penelitian, pada aspek *wasteful buying* subjek berada pada taraf kategori yang sedang. Ini berarti subjek dalam penelitian ini masih cenderung membeli produk/barang yang tidak benar-benar mereka butuhkan dengan menghambur-hamburkan banyak dana. Ini sesuai dengan ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) yaitu membeli produk berdasarkan pertimbangan harga. Maksudnya disini, konsumen rata-rata gemar berperilaku yang tampak seperti individu dengan kehidupan yang mewah, sehingga konsumen berusaha menggunakan berbagai hal agar terlihat mewah. Menurut Kothler (dalam Indah, Haryani & Herwanto, 2015) Gaya hidup juga menjadi salah satu faktor seseorang terbiasa boros dalam berbelanja.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa secara umum kontrol diri mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee ada pada kategori sedang. Ini berarti subjek dalam penelitian ini masih memiliki pengendalian diri yang kurang, sehingga masih sering terpengaruhi oleh berbagai stimulus. Dilihat dari masing-masing aspek menurut Averill kontrol diri memiliki 3 aspek yaitdu : *behavioral*

control, *cognitive control* dan *decisional control*. Menurut Averill (1973) *behavioral control* merupakan bagaimana kesiapan respon seseorang terhadap suatu keadaan. Individu yang memiliki *behavioral control* yang bagus artinya individu tersebut tidak mudah terpengaruh, memiliki kemampuan untuk mengendalikan situasi dan keadaan dirinya sendiri. Dan individu tersebut juga tahu apa saja langkah dan keputusan yang akan ia ambil.

Berdasarkan hasil penelitian, subjek memiliki *behavioral control* yang tinggi. Artinya subjek merupakan individu yang memiliki pengendalian perilaku dan sikap yang bagus sehingga tidak mudah untuk dipengaruhi. *Cognitive control* menurut Averill (1973) merupakan kemampuan seseorang dalam mengolah suatu informasi. Individu yang memiliki *cognitive control* yang bagus artinya individu mampu mencerna terlebih dahulu informasi yang didupakannya, dan mampu memberikan penilaian tersendiri mengenai sesuatu. Berdasarkan hasil penelitian, subjek memiliki *cognitive control* yang sedang. Artinya subjek belum terlalu bijak dalam menyikapi berbagai informasi sehingga mempengaruhi penilaiannya terhadap sesuatu.

Menurut Averill (1973) *decisional control* merupakan kemampuan seseorang mengambil suatu keputusan berdasarkan keyakinan sendiri. Individu yang memiliki

decisional control yang bagus artinya individu tersebut mampu bertindak sesuai dengan prinsipnya, berani mengambil keputusan sendiri dan tidak mudah terpengaruh. Berdasarkan hasil penelitian, subjek memiliki *decisional control* yang sedang. Artinya subjek masih memiliki keraguan dalam bertindak dan mengambil keputusan, sehingga masih mudah terpengaruh oleh berbagai stimulus.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kontrol diri mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee berada pada kategori sedang dan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee berada pada kategori sedang. Namun tidak terdapat suatu hubungan yang saling mempengaruhi antara kedua variabel tersebut. Artinya kontrol diri bukan merupakan sebuah variabel kuat yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Dilihat dari faktor-faktor perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997) diantaranya: (a) adanya faktor kebudayaan (budaya, sub budaya dan kelas sosial). (b) adanya faktor sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status). (c) adanya faktor pribadi (usia, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian). Dan (d) adanya faktor psikologis (motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap). Banyaknya faktor-

faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif tersebut menunjukkan bahwa aspek-aspek kontrol diri tidak terlalu memberikan pengaruh pada perilaku konsumtif seseorang. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian (Erlyanawati, 2016) dan menarik kesimpulan bahwa kontrol diri hanya memberikan pengaruh sedikit terhadap perilaku konsumtif seseorang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara umum kontrol diri mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee berada pada kategori sedang.
2. Secara umum perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee berada pada kategori sedang.
3. Berdasarkan hasil analisis korelasi tentang hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee diperoleh

hasil bahwa tidak terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee.

Saran

Berikut saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian ini, saran dari peneliti diantaranya:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan sebagai evaluasi diri bagi mahasiswa melihat bahwa mahasiswa khususnya wanita sangat rentan dengan kecenderungan berperilaku konsumtif. Subjek dalam penelitian ini diharapkan agar lebih meningkatkan kontrol dirinya sehingga dapat mengendalikan kecenderungan berperilaku konsumtif. Bagi subjek yang memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif yang tinggi diharapkan agar bisa lebih melatih dan meningkatkan kontrol dirinya sehingga dapat mengontrol kecenderungan berperilaku konsumtif.
2. Untuk peneliti selanjutnya agar lebih bisa mendalami lagi berbagai variabel, faktor serta aspek yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif seseorang. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian mengenai kontrol diri dan

perilaku konsumtif, sehingga penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu psikologi, khususnya di bidang Psikologi Industri dan Organisasi. Dan untuk kedepannya agar dapat mengembangkan pada penelitian selanjutnya.

3. Diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan cakupan populasi yang lebih luas lagi, agar dapat lebih menggambarkan lagi bagaimana hubungan dari kedua variabel tersebut serta bagaimana perbedaan jenis kelamin mempengaruhi perilaku konsumtif dan kontrol diri seseorang.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggreini, R., & Mariyanti, S (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. *Psikologi*, 12, 40.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. In *Psychological Bulletin* (pp. 286–303).
- Bhuwaneswary, A. (2016). *Perilaku belanja online dan kontrol diri mahasiswa Belitung di Yogyakarta* (Yogyakarta). Retrieved from <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/fipbk/search/authors/view?firstName=Anggraini&middleName=&lastName=Bhuwaneswary&affiliation=&country=>
- 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. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1). <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>
- Erlyanawati, E. (2016). *Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Muhammadiyah Surakarta). Retrieved from http://eprints.ums.ac.id/48571/38/PUBLIKASI_ILMIAH_BARU.pdf
- Fauzi, M. (2018). Ini 3 e-commerce yang paling dikenal masyarakat Indonesia. *Kompas.Com*:<https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20180327/105/754652/snapchart-ungkap-3-e-commerce-paling-populer>.
- Indah, H., & Jhon, H. (2014). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(Juni), 5–11.
- Lina & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putra. *Psikologika*.
- Munandar, A. S. (2001). *Psikologi industri dan organisasi*. Depok: UI Press
- Ningrum, U. Y. (2011). *Perilaku konsumtif terhadap produk pakaian distro ditinjau dari konformitas pada siswa Abdi Negara Muntilan* (Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta). Retrieved from [http://digilib.uin-suka.ac.id/6319/1/BAB I, V, DAFTAR PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/6319/1/BAB_I_V_DAFTAR_PUSTAKA.pdf)
- Nugroho, J. S. (2003). *perilaku konsumen* :

konsep dan implikasi untuk strategi penelitian pemasaran.

- Rasimin. (1995). *Manusia dalam industri dan organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Salmi, S., Hariko, R., & Afdal, A. (2018). Hubungan kontrol diri dengan perilaku bullying siswa. *Counsellia: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(2), 88. retrieved from : <https://doi.org/10.25273/counsellia.v8i2.2693>
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Empati*, 7(2), 189–195.
- Utami, A. H. (2006). *Manajemen ritel strategi dan implementasi ritel modern*. Jakarta: Erlangga.
- Winarsunu, T. (2009). *Statistic dalam penelitian dan psikologi pendidikan*. Malang: Umm Press.