

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN PERILAKU
HEDONISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PENGGUNA *M- BANKING* PADA MAHASISWA**

Skripsi

Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar sarjana psikologi



Disusun Oleh:
Adnan Firdaus
(30702000007)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN PERILAKU
HEDONISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA M-
BANKING PADA MAHASISWA**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:
Adnan Firdaus
30702000007**

Telah disetujui dan diperhatikan di depan Dewan Penguji guna memenuhi persyaratan untuk memenuhi gelar sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal


Ruseno Arjanggi, S.Psi., MA, Psikolog

20 Mei 2024

**Semarang, 20 Mei 2024
Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang**


**Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si
NIK. 210799001**

HALAMAN PENGESAHAN

**Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Hedonisme dengan
Perilaku Konsumtif Pengguna M - Banking pada Mahasiswa**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Adnan Firdaus
30702000007

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada 30 Mei 2024

Dewan Penguji

1. Luh Putu Shanti Kusumaningsih, M. Psi, Psikolog
2. Abdurrohimi, S.Psi, M.Si
3. Ruseno Arjanggi, S. Psi, MA, Psikolog

Tanda Tangan

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 30 Mei 2024

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA



Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si
NIDN. 210799001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya Adnan Firdaus dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun
2. Sepanjang sepengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/ diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka
3. Jika terjadi hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut

Semarang, 17 Mei 2024

Yang menyatakan,

UNISSULA

جامعة سلطان ابيجوي الإسلامية



Adnan Firdaus

30702000007

MOTTO

“Dan apabila hamba-hamba-ku bertanya kepadamu(Muhammad) tentang aku, maka (jawablah), sesungguhnya Aku adalah dekat. Aku mengambulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia berdoa kepada-ku. Hedaklah mereka itu memenuhi (segala perindah)-Ku dan beriman kepada-ku, supaya mereka memperoleh kebenaran”

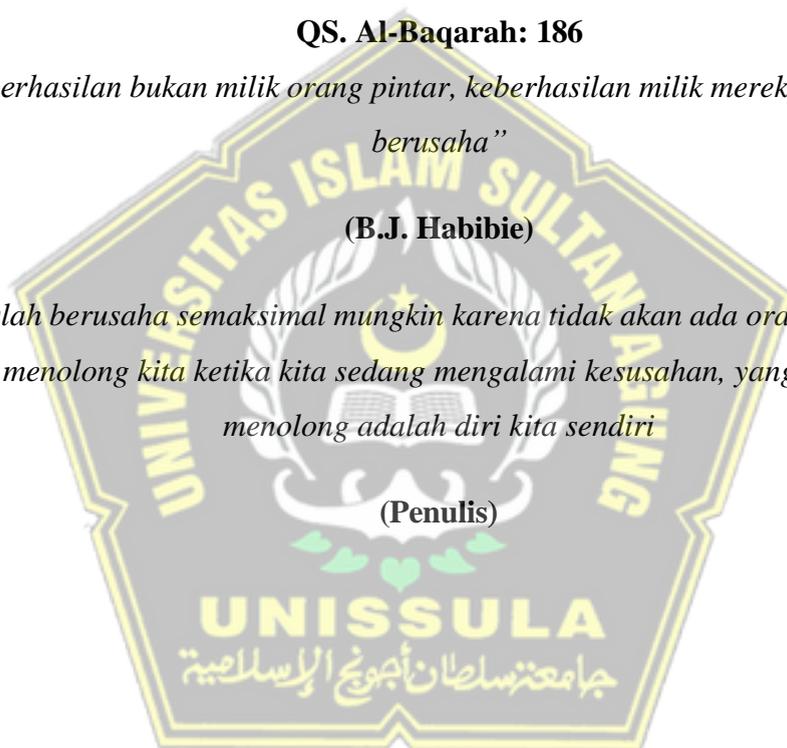
QS. Al-Baqarah: 186

“Keberhasilan bukan milik orang pintar, keberhasilan milik mereka yang terus berusaha”

(B.J. Habibie)

Teruslah berusaha semaksimal mungkin karena tidak akan ada orang lain yang akan menolong kita ketika kita sedang mengalami kesusahan, yang hanya bisa menolong adalah diri kita sendiri

(Penulis)

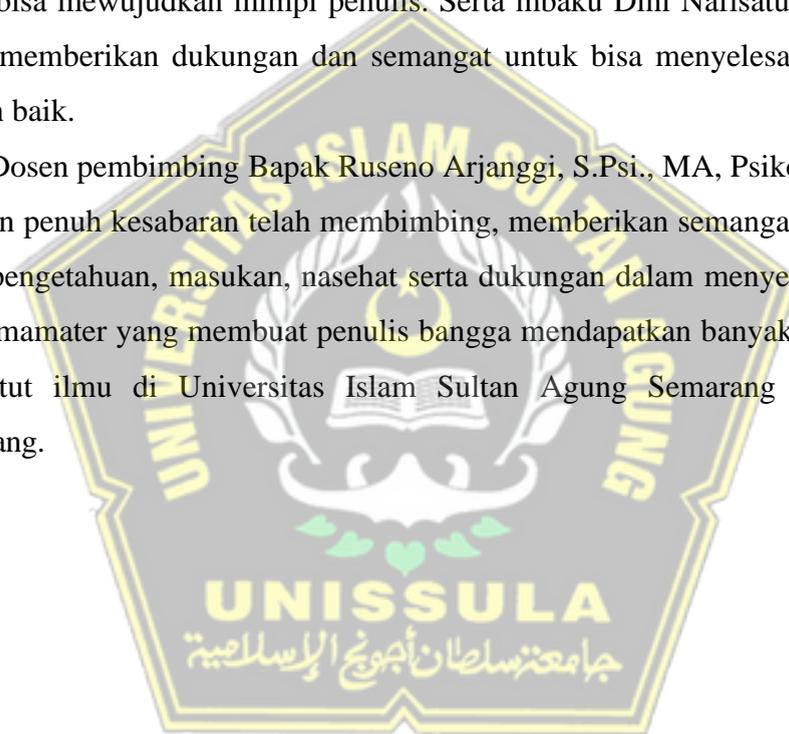


PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya ini kepada bapak dan ibuku tersayang, Carto SPD dan Siti Faticah(Alm), panutan dalam hidupku yang tidak pernah lelah mendo'akan dan memberikan motivasi untuk bisa mewujudkan mimpi penulis. Serta mbaku Dini Nafisatul Aghnia yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk bisa menyelesaikan karya ini dengan baik.

Dosen pembimbing Bapak Ruseno Arjanggi, S.Psi., MA, Psikolog yang baik hati dan penuh kesabaran telah membimbing, memberikan semangat, memberikan ilmu, pengetahuan, masukan, nasehat serta dukungan dalam menyelesaikan karya ini. Almamater yang membuat penulis bangga mendapatkan banyak makna dalam menuntut ilmu di Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA) Semarang.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan atas kehendak-Nya maka penulis dapat menyelesaikan dengan baik salah satu syarat guna memperoleh gelar S-1 Sarjana Psikologi. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Penulis mengakui bahwa dalam proses penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan seperti apa yang diharapkan. Dalam penyusunan ini penulis tentu saja banyak mengalami kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak saya dapat menyelesaikan ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Akhirnya dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA atas dedikasinya dalam proses akademik serta apresiasi dan motivasinya terhadap siswa untuk terus berprestasi.
2. Bapak Ruseno Arjangi, S.Psi., MA yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Dr.Hj. Retno Anggraini, M.Si. Psikolog selaku dosen wali yang senantiasa membantu dan memberikan saran dan perhatian kepada penulis mengenyam Pendidikan di fakultas Psikologi.
4. Saya ucapkan trimakasih pada teman-teman yang bersedia mengisi karena kelak insyaallah dimudahkan skripsinya. Karena apa yang kita tanam sekarang akan kita tuai dimasa depan.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi UNISSULA atas dedikasinya dalam memberikan ilmu kepada penulis yang sangat bermanfaat hingga saat ini dan kemudian hari.
6. Bapak dan Ibu Staff Tata Usaha serta Perpustakaan Fakultan Psikologi UNISSULA yang telah memberikan kemudahan dalam mengurus proses administrasi dari awal perkuliahan hingga skripsi ini selesai.

7. Bapak dan ibuku Carto S.Pd dan Siti Fatichah yang sangat saya sayangi serta mba Dini Nafisatul Aghnia yang tidak pernah berhenti memberikan do'a, memberikan nasihat, dukungan, motivasi, dan selalau mengingatkan penulis untuk tetap beribadah kepada Allah SWT dan tetap berusaha.
8. Sahabatku Arif Nurahman Ahdita, Choirul Alfi, Dhita Fadilah, Dikron, lilis, dan Ahmad Wafi Mubarak yang tidak pernah bosan memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini serta mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penelitian.
9. Teman-temanku yang tidak pernah lupa memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi Alifia , Anisa maulana, Rahayu, Andi Fajar.
10. Teman-teman psikologi angkatan 2020 khususnya kelas A yang telah menemani dan memberikan kebahagiaan selama kuliah di Fakultas Psikologi UNISSULA.
11. Berbagai pihak yang telah turut membantu, memberikan dukungan serta do'a kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih sangat jauh dari kesempurnaan untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu psikologi khususnya bidang psikologi pendidikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna untuk itu saya sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Saya juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan perkembangan dalam ilmu pengetahuan psikologi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
A. Perilaku Konsumtif.....	7

1.	Pengertian Perilaku Konsumtif	7
2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	8
3.	Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	12
B.	Kontrol Diri	13
1.	Pengertian Kontrol Diri.....	13
2.	Aspek Kontrol Diri	14
C.	Perilaku Hedonisme.....	15
1.	Pengertian Hedonisme	15
2.	Ciri-ciri Perilaku Hedonisme	16
3.	Faktor-Faktor yang Mengetahui Perilaku Hedonisme	17
4.	Aspek-aspek gaya hidup hedonisme	18
D.	Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Hedonis dengan Perilaku Konsumtif	19
E.	Hipotesis.....	21
BAB III.....		22
METODE PENELITIAN		22
A.	Identifikasi Variabel Penelitian	22
B.	Definisi Operasional	22
1.	Perilaku Konsumtif	22
2.	Kontrol Diri.....	23
3.	Perilaku Hedonis.....	23
C.	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel.....	23
1.	Populasi.....	23
2.	Sampel	24

3. Teknik pengumpulan sampling (<i>sampel</i>)	24
D. Metode Pengumpulan Data.....	24
1. Skala Perilaku Konsumtif	25
2. Skala Kontrol Diri.....	25
3. Skala Perilaku Hedonis	26
E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Reliabilitas Alat Ukur	26
1. Validitas	26
2. Uji Daya Beda Aitem.....	27
3. Reliabilitas Alat Ukur	27
F. Teknik Analisis.....	28
BAB IV.....	29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
a. Orientasi Kencah dan Persiapan Penelitian	29
1. Orientasi kencah penelitian.....	29
2. Persiapan Penelitian	30
B. Pelaksanakan Penelitian	42
C. Hasil Analisis Data dan Hasil Pembahasan	42
1. Uji Normalitas.....	42
2. Uji Linearitas	43
3. Uji Multikolinearitas	43
4. Uji Hipotesis	44
D. Deskripsi Variabel Penelitian	46
1. Deskripsi Data Skor Perilaku Konsumtif.....	46
2. Deskripsi Data Skor Kontrol Diri	47

3. Deskripsi Data Skor Hedonis.....	48
E. PEMBAHASAN	50
BAB V.....	52
KESIMPULAN SARAN.....	52
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Alat ukur skala perilaku konsumtif	25
Tabel 2. Alat ukur skala kontrol diri.....	26
Tabel 3. Alat ukur skala perilaku hedonisme	26
Tabel 4. Sebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif	32
Tabel 5. Sebaran Aitem Skala Kontrol Diri.....	32
Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Perilaku Hedonis.....	33
Tabel 7. Data Mahasiswa Dan Mahasiswi angkatan 2020-2023 Yang Menjadi Subjek Uji Coba	33
Tabel 8. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi Dan Rendah Pada Skala Perilaku Konsumtif.....	35
Tabel 9. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi Dan Rendah Pada Skala Kontrol Diri	36
Tabel 10. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi Dan Rendah Pada Skala Perilaku Hedonis	37
Tabel 11. Sebaran Aitem Penomoran Ulang Skala Perilaku Konsumtif	41
Tabel 12. Sebaran Aitem Penomoran Ulang Skala Perilaku Kontrol Diri	41
Tabel 13. Sebaran Aitem Penomoran Ulang Skala Perilaku Hedonisme	41
Tabel 14. Data Mahasiswa Dan mahasiswi angkatan 2022 dan 2023 Yang Menjadi Subjek Penelitian	42
Tabel 15. Uji Linearitas	43
Tabel 16. Norma Kategorisasi Skor	46
Tabel 17. Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif	46
Tabel 18. Kategori Skor Perilaku Konsumtif	47
Tabel 19. Deskripsi Skor Skala Kontrol Diri	48
Tabel 20. Kategori Skor Kontrol Diri.....	48
Tabel 21. Deskripsi Skor Skala Hedonis	49
Tabel 22. Kategori Skor Hedonis	49

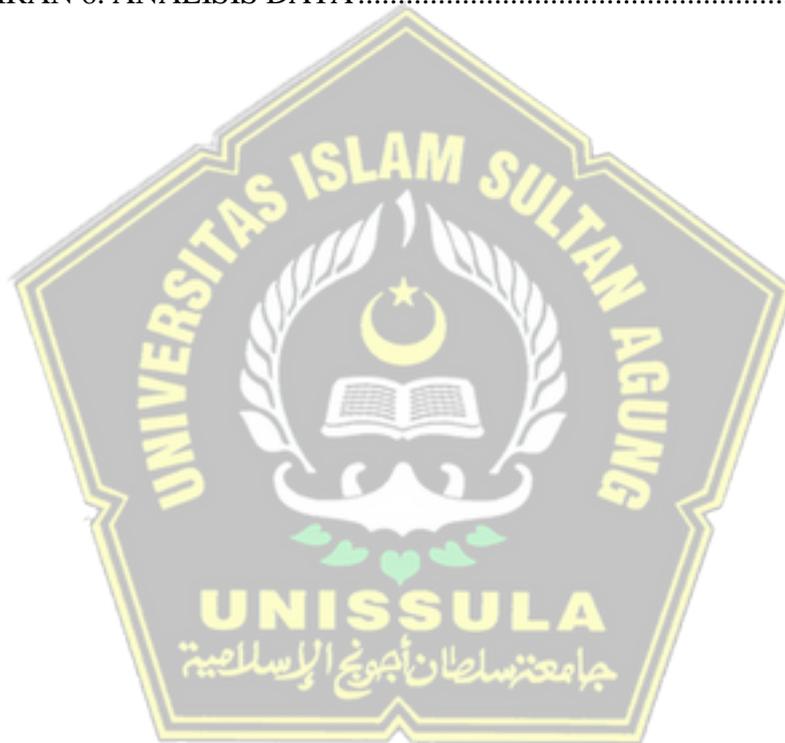
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Norma Kategorisasi Skala Perilaku Konsumtif	47
Gambar 2. Norma Kategorisasi Skala Kontrol Diri	48
Gambar 3. Norma Kategorisasi Skala Perilaku Hedonis	49



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. SKALA UJI COBA (<i>TRYOUT</i>).....	57
LAMPIRAN 2. TABULASI DATA SKALA UJI COBA	63
LAMPIRAN 3. UJI DAYA BEDA AITEM DAN ESTIMASI RELIABILITAS SKALA UJI COBA.....	88
LAMPIRAN 4. SKALA PENELITIAN.....	95
LAMPIRAN 5. TABULASI DATA SKALA PENELITIAN	99
LAMPIRAN 6. ANALISIS DATA.....	121



**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN PERILAKU
HEDONISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PENGGUNA *M- BANKING* PADA MAHASISWA**

Oleh

Adnan Firdaus

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email: firdausadnan234@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan perilaku hedonisme dengan perilaku konsumtif pengguna *m-banking* pada mahasiswa. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNISSULA 550 responden, 250 mahasiswa untuk skala *tryout* dan 300 mahasiswa untuk skala penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster random sampling*. Penelitian ini menggunakan tiga alat ukur, yakni skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 12 aitem dengan koefisien realibilitas 0,625, kontrol diri terdiri dari 12 aitem dengan koefisien reliabilitas 0,641 dan skala perilaku hedonisme 12 dengan koefisien reliabilitas 0.783. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dan korelasi *product moment*. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan nilai $R=0,560$ dengan signifikansi $\alpha = 0,000$ yang berarti ada hubungan antara kontrol diri dan perilaku hedonisme terhadap perilaku konsumtif pengguna *m-banking* pada mahasiswa.

Kata Kunci: Kontrol diri, perilaku hedonisme, perilaku konsumtif

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN PERILAKU
HEDONISME DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PENGGUNA M- BANKING PADA MAHASISWA**

By

Adnan Firdaus

Faculty of Psychology Sultan Agung Islamic University

Email: firdausadnan234@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the relationship between self-control and hedonistic behavior and the consumptive behavior of m-banking users among students. The population used in this research was 550 UNISSULA students, 250 students for the tryout scale and 300 students for the research scale. The sampling technique uses cluster random sampling. This research uses three measuring instruments, namely the consumer behavior scale consisting of 12 items with a reliability coefficient of 0.625, self-control consisting of 12 items with a reliability coefficient of 0.641 and the hedonistic behavior scale 12 with a reliability coefficient of 0.783. The data analysis technique uses multiple regression analysis and product moment correlation. The results of the first hypothesis test show a value of $R = 0.560$ with a significance of $\alpha = 0.000$, which means there is a relationship between self-control and hedonistic behavior on the consumptive behavior of m-banking users among students.

Keyword key: Self-control, hedonistic behavior, consumer behavior

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Andani dkk. (2023), perkembangan zaman yang didorong oleh kemajuan teknologi telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, mendorong perilaku konsumtif. Kemudahan akses terhadap informasi dan peningkatan popularitas e-commerce memfasilitasi orang untuk melakukan pembelian barang-barang yang tidak benar-benar diperlukan. Selain itu, kehadiran media sosial dan iklan digital semakin memperkuat perilaku konsumtif di kalangan masyarakat.

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian yang melampaui kebutuhan esensial, dipicu oleh dorongan yang kuat akan kepuasan tanpa mempertimbangkan aspek kebutuhan primer (Sa'idah & Fitriyati, 2022). Fenomena ini sering kali dipicu oleh motif-motif seperti daya tarik kemasan produk, penawaran diskon, iming-iming hadiah, pencarian simbol status atau prestise, model-model yang diiklankan, serta keyakinan akan peningkatan kepercayaan diri yang diasosiasikan dengan produk mahal, bahkan hingga pada pembelian semata karena perbedaan merek (Khrishananto & Adriansyah, 2021).

Perilaku konsumtif masyarakat didukung dengan adanya layanan *m-banking* yang mempermudah dalam proses transaksi masyarakat pada era digitalisasi. Bank Indonesia mencatatkan, volume transaksi *m-banking* mencapai 3,2 miliar sejak awal tahun hingga Mei 2022. Data yang disampaikan oleh Bank Indonesia, terjadi peningkatan transaksi menggunakan layanan *m-banking* sebesar 67,87% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yang tercatat sebanyak 1,90 miliar kali transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan layanan perbankan tersebut. Hadirnya *m-banking* semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran *online shopping* (belanja *online*).

Para pengguna mendapat beberapa keuntungan jika melakukan pembayaran dengan *m-banking*. Beberapa *e-commerce* menawarkan pembayaran dengan *m-banking* agar mendapatkan beberapa promo dan hadiah. Keuntungan lain dari pengembangan mobile banking mencakup kemudahan pemahaman, fleksibilitas, kemampuan untuk mengontrol pekerjaan, dan kemudahan penggunaan. Desfayanti (2021) menyatakan bahwa perkembangan teknologi mendorong masyarakat untuk lebih gemar mengonsumsi berbagai barang. Tentunya, mahasiswa sebagai generasi muda tidak ingin tertinggal dalam mengikuti perkembangan teknologi. Penggunaan teknologi berperan sebagai pendorong utama terbentuknya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Mahasiswa masa kini sering menjadi sasaran utama strategi pemasaran dari berbagai sektor industri. Hal ini disebabkan oleh karakteristik individu yang cenderung labil, spesifik, dan mudah terpengaruh, yang pada gilirannya menimbulkan berbagai fenomena dalam perilaku pembelian yang tidak biasa, atau yang sering disebut sebagai perilaku konsumtif. Pembelian tidak hanya didasari oleh kebutuhan akan produk, melainkan juga oleh faktor-faktor seperti keinginan mengikuti trend, mencoba hal baru, mendapatkan pengakuan sosial atau prestise (Sukendri, 2017).

Survei yang dilakukan oleh Tokopedia pada tahun 2014 menunjukkan bahwa mahasiswi mendominasi pembelian, penjualan, dan pengeluaran uang belanja. Barang-barang yang paling sering dibeli meliputi produk kecantikan dan kesehatan, pakaian, fashion, aksesoris, dan gadget. Data survei mengindikasikan bahwa wanita, yang sebagian besar adalah mahasiswi, mencakup 66,28% dari konsumen, dengan frekuensi belanja rata-rata tiga kali per minggu. Sebaliknya, pria yang mayoritasnya mahasiswa hanya mencakup 33,72% dari total konsumen (Tokopedia.com). Pola konsumtif ini, jika tidak dikendalikan, dapat mengakar dan membentuk perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Sering dijumpai mahasiswa mengikuti *trend* saat ini dan meniru perilaku hedonis. Perilaku konsumtif mahasiswa mengalami perubahan yang bukan merupakan suatu kebutuhan. Mahasiswa hanya mengikuti *trend* yang menjadi sorotan masyarakat saat ini. Banyak mahasiswa terdorong untuk mengonsumsi barang-barang yang melampaui kebutuhan dasar manusia, beralih menjadi sarana untuk memuaskan keinginan. Barang-barang tersebut seringkali mengandung simbol-simbol yang mencerminkan peningkatan status sosial, kelas, gaya, prestise, serta citra diri yang ingin individu tunjukkan. Perubahan perilaku mahasiswa ini dipengaruhi oleh perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, yang memungkinkan kemudahan berbelanja dalam genggam tangan individu melalui *platform daring* yang menawarkan beragam pilihan barang dan diskon menarik. Mahasiswa berlomba-lomba untuk membeli barang *branded* untuk menunjang penampilan dirinya agar menarik perhatian sekitar (Ardiyanti & Nasikah, 2022).

Berdasarkan informasi dari pra-survei di SI Keperawatan terdapat 20 dari 94. Mahasiswa Ilmu Komunikasi bahasa sastra mahasiswa dan mahasiswi yang diwawancarai menggunakan *m-banking* diberikan kepada mahasiswa di Kota Semarang oleh peneliti, semua mahasiswa yang diwawancarai menggunakan *m-banking* sebagai metode pembayaran yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Para mahasiswa sering membeli produk terbaru untuk mengikuti trend yang dapat ditemukan dengan mudah di sosial media, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif dengan berbelanja *online*. Pada umumnya mahasiswa tidak memiliki pekerjaan dan bergantung pada orang tua untuk mencari uang jajan. Berikut hasil wawancara peneliti dengan 3 narasumber.

“Saya sering berbelanja di online shop untuk mendapatkan cashback dan promo yang ada. Apalagi sekarang metode pembayaran sudah gampang tidak perlu uang cash seperti dulu jadi terkadang akses yang terlalu mudah tersebut saya membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan. Bahkan ketika saya berbelanja di mall sekarang lebih banyak menggunakan m-banking dari pada uang ches” (RZ,20 tahun) mahasiswa semester 2 fakultas SI Keperawatan.

“Saya sering berbelanja di online shop seperti tiktoshop dan shopee untuk mendapatkan cashback dan promo. Apalagi sekarang metode pembayaran sudah gampang tidak perlu uang cash seperti dulu jadi terkadang karena akses yang terlalu mudah tersebut saya membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan. Bahkan Ketika saya berbelanja di mall sekarang lebih banyak menggunakan qris dari m- banking daripada uang cash karena banyak promo”(AS, 22 tahun), mahasiswa semester 5 dari prodi psikologi.

“Untuk urusan berbelanja kadang saya sering tergiur oleh iklan-iklan yang lewat di handphone apalagi gratis ongkir dengan promo yang banyak. Padahal barangnya saya sudah punya, tapi karena banyak promo saya jadi tergiur. Terus kalau pembayarannya dilakukan bukan dengan sistem COD ada gratis ongkir atau potongan harga voucher khusus pengguna m-banking jadi saya belanja malah kadang barangnya datang terus numpuk ga dipake, al mahasiswa semester 5 prodi (AL, 22 tahun), mahasiswa semester 5 prodi SI Ilmu Komunikasi.

Kesimpulan wawancara di atas terlihat jelas bahwa mahasiswa menunjukkan perilaku konsumtif. Mahasiswa saat ini dalam mengelola keuangan cenderung tidak terkendali. Mahasiswa sering kali tidak membuat rencana keuangan yang mencakup pengeluaran dan pemasukan. Kemajuan teknologi yang pesat turut mendukung pola hidup ini. Faktor lingkungan juga berkontribusi pada meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa, mendorong individu untuk berperilaku hedonis. Penelitian oleh Anggraini dan Susanto (2017) menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada remaja. Konteks ini, perilaku hedonis mengacu pada pengejaran kenikmatan hidup yang sering diwujudkan melalui konsumsi barang. Oleh karena itu, semakin seseorang cenderung mengadopsi perilaku hedonis, semakin besar kemungkinan individu menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan perilaku hedonis seseorang cenderung diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif, demikian pula sebaliknya, penurunan perilaku hedonis dapat menyebabkan penurunan perilaku konsumtif. Konsumtif

juga berdampak menjadi boros disebabkan karena berbelanja non kebutuhan pokok berkedok “*self reward*” secara berlebihan dapat membawa dampak negatif hidup boros.

Para mahasiswa harus mampu mengendalikan diri terhadap budaya konsumtif yang semakin meluas. Kontrol diri ini merefleksikan keputusan individu yang diambil melalui pertimbangan kognitif guna menyelaraskan perilaku yang telah direncanakan untuk mencapai hasil dan tujuan yang diinginkan. Individu dengan tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung memperhatikan dengan seksama cara-cara yang tepat untuk bertindak dalam berbagai situasi (Chita dkk., 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Maulida (2019) mengeksplorasi dampak latihan kontrol diri, menunjukkan bahwa pengembangan kontrol diri secara signifikan mengurangi kecenderungan *impulsive buying*. Meskipun demikian, *implementasi* latihan tersebut pada mahasiswa justru menimbulkan ketidakdisiplinan dalam memenuhi kebutuhan individu. Keteraturan yang kurang pada perilaku mahasiswa menghasilkan kecenderungan impulsif dan tidak terencana dalam pembelian, mencerminkan kurangnya pertimbangan yang matang. Oleh karena itu, penerapan kontrol diri membantu mahasiswa mempertahankan prinsip-prinsip manajemen yang tepat.

Penemuan terkini oleh Annafila & Zuhroh (2022), terlihat adanya keterkaitan yang kuat namun berlawanan arah antara kontrol diri dan kecenderungan mahasiswa untuk berbelanja secara online secara impulsif. Semakin tinggi kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan diri, semakin minim kecenderungan individu untuk terjerumus dalam perilaku konsumtif *shopping*. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kontrol diri, semakin cenderung individu untuk melakukan pembelian secara impulsif.

Teramati fenomena di mana mahasiswa menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif yang signifikan, tercermin dalam keinginan yang melampaui kebutuhan esensial. Perilaku ini, dalam konteks psikologis, berpotensi memunculkan pola perilaku adiktif terhadap proses pembelian. Oleh karena itu, upaya kontrol diri bagi mahasiswa guna mengelola perbedaan antara kebutuhan aktual dan dorongan konsumtif, terutama dalam konteks belanja daring. Berdasarkan fenomena yang terjadi dan beberapa penjabaran latar belakang, fenomena ini perlu diteliti lebih mendalam mengenai perilaku konsumtif dengan

judul penelitian “Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *m-banking* Pada Mahasiswa”.

B. Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara kontrol diri dan perilaku Hedonis dengan perilaku Konsumtif pengguna *m- banking* pada mahasiswa?

C. Tujuan Penelitian

Rumusan masalah tersebut, penelitian bertujuan guna menguji hipotesis hubungan antara kontrol diri dan perilaku Hedonisme dengan perilaku Konsumtif pengguna *m-banking* pada mahasiswa.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Mengetahui tentang hubungan antara kontrol diri, perilaku konsumtif, dan perilaku hedonisme dalam berbagai konteks, khususnya dalam psikologi sosial dan psikologi industri & organisasi.

2. Manfaat Secara Praktis

Temuan penelitian dapat membantu mahasiswa dalam memahami pentingnya kontrol diri pada perilaku hedonisme dan perilaku konsumtif sehingga menciptakan kondisi yang seimbang.

BAB II
LANDASAN TEORI
A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Sukari dkk (2013), peningkatan jumlah sarana dan prasarana seperti pusat perbelanjaan, kafe, serta restoran telah menjadi pemicu utama terjadinya perilaku konsumtif pada remaja. Individu remaja yang terjebak dalam pola perilaku konsumtif cenderung mengalokasikan sumber daya finansialnya semata untuk memenuhi keinginan pribadi, tanpa mempertimbangkan kebutuhan esensial. Hal ini tercermin dalam pembelian barang-barang seperti telepon genggam, pakaian, makanan, hiburan, dan barang lainnya (Remiswal, 2021).

Widodo (2016) menyatakan bahwa mahasiswa, sebagai individu yang sedang melalui fase transisi dari remaja, cenderung rentan terhadap godaan kenikmatan. Masyarakat mengenal mahasiswa sebagai sosok yang terpelajar dan matang, fenomena ini mendorong individu untuk mengatur diri agar terlihat menarik dan diakui keberadaannya dalam lingkungan sosial. Akibatnya, banyak mahasiswa terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan, dengan alasan untuk menjaga penampilan dan meningkatkan rasa percaya diri.

Penelitian yang dilakukan oleh Peter dan Paul (2014), fenomena konsumtif dapat dijelaskan sebagai suatu proses dinamis yang melibatkan interaksi antara faktor-faktor eksternal, psikologis, dan peristiwa lingkungan. Keputusan individu dalam membeli atau menggunakan barang seringkali lebih dipengaruhi oleh pertimbangan terkait status sosial, tren mode, dan kenyamanan daripada pertimbangan ekonomi. Fenomena ini berkaitan erat dengan proses penilaian objek untuk memperoleh barang atau jasa, atau untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan, meskipun kadang-kadang juga dapat menimbulkan ketidaknyamanan.

Effendi (2016), perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk mengakuisisi barang-barang dalam jumlah yang berlebihan, seringkali dengan mengutamakan keinginan atas kebutuhan. Karakteristik perilaku konsumtif pada kalangan remaja tampak jelas dari pola pembelian individu yang mudah dipengaruhi oleh daya tarik penjual, rentan terhadap sugesti iklan, terutama jika disajikan dalam kemasan yang menarik secara visual, kurang memperhitungkan aspek ekonomis, cenderung idealis, dan cenderung bertindak secara impulsif (Astarsari & Sahrah, 2006). Oleh karena itu, perilaku konsumtif menegaskan dorongan individu untuk mengonsumsi barang-barang sebanyak mungkin.

Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan yang dilakukan individu sebagai respons terhadap pengaruh sosial dalam masyarakat, di mana individu tersebut membeli barang atau layanan yang sebenarnya tidak dibutuhkan (Aprillia dan Hartono, 2014). Sementara itu, Baudrillard dalam teori *hiperrealitasnya*, masyarakat saat ini tidak hanya mengonsumsi sebagai tanggapan terhadap kebutuhan praktis, melainkan juga sebagai representasi diri individu sendiri (Ritzer, 2012).

Kesimpulan berdasar uraian diatas mengindikasikan perilaku konsumtif mengacu pada bagaimana individu berperilaku ketika individu mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan dan tanpa memperhatikan faktor-faktor yang rasional karena individu semata-mata mementingkan keinginan individu daripada kebutuhan individu.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Triyaningsih (2011), perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini:

- a. Adanya konformitas disebabkan oleh dorongan yang kuat pada individu untuk mencapai kesesuaian dengan kelompoknya, serta untuk dipandang serupa dan diterima sebagai anggota yang berharga dalam kelompoknya.
- b. Gaya hidup menjadi faktor sentral dalam mendorong perilaku konsumtif.
- c. Gaya hidup yang terikat dalam model yang diperoleh dari kebudayaan luar negeri, mengekspresikan sebuah identitas sosial melalui konsumsi produk-

produk bergengsi, dianggap sebagai strategi untuk meraih prestise individu dalam hierarki sosial.

- d. Penggunaan kartu kredit dilakukan tanpa rasa takut terhadap ketiadaan dana untuk berbelanja.

Fardhani & Izzati (2013) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif:

- a. Peranan budaya telah menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam pembentukan sikap dan perilaku individu terhadap proses pembelian, seiring dengan evolusi yang berkelanjutan dari satu era ke era berikutnya.
- b. Kelas sosial menjadi faktor yang membedakan tingkat keuangan individu, baik tinggi maupun rendah.
- c. Kelompok referensi sebagai entitas di mana individu berkomunikasi untuk mencapai tujuan bersama, juga turut mempengaruhi perilaku konsumtif.
- d. Keluarga sebagai lingkungan terdekat dengan pembeli, memainkan peran signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian yang dipilih oleh individu.

Menjelaskan Bahwa faktor- faktor perilaku konsumtif pendapat Kotler dan Armstrong (2012), yaitu:

- a. Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku
 - a. Peran budaya dipandang sebagai kekuatan utama yang membentuk keinginan dan tindakan individu. Anak-anak, sebagai agen sosialisasi yang belum terbentuk sepenuhnya, menyerap beragam nilai, norma, preferensi, dan perilaku dari konteks lingkungan individu, terutama dari unit-unit signifikan seperti keluarga dan institusi lainnya.
 - b. Sub budaya, juga memainkan peran penting dalam proses sosialisasi konsumen. Sub budaya merupakan entitas yang lebih kecil dalam struktur sosial yang memberikan identitas sosialisasi khusus bagi anggotanya. Sub budaya dapat terdiri dari berbagai unsur, seperti bangsa, agama, kelompok ras, dan daerah geografis, yang secara

kolektif memengaruhi preferensi dan kecenderungan konsumtif individu.

- c. Kelas sosial memainkan peran penting dalam menentukan perilaku konsumen. Setiap masyarakat memiliki strata sosial yang berbeda, yang sering kali ditandai oleh sistem kasta atau struktur kelas. Dalam konteks ini, stratifikasi sosial dapat mengarah pada perbedaan dalam akses, preferensi, dan perilaku konsumtif, menciptakan dinamika yang kompleks dalam pasar.

- b. Faktor sosial

Diluar pengaruh budaya, perilaku konsumen terbentuk oleh faktor-faktor sosial yang meliputi:

- a. Kelompok referensi

Keputusan pembelian, kelompok referensi menjadi entitas yang memengaruhi individu. Individu membimbing dalam pemilihan barang-barang seperti pakaian, membangun ambisi personal, dan memandu dalam memilih produk yang cocok dengan gaya hidup tertentu. Schiffman dan Kanuk (1994), kelompok referensi ini meliputi keluarga, teman sebaya, kelompok sosial, kelompok belanja, dan kelompok kerja.

- b. Keluarga

Keluarga sebagai unit pembelian yang signifikan dalam masyarakat, keluarga telah menjadi subjek kajian yang sangat efisien.

- c. Faktor pribadi

Faktor personal dalam pengambilan keputusan pembelian turut dipengaruhi oleh ciri unik individu, yang meliputi aspek-aspek berikut:

- a. Perubahan usia dan tahap siklus hidup menghasilkan variasi dalam situasi keuangan serta preferensi produk di antara kelompok-kelompok tersebut. Individu dewasa mengalami evolusi dan transisi sepanjang perjalanan hidup individu. Hal ini menjadi fokus penting bagi pemasar untuk memahami dinamika perubahan situasi hidup, seperti pernikahan, perceraian, dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif.

b. Gaya hidup merupakan refleksi varian pola hidup personal yang terpengaruh oleh latar belakang subkultural, stratifikasi sosial, dan profesional yang serupa. Merupakan suatu tampilan holistik individu yang mencakup beragam kegiatan, ketertarikan, dan perspektif hidup, yang mencerminkan identitas keseluruhan yang berinteraksi dengan konteks lingkungannya.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologis juga memengaruhi keputusan pembelian melalui enam faktor utama, antara lain:

a. Motivasi

Motivasi yang merupakan dorongan internal yang mendorong individu untuk bertindak atau berperilaku. Setiap individu memiliki motif yang mendasari tindakan individu, baik dalam memenuhi kebutuhan maupun memuaskan keinginan, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan produk.

b. Persepsi

Memainkan peran penting dalam mempengaruhi respons individu terhadap motivasi. Cara individu mempersepsikan situasi dan kondisi tempat tinggalnya dapat mempengaruhi cara individu merespons secara psikologis. Perbedaan persepsi konsumen dapat mempengaruhi proses pengamatan dalam pembelian atau penggunaan barang atau jasa.

c. Pengalaman Belajar

Pendidikan merupakan sebuah dinamika transformatif yang membentuk pola respons individu berdasarkan konsistensi dan iterasi pada informasi serta pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumtif dapat disesuaikan dan diperbaiki melalui iterasi pengalaman serta proses pembelajaran berkelanjutan yang berkesinambungan.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang atau kelompok untuk mengekspresikan dirinya dengan membeli produk dan jasa yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dari pengamatan Lina & Rosyid (1997) meliputi:

- a. Pembelian impulsif (*impulsive buying*), yaitu memperlihatkan bahwa seseorang membeli karena keinginan sesaat, dilakukannya tanpa memikirkan matang-matang, tidak mempertimbangkan apa yang terjadi dikemudian hari, dan bersifat sentimen.
- b. Pemborosan (*wasteful buying*), belanja impulsif yang melibatkan pengeluaran uang tanpa memiliki kebutuhan yang sah.
- c. Mengejar kesenangan (*pleasure seeking*), atau tindakan membeli sesuatu semata-mata karena kesenangan. Kenyamanan fisik adalah salah satunya. Ketika memakai produk yang dapat membedakan individu dari yang lain dan membuat individu merasa gaya, remaja akan merasa puas dan nyaman karena itu adalah bagian dari karakter remaja individu.

Indikator perilaku konsumtif sebagaimana dikemukakan oleh Jasmadi & Azzama (2017):

- a. Konsumen lebih cenderung membeli produk jika dikemas dengan menarik, khususnya jika dibungkus dengan benar dan memiliki skema warna yang menyenangkan.
- b. Membeli barang karena iming-iming bonus atau hadiah, pelanggan akan mempertimbangkan pembelian jika ada bonus atau hadiah yang tersedia.
- c. Membeli barang untuk mempertahankan status dan penampilan seseorang, khususnya keinginan yang kuat di kalangan konsumen untuk membeli barang karena dapat menunjang penampilan dan dapat menarik perhatian dari lingkungan.
- d. Membeli barang karena iming-iming bonus atau hadiah, pelanggan akan mempertimbangkan pembelian jika ada bonus atau hadiah yang tersedia
- e. Membeli barang untuk mempertahankan status dan penampilan seseorang, khususnya keinginan yang kuat di kalangan konsumen untuk membeli barang karena dapat menunjang penampilan dan dapat menarik perhatian dari lingkungan
- f. Membeli produk untuk menjaga status, yaitu penampilan diri yang baik dan

penggunaan produk tertentu dapat membuat status seseorang meningkat. Hal ini dikarenakan barang yang digunakan mewah, sehingga memberi kesan yang lebih tinggi.

- g. Munculnya penilaian dilingkungan bahwa memakai sesuatu yang mewah dan mahal, akan lebih terpandang dan membuat rasa percaya diri yang tinggi

Berdasarkan penjabaran dari pembahasan faktor-faktor tersebut di atas bahwa Sumartono (2002) mengidentifikasi empat faktor: pembelian secara tiba, pemborosan, mencari kesenangan dan mencari kepuasan.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Pandangan Averill, kontrol diri mewakili sebuah konstruksi psikologis yang kompleks, menampung tiga dimensi yang berbeda mengenai kemampuan regulasi individu. Dimensi tersebut mencakup kemampuan modifikasi perilaku, kemampuan mengelola informasi yang tidak dikehendaki melalui proses interpretasi, dan kemampuan untuk membuat pilihan tindakan yang berdasarkan pada keyakinan individu.

Kontrol diri merupakan kemampuan integral individu dalam menegakkan nilai-nilai serta kepercayaannya sebagai panduan dalam tindakan dan keputusan. Selain sebagai indikator kepekaan terhadap situasi personal dan lingkungan sekitar, kontrol diri juga merujuk pada kapasitas untuk mengelola faktor-faktor perilaku dengan mempertimbangkan konteks sosial. Hal ini mencakup kemampuan untuk menyesuaikan perilaku, menarik perhatian, mengubah diri agar kompatibel dengan orang lain, serta menutupi ekspresi perasaan.

Berdasarkan uraian tersebut, disimpulkan bahwa kontrol diri ialah kemampuan individu dalam mengontrol, mengarahkan dan mengatur emosi, impuls, dan dorongan yang ada pada diri sendiri untuk diarahkan ke konsekuensi positif. Kontrol diri dapat diterima jika masyarakat umum bereaksi positif dan mendukung perkembangan emosi positif baik fisik maupun psikologis individu.

2. Aspek Kontrol Diri

Averill (2012), Aspek-aspek kontrol diri dapat diuraikan sebagai berikut: Kontrol perilaku merujuk pada kemampuan individu untuk menanggapi situasi yang tidak menyenangkan dengan tindakan langsung yang dapat memodifikasi atau mengubah kondisi tersebut. Bagian ini terdiri dari dua sub-aspek:

a. Kemampuan mengatur pelaksanaan tindakan.

keterampilan untuk merencanakan, mengoordinasikan, dan mengendalikan serangkaian aktivitas atau tugas agar tujuan tertentu dapat tercapai secara efektif dan efisien. Kemampuan ini sangat penting dalam manajemen proyek, pekerjaan sehari-hari, dan kehidupan pribadi.

b. Kemampuan untuk mengubah stimulus yang ada.

keterampilan penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, pekerjaan, hubungan interpersonal, dan perkembangan pribadi. Keterampilan ini memungkinkan individu untuk lebih efektif dalam menavigasi dunia yang terus berubah dan kompleks.

Kontrol kognitif, yang sering disebut sebagai kapasitas individu untuk menangani stimuli yang tidak diinginkan dengan cara menganalisis, menilai, dan mengaitkan kejadian tersebut dalam struktur kognitif sebagai strategi adaptasi psikologis. Komponen ini terbagi menjadi dua bagian:

a. Kemampuan untuk memperoleh informasi.

Mengembangkan kemampuan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam memperoleh informasi, tetapi juga membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dan efektif dalam kehidupan sehari-hari maupun profesional.

b. Kemampuan untuk melakukan evaluasi.

keterampilan untuk menilai atau mengukur kinerja, hasil, atau proses tertentu berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa tujuan dan standar tertentu tercapai, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta menemukan peluang untuk perbaikan.

Kontrol dalam mengambil keputusan

kemampuan untuk mengendalikan dan mengarahkan proses pengambilan keputusan agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dan meminimalkan risiko atau ketidakpastian. Kontrol ini mencakup berbagai langkah dan mekanisme yang memastikan bahwa keputusan yang dibuat adalah yang terbaik berdasarkan informasi yang tersedia dan bahwa implementasi keputusan tersebut berlangsung dengan efektif.

Berikut Thomson (Smet, 1994) menyatakan ciri-ciri dari kontrol diri yaitu:

- a. Keterampilan dalam menahan dorongan impulsif, yang ditandai oleh kemampuan untuk menghadapi stimulus yang tidak diinginkan dengan menghambat respons, memodulasi periode refrakter, menghentikan respons sebelum penyelesaian, serta membatasi respons. Ini juga mencakup kemampuan merencanakan dan mengendalikan emosi, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mengatur perilaku.
- b. Kemampuan untuk menunda kesenangan langsung demi bertindak dengan cara yang akan membuat seseorang mendapatkan sesuatu yang lebih dihargai atau diterima secara sosial.
- c. Kemampuan untuk memeriksa dan mengevaluasi suatu peristiwa secara subjektif.

Tangney (Patty dkk., 2017) menyatakan ada 4 aspek yang harus diperhatikan untuk mengukur kontrol diri:

- a. Kontrol kognitif, atau keterampilan dalam mengelola pikiran seseorang dengan cara yang menghasilkan tindakan yang sesuai.
- b. Kemampuan untuk mengendalikan impuls adalah kapasitas individu dalam merespons secara bijak terhadap tekanan dan dorongan negatif sebelum bertindak, menandakan kematangan pengaturan diri.
- c. Kontrol emosional, atau kapasitas orang untuk mengelola perasaan individu terhadap orang lain dan diri sendiri.

Berdasarkan beberapa teori tersebut, diketahui tiga aspek dari kontrol diri, antara lain: kontrol perilaku (*behavior control*) berkaitan dengan kemampuan mengambil tindakan, kontrol kognitif (*cognitive control*) berkaitan dengan kemampuan strategi mengubah pengaruh stressor, dan

kontrol keputusan (*decisional control*) berkaitan dengan kemampuan memilih cara bertindak.

C. Perilaku Hedonisme

1. Pengertian Hedonisme

Hedonisme adalah Keterbukaan terhadap Perubahan Pengarahan diri, Stimulasi dan Konservasi kesesuaian, tradisi, dan eamanan (Schwartz & Rubel, 2005). Dimensi Transendensi-diri dan konservasi secara umum mencerminkan sosial fokus, sedangkan dimensi peningkatan diri dan Keterbukaan terhadap Perubahan biasanya dikaitkan dengan pribadi orientasi.

Perilaku hedonisme menjadi sebuah tradisi yang terpatri dalam budaya keluarga, di mana pola perilaku tersebut melintasi generasi dari nenek moyang hingga orang tua. Sejak usia dini, individu terpapar pada lingkungan di mana kesenangan materi menjadi norma, dimoderasi oleh harta orang tua. Namun, ada pula mahasiswa yang merangkul perilaku hedonisme sebagai respons terhadap tekanan sosial dari lingkungan sebaya, rasa takut terhadap *stigmatisasi* sebagai ketinggalan zaman (Simamora, 2014).

Perilaku hedonis merujuk pada pola perilaku yang berorientasi pada pencarian kenikmatan, yang tercermin dalam kecenderungan untuk menghabiskan waktu di luar rumah untuk kegiatan sosial, mengindulsi diri dalam pembelian barang-barang yang tidak esensial, serta merasa perlu untuk menarik perhatian dari lingkungan sekitar (Richter et al., tanpa tahun). Teori hedonis menyatakan bahwa di balik segala tindakan manusia, terdapat motivasi batiniah yang secara sadar atau tidak sadar bertujuan untuk meraih kesenangan dan menghindari penderitaan. Pandangan hedonis ini sejalan dengan prinsip arah-tujuan, yang dianggap sebagai landasan motivasi yang paling menarik (Sari dkk., 2022).

Berdasarkan beberapa pendapat yang sudah dijabarkan, kesimpulan perilaku hedonis ialah individu yang berpola aktivitas untuk mendapatkan kesenangan, salah satunya dengan dorongan berbelanja yang *impulsive* dengan melibatkan *multi-sensori, fantasi dan emosi*. Seseorang yang menjalani perilaku hedonis berkeinginan untuk memiliki status sosial yang sama, seperti merek populer yang dikenakan di kehidupan sehari-hari. Hal itu dapat menunjukkan status sosial yang tinggi.

2. Ciri-ciri Perilaku Hedonisme

Ciri-ciri perilaku hedonis seperti yang dijelaskan oleh Setianingsih (2018) dapat diringkas sebagai berikut:

- a. Menginginkan kemewahan dalam segala hal, menunjukkan kebiasaan yang terpatri dalam perilaku hedonis.
- b. Memilih teman secara selektif, dengan kecenderungan untuk berhubungan dengan individu yang sejalan dalam kecenderungan kemewahan individu, sementara menghindari pertemanan dengan individu yang kurang menyukai perilaku hedonisme yang serupa.
- c. Terjerat dalam konsumerisme yang ekstrem, yang tercermin dari kurangnya prioritas dalam alokasi sumber daya individu. Individu merasa senang dengan penawaran diskon atau promosi tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang mendesak. Terlebih lagi, individu cenderung tidak memiliki tabungan yang signifikan di luar konsumsi pribadi individu, bahkan bersedia untuk berhutang demi memenuhi keinginan konsumtif individu.

(Vionnalita & Jennyya, 2021) menyatakan Ciri-ciri perilaku hedonisme yaitu sebagai berikut:

- 1) Sering menghabiskan waktu luang di tempat nongkrong seperti cafee
- 2) Pergi ke pusat belanja
- 3) Pergi ketempat makan siap saji

Berdasarkan ciri-ciri perilaku hedonisme pendapat yang sudah dijabarkan, kesimpulan ciri-ciri perilaku hedonis ialah individu yang menginginkan kemewahan dalam segala hal, memilih teman secara selektif, dengan kecenderungan untuk berhubungan dengan individu yang sejalan dalam kecenderungan kemewahan individu, senang dengan penawaran diskon atau promosi tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang mendesak. Terlebih lagi, individu cenderung tidak memiliki tabungan yang signifikan di luar konsumsi pribadi individu, bahkan bersedia untuk berhutang demi memenuhi keinginan konsumtif individu.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Hedonisme

Kerangka penelitian yang dilakukan oleh Kotler dan Armstrong (2012), teridentifikasi bahwa corak kehidupan yang bersifat hedonis dipengaruhi oleh dua faktor dominan, yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup aspek-aspek seperti kepribadian dan motif individu. Kepribadian memiliki peran sentral dalam hal ini karena bertindak sebagai pendorong utama dari perilaku hedonis. Motif, sebagai dorongan internal, mencakup keinginan personal untuk mencapai superioritas dibandingkan dengan orang lain. Selain itu, kebutuhan akan kepuasan dan pencapaian prestise juga menjadi motif internal yang mendasari perilaku hedonis dalam masyarakat.

Faktor-faktor eksternal yang mungkin memengaruhi seseorang untuk mengadopsi perilaku hedonis merujuk pada variabel-variabel lingkungan yang terletak di luar individu itu sendiri, seperti jejaring sosial sebaya, dinamika keluarga, posisi sosial, dan konteks budaya. Para mahasiswa pada tahap awal dewasa cenderung merasa nyaman dalam interaksi sosial dengan sebaya individu, yang memungkinkan individu untuk secara lebih bebas mengekspresikan diri dibandingkan dengan interaksi yang terjadi dengan individu lainnya.

Kotler (2014) terpengaruh oleh 2 faktor yaitu faktor dalam diri individu (faktor internal) dan faktor dari luar individu (faktor eksternal). Faktor internal meliputi sikap adalah respons jiwa dan pikiran terhadap pengalaman yang memengaruhi perilaku, sementara pengalaman dan observasi merupakan perbuatan masa lalu seseorang. Kepribadian adalah cara seseorang bertindak yang memengaruhi perbedaan perilaku, dan motif perilaku timbul dari kebutuhan dan keinginan individu. Faktor-faktor dari luar termasuk kelompok referensi, seperti teman-teman yang bisa memengaruhi cara kita bertindak, keluarga, yang membentuk kepribadian dan perilaku hedonisme secara tidak langsung, kelas sosial, dan budaya yang mencakup cara kita belajar

berperilaku dari norma-norma sosial. Masyarakat modern saat ini, perilaku hedonisme menjadi semakin umum.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku hedonisme dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor dari dalam diri individu (internal) dan faktor dari luar diri sendiri (eksternal) yang dapat mempengaruhi individu dalam bersikap, dengan demikian akan membentuk ragam kehidupan yang diciptakan untuk diri sendiri.

4. Aspek-aspek gaya hidup hedonisme

Sholeh (2017), aspek-aspek perilaku hedonis dapat dipahami melalui konsepsi-konsepsi berikut ini :

- a. Minat, dapat dikonseptualisasikan sebagai penonjolan ketertarikan personal terhadap objek tertentu, yang bisa berupa barang, kegiatan, atau topik yang menitikberatkan pada aspek-aspek kesenangan dalam kehidupan.
- b. Aktivitas, mencerminkan tindakan konkret seseorang dalam mengalokasikan waktu dan energi individu pada suatu kegiatan yang memberikan kepuasan langsung.
- c. Opini, diartikan sebagai sikap atau pandangan individu yang diungkapkan sebagai tanggapan terhadap permasalahan sosial serta produk-produk yang relevan dengan gaya hidup hedonis.

Aspek perilaku hedonis mencakup tiga elemen utama: aktivitas, minat, dan opini. Maisyaroh (2016), aspek-aspek hedonisme tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Minat dapat diartikan sebagai penarikan individu terhadap elemen-elemen dalam lingkungannya yang memberikan kesenangan. Fenomena ini merujuk pada ketertarikan yang luas terhadap beragam entitas, kejadian, atau tema yang menonjolkan aspek kepuasan dalam kehidupan, seperti gaya, gastronomi, barang-barang eksklusif, tempat-tempat bergengsi, dan aspirasi untuk menjadi fokus perhatian.
- b. Aktivitas, dalam konteks ini, merujuk pada distribusi temporal individu dalam aksi empiris yang dapat dipantau secara visual. Contoh konkret termasuk preferensi untuk berada di luar rumah dengan frekuensi yang

lebih tinggi, perilaku konsumtif yang melibatkan pembelian barang-barang yang tidak mendesak, kunjungan ke pusat perbelanjaan, dan kunjungan ke kedai kopi.

- c. Opini mencakup pandangan individu dalam merespons pertanyaan-pertanyaan atau isu-isu sosial serta produk-produk yang terkait dengan kehidupan.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek perilaku hedonis terdiri dari tiga aspek yaitu minat, aktivitas dan opini seseorang yang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh seseorang dalam menghabiskan waktu luang untuk memperoleh kenikmatan, kesenangan dan kepuasan emosional.

D. Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Hedonis dengan Perilaku

Konsumtif

Fase pematangan antara usia 18 hingga 21 tahun, remaja teridentifikasi sebagai kelompok yang rawan terhadap perilaku konsumtif (Desmita, 2007). Individu cenderung mengaitkan pembelian dengan pembentukan identitas pribadi. Meskipun pada titik ini individu mulai menunjukkan stabilitas, kontrol diri menjadi aspek penting yang individu kembangkan untuk memahami ekspektasi sosial terhadap individu dan menyesuaikan perilaku secara sesuai. Remaja yang kekurangan kontrol diri cenderung mendorong konsumsi tanpa pertimbangan yang matang.

Remaja memiliki kemampuan kontrol diri merupakan atribut alamiah yang individu eksploitasi untuk mengendalikan variabel-variabel yang memengaruhi perilaku individu, (Chita dan rekan-rekan 2015). Fenomena ini terjadi karena ketidakstabilan emosional pada remaja dapat memicu munculnya beragam perilaku pembelian atau konsumsi yang tidak terkendali. Sedangkan Fitriana & koencoro, (2009), melakukan kontrol diri sangat penting saat melakukan pembelian. Kontrol diri memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan mengendalikan orang agar berperilaku baik, terutama saat melakukan pembelian.

Studi terbaru oleh Sham, Shafi'e, dan Zahrin (2015) menegaskan bahwa remaja yang perilaku hedonis, modern, dan konsumtif cenderung memiliki kecenderungan untuk memperoleh dan menggunakan barang- barang yang memiliki nilai tinggi, bersifat mewah, dan berlabel. Di lain pihak, riset yang dilakukan oleh Wahyudi (2013) mengungkapkan bahwa remaja kerap menghabiskan waktu individu di pusat perbelanjaan, bersosialisasi, atau sekadar bersantai di mal dengan maksud untuk memuaskan dorongan dan keinginan personal individu.

Korry dan Suartini (2018) mengindikasikan bahwa praktik pembelian berlebihan secara tidak langsung mendorong perilaku yang hedonis. Konsep perilaku hedonis, yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 1982 oleh Hirschman dan Holbrook, menyoroti bahwa perilaku konsumen yang dipenuhi fantasi dan emosi akan membentuk perspektif baru terhadap pengalaman berbelanja. Oleh karena itu, nilai-nilai hedonisme timbul sebagai hasil dari minat individu yang terfokus pada konsumsi subjektif, yang bersumber dari pengalaman menggunakan produk dunia sebagai lambang status dan kemewahan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dan Santhoso (2017) mengenai keterkaitan antara perilaku hedonis dan Perilaku Konsumtif pada kalangan Remaja mengemukakan bahwa terdapat hubungan positif yang bermakna antara perilaku hedonis dengan perilaku konsumtif di antara populasi remaja. Temuan dari studi tersebut menegaskan bahwa semakin tinggi perilaku hedonis seseorang, semakin cenderung juga perilaku konsumtifnya meningkat, begitu pula sebaliknya, semakin rendah perilaku hedonis, semakin sedikit pula kecenderungan perilaku konsumtifnya.

Terdapat suatu hubungan yang saling mempengaruhi antara kontrol diri dan perilaku hedonis dalam memengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif. Keterkaitan ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif cenderung terkait dengan kecenderungan untuk mengedepankan kenikmatan sensoris serta pengalaman *materialistik*, yang tercermin dalam pembelian barang-barang mewah, liburan mewah, akuisisi makanan atau minuman yang berharga, serta partisipasi dalam kegiatan rekreasi yang menghabiskan biaya tinggi. Faktor pendorong utama di balik hubungan perilaku konsumtif dengan perilaku hedonisme adalah keinginan untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi atau merasa bahagia melalui

konsumsi barang dan layanan yang memberikan pengalaman sensoris yang memuaskan. Semakin meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif, semakin mendorong perilaku hedonis yang mengejar kesenangan sensoris. Sebaliknya, semakin terkendalinya dorongan untuk hidup hedonis, semakin terbatas pula kecenderungan untuk berbelanja secara impulsif.

Hubungan antara perilaku konsumtif dan kemampuan kontrol diri menjadi penting dalam mengarahkan individu dalam pengeluaran keuangannya. Individu yang memiliki kontrol diri yang kuat juga cenderung lebih terampil dalam mengelola keuangan individu dan memenuhi kebutuhan individu dengan bijak

E. Hipotesis

Rumusan masalah penelitian memiliki solusi sementara berupa hipotesis. Tiga hipotesis dikemukakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yang masing-masing akan diteliti lebih lanjut :

- a. Ada hubungan antara kontrol diri dan perilaku hedonisme terhadap perilaku konsumtif pengguna *m-banking* pada mahasiswa.
- b. Ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku hedonisme pengguna *m-banking* pada mahasiswa.
- c. Ada hubungan positif antara perilaku konsumtif dengan perilaku hedonisme pengguna *m-banking* pada mahasiswa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada karakteristik yang telah ditetapkan untuk diselidiki dan dianalisis guna memberikan fokus pada penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam kerangka penelitian ini, variabel bebas digunakan sebagai faktor yang memberikan gambaran atau memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya, sementara variabel tergantung cenderung dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiono, 2017). Penelitian ini melibatkan dua klasifikasi variabel, yaitu variabel tergantung (Y) dan variabel bebas (X). Dengan identifikasi variabel sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X) : a. (X1) Kontrol diri
b. (X2) Perilaku hedonis
2. Variabel Terikat (Y) : Perilaku konsumtif

B. Definisi Operasional

Definisi operasional memiliki peran penting dalam menjelaskan variabel atau istilah yang digunakan dalam penelitian dan berkaitan dengan aspek praktisnya, membantu pembaca dalam memahami penelitian (Nursalam, 2015). Adapun definisi operasional terkait penelitian ini yaitu:

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk mengakuisisi barang atau layanan secara berlebihan dengan motivasi yang lebih terfokus pada kepuasan pribadi daripada kebutuhan fungsional. Dalam konteks penelitian ini, metode penilaian berdasarkan atribut-atribut perilaku konsumtif (Lina & Rosyid, 1997) akan diterapkan sebagai instrumen pengukuran konsumsi. Aspek-aspek perilaku konsumtif yang diidentifikasi meliputi pembelian impulsif, pemborosan, pencarian kesenangan, dan pencarian kepuasan. Skor yang diperoleh pada skala tersebut mencerminkan tingkat intensitas perilaku konsumtif yang dimiliki oleh individu.

2. Kontrol Diri

Ghufron dan Risnavati (2010), bahwa kontrol diri adalah kegiatan mengendalikan perilaku, dimana seseorang dapat mempertimbangkan sesuatu sebelum membuat keputusan dalam bertindak. Individu dengan kontrol yang baik mampu mengatur, membimbing, serta mengarahkan dalam bentuk perilaku yang positif.

3. Perilaku Hedonis

Perilaku hedonis ialah perilaku di mana orang menghabiskan waktu dan uang individu di luar rumah untuk kegiatan seperti berbelanja, jalan-jalan, dan hiburan dalam upaya menemukan kesenangan dan kepuasan dalam hidup. Pengukuran perilaku hedonis menggunakan skala dari aspek dari Engel dkk. (1995), yaitu: minat, aktivitas dan opini. Ketika nilai pada skala meningkat, korelasinya dengan peningkatan perilaku hedonis pada subjek semakin kuat, sebagaimana sebaliknya, penurunan nilai pada subjek mengarah pada penurunan tingkat perilaku hedonistis yang dimiliki subjek.

C. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah istilah yang digunakan untuk menyebut keseluruhan subjek, yang ingin dipahami atau dijelaskan. Meliputi sejumlah individu, lembaga, peristiwa, atau subjek yang menjadi fokus dalam suatu penelitian (Firmansyah & Dede, 2022). Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa S1. Dalam penelitian ini polusi berjumlah sekitar 550 mahasiswa atau mahasiswi S1 yang menggunakan *M-banking*. *Tryout* 250 mahasiswa dan mahasiswi pengguna *m-banking* dan untuk penelitian 300, jadi jumlah populasi penelitian ini 550 mahasiswa dan mahasiswi.

2. Sampel

Sampel adalah segmen dari populasi yang diambil sebagai sumber informasi dalam suatu studi, yang secara keseluruhan yang merepresentasikan populasi secara keseluruhan (Amin, Gerancang, dan Abunawas, 2023). Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa atau mahasiswi S1 yang mempunyai *m-banking* angkatan 2020 – 2023. Peneliti menetapkan sampel *tryout* dengan cara memilih beberapa angkatan.

3. Teknik pengumpulan sampling (*sampel*)

Penelitian ini menggunakan metode cluster random sampling digunakan untuk memilih sampel penelitian ketika wilayah penelitiannya luas. Data sampel diperoleh dari wilayah-wilayah tertentu dalam populasi yang ditetapkan (Sugiyono, 2020). *Cluster random* sampling dilaksanakan dengan mempertimbangkan angkatan, termasuk angkatan tahun 2020, 2021, 2022, dan 2023. Kemudian, dilakukan pengacakan pada seluruh angkatan menggunakan alat random picker dengan kriteria mahasiswa aktif program S1 pengguna aktif *m-banking*..

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menerapkan skala Likert sebagai instrumen. Skala *Likert*, seperti yang dijelaskan oleh Azwar (2017), memungkinkan penentuan posisi subjek terhadap kontinum sikap terhadap objek, mencakup dimensi positif maupun negatif.

Dalam proses penentuan lokasi, peneliti menggunakan metode pengukuran respons individu terhadap pernyataan yang disusun secara sistematis. Penelitian ini menerapkan skala langsung, yang memungkinkan responden untuk secara langsung mengevaluasi pernyataan yang diajukan. Sementara itu, pertanyaan mengenai kontrol diri, perilaku hedonisme, dan perilaku konsumtif diukur melalui skala tertutup, dimana opsi tanggapan telah ditetapkan sebelumnya, membatasi subjek untuk memberikan respons yang lebih luas.

1. Skala Perilaku Konsumtif

Instrumen pengukuran perilaku konsumtif, yang tersusun berdasarkan kerangka teoritis Sumartono (2002), menggunakan skala dengan empat opsi jawaban yang memiliki nilai skor yang berbeda-beda. Opsi tersebut meliputi sangat sesuai (SS) dengan skor 4, sesuai (S) dengan skor 3, tidak sesuai (TS) dengan skor 2, dan sangat tidak sesuai (STS) dengan skor 1. Secara jelas dapat ditunjukkan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Alat ukur skala perilaku konsumtif

No	Aspek	Butir		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Pembelian impulsif (Impulsive buying)	3	3	6
2	Pemborosan (Wastesful buying)	3	3	6
3	Mencari kesenangan (Pleasuring seeking)	3	3	6
Total		9	9	18

2. Skala Kontrol Diri

Dalam upaya untuk mengukur kontrol diri, peneliti telah merancang sebuah skala evaluasi yang terinspirasi oleh kerangka teoretis yang diajukan oleh Averill (1973). Skala *Likert* yang dipergunakan terdiri dari dua jenis item, yakni yang bersifat mendukung dan yang bersifat tidak mendukung. Setiap item dilengkapi dengan empat alternatif respons yang menampilkan tingkat kesesuaian yang berbeda-beda, dimana respon "sangat sesuai" (SS) diberi skor 4, "sesuai" (S) diberi skor 3, "tidak sesuai" (TS) diberi skor 2, dan "sangat tidak sesuai" (STS) diberi skor 1. Secara jelas dapat ditunjukkan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Alat ukur skala kontrol diri

No	Aspek	Butir		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Kontrol Perilaku	4	4	8
2	Kontrol Kognitif	4	4	8
3	Kontrol Kepuasan	4	4	8
TOTAL		12	12	24

3. Skala Perilaku Hedonis

Instrumen pengukuran perilaku hedonis disusun oleh para peneliti dengan mengacu pada kerangka teoritis yang dikemukakan oleh Wells dan Tigert (Engel et al., 2005). Skala *Likert* yang terdiri dari empat opsi respons digunakan untuk menilai perilaku hedonis, mulai dari sangat sesuai hingga sangat tidak sesuai. Dengan empat alternatif jawaban yang berbeda, termasuk sangat sesuai (SS) dengan penilaian skor 4, sesuai (S) dengan skor 3, tidak sesuai (TS) dengan skor 2, dan sangat tidak sesuai (STS) dengan skor 1. Secara jelas dapat ditunjukkan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Alat ukur skala perilaku hedonisme

No	Aspek	Butir		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Minat</i>	4	4	6
2	<i>Aktifitas</i>	4	4	8
3	<i>Opini</i>	4	4	8
TOTAL		12	12	24

E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Azwar (2021) mengemukakan bahwa validitas, yang mengacu pada kesesuaian antara alat ukur dan konsep yang diukur, merupakan indikator seberapa cermat dan tepat pengukuran dilakukan dalam konteks pengelolaan fungsionalnya. Validitas adalah kemampuan suatu instrumen penelitian untuk menjalankan fungsi pengukurannya agar dapat menghasilkan hasil terukur sesuai dengan tujuan yang ditetapkan untuk penelitian. Suatu alat tes atau alat ukur jika bernilai besar alat tes tersebut menjalankan fungsinya dan hasil pengukurannya memenuhi tujuan pengukuran.

Penelitian ini mempergunakan validitas isi (*content validity*), yang merujuk pada cara menguji kecocokan isi tes dengan menganalisis secara rasional atau melalui penilaian profesional (Azwar, 2021). *Professional judgment* yang ditunjukkan penelitian adalah pandangan serta rekomendasi yang

diberikan oleh dosen pembimbing.

2. Uji Daya Beda Aitem

Pengujian daya beda atau daya diskriminasi sebuah item mencerminkan seberapa baik item tersebut mampu membedakan individu atau kelompok individu berdasarkan karakteristik yang diukur. Pengujian ini dapat dilakukan dengan mengukur koefisien korelasi antara distribusi nilai item dan distribusi keseluruhan skala (Azwar, 2020).

Saat menetapkan kriteria untuk memilih item berdasarkan korelasi item-total, fokus utama adalah pada nilai r_{ix} yang melebihi atau setidaknya sama dengan 0,30, sebagaimana yang disarankan oleh Azwar (2020). Pertimbangan utama adalah bahwa item dengan nilai korelasi $r_{ix} \geq 0,30$ dianggap memiliki tingkat daya diskriminasi yang memadai, sementara item yang memiliki nilai korelasi $\leq 0,30$ dianggap memiliki tingkat daya diskriminasi yang kurang memuaskan (Azwar, 2020). Situasi di mana jumlah item yang akan dimasukkan dalam skala melebihi preferensi, penekanan diberikan pada item-item yang memiliki kemampuan membedakan yang paling optimal. Namun demikian, jika jumlah item yang memenuhi standar belum mencapai target yang diinginkan, penyesuaian standar hingga mencapai nilai 0,25 mungkin diperlukan untuk mencapai jumlah item yang diinginkan. Dalam konteks penelitian ini, metode korelasi *product moment pearson* telah digunakan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 24.0 untuk mengevaluasi tingkat keefektifan item tersebut.

3. Reliabilitas Alat Ukur

Konsep reliabilitas merujuk pada tingkat kepercayaan atau konsistensi dari hasil pengukuran. Sebuah alat penelitian dinyatakan memiliki reliabilitas yang signifikan ketika tes yang dirancang menunjukkan kestabilan yang konsisten dalam mengukur aspek yang diinginkan dari kuesioner. Ghazali (2018) menjelaskan bahwa reliabilitas sebuah instrumen atau kuesioner termanifestasi dalam konsistensi respons terhadap pernyataan dari waktu ke waktu. Penelitian ini menggunakan pengukuran *Cronbach's alpha* sebagai indikator reliabilitas. Apabila nilai *Cronbach's alpha* melebihi 0,6. Maka dapat

disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.

F. Teknik Analisis

Penelitian ini bertujuan untuk menguji validitas hipotesis yang diajukan dengan menerapkan teknik analisis data, termasuk penggunaan dua teknik analisis data secara simultan. Pertama, dilakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda yang melibatkan dua prediktor, suatu metode yang memungkinkan pengukuran dan penilaian hubungan antara tiga variabel penelitian, terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen (Sugiyono, 2017). Analisis regresi berganda dengan dua variabel prediktor juga dapat mengungkapkan seberapa besar dampak variabel independen terhadap variabel dependen melalui kontribusi yang signifikan. Metode pengujian hipotesis kedua dan ketiga melibatkan korelasi parsial, yang digunakan untuk menyelidiki bagaimana kontrol diri, perilaku hedonisme, dan perilaku konsumtif berkembang sambil mengontrol variabel lainnya (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini, data akan dianalisis menggunakan metode korelasi pearson, juga dikenal sebagai korelasi *product moment pearson*, digunakan untuk mengevaluasi seberapa kuat hubungan linier antara dua variabel. Nilai koefisien korelasi pearson dari -1 hingga +1, menunjukkan seberapa erat hubungan dua variabel. Untuk menggunakan teknik ini, data yang akurat diperlukan, dan analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi untuk windows.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kencah dan Persiapan Penelitian

1. Orientasi kencah penelitian

Sebelum memulai suatu penelitian, orientasi kencana penelitian dilakukan untuk mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan dalam proses penelitian agar berjalan dengan baik. Pada tahap awal ini, lokasi penelitian ditetapkan sesuai dengan kriteria populasi yang telah ditentukan untuk percobaan penelitian. Pengambilan data dilaksanakan di Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang berada di Jl. Kaligawe raya No.Km4< Terboyo Kulon, Kec Gebuk, Kota Semarrang.

Universitas Islam Sultan Agung atau lebih dikenal dengan sebutan UNISSULA merupakan salah satu universitas terbaik yang ada di Semarang. Didirikan tanggal 16 Dzulhijjah 1381 H atau 20 Mei 1962 M. Pengambilan nama Sultan Agung tidak lepas dari yang namanya Sultan Mataram Islam yang pada masa itu mengalami kejayaan. Pemilihan nama Sultan Agung tidak terlepas dari dedikasi beliau dalam melawan penjajahan oleh karena itu Yayasan Badan Wakaf Sulta Agung (YBWSA). Unisulla memiliki 11 fakultas unggulan yaitu Fakultas Kedokteran(FK), Fakultas Teknik(FT), Fakultas Hukum(FH), Fakultas Ekonomi(FE), Fakultas Agama Islam(FAI), Fakultas Teknologi Industri(FTI), Fakultas Psikologi, Fakultas Bahasa dan Ilmu komunikasi(FBIK), Fakultas Ilmu Keperawatan(FIK), Fakultas Kedokteran GIGI(FKG), dan Fakultas Keguruan dan Pendidikan(FKIP).

Uji coba penelitian ini (skala *tryout*) diselenggarakan pada prodi S1 Farmasi angkatan 2023, S1 Teknik Sipil kelas A dan C angkatan 2023, S1 Psikologi kelas A dan C angkatan 2020, S1 Psikologi kelas A dan C angkatan 2021, serta S1 Ilmu Komunikasi dan bahasa sastra kelas B dan C angkatan 2022.

Langkah berikutnya setelah menetapkan dan mengamati lokasi penelitian adalah melakukan wawancara dengan sejumlah mahasiswa yang telah ditentukan sebagai subjek penelitian, serta menyerahkan kuesioner penelitian untuk keperluan penelitian yang telah di sesuaikan berdasarkan kriteria agar mendapatkan data dari jumlah populasi dan sampel yang telah ditentukan. Kemudian, penelitian dengan tema penelitian ini, bertujuan untuk memberikan landasan yang kokoh dan mendukung penelitian.

Berikut ini pertimbangan penelitian dalam menentukan pilihan fakultas S1 Keperawatan, S1 Ilmu Komunikasi dan bahasa sastra, dan S1 Psikologi UNISSULA sebagai tempat penelitian, Sebagai berikut:

- a. Tidak ada penelitian yang mencatat tentang korelasi antara tingkat kontrol diri dan kecenderungan hidup hedonis dengan kebiasaan konsumtif dalam penggunaan M-Banking.
- b. Profil dan jumlah partisipan yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan untuk penelitian ini.
- c. Terdapat isu mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif yang berpotensi memengaruhi tingkat perilaku konsumtif dalam menggunakan layanan M-Banking, terutama di kalangan mahasiswa.
- d. Adanya izin dari pihak fakultas S1 Keperawatan, S1 Ilmu Komunikasi dan bahasa sastra, S1 Psikologi.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti memutuskan untuk melaksanakan penelitian terkait hubungan antara kontrol diri dan perilaku hedonisme dengan perilaku konsumtif pada pengguna M-Banking pada mahasiswa.

2. Persiapan Penelitian

Dilaksanakannya sebuah penelitian perlu dilakukan persiapan yang baik agar jalannya penelitian lancar dan untuk mengurangi kemungkinan kesalahan selama proses penelitian. Tahapan penelitian dilakukan dalam beberapa langkah, yaitu:

A. Persiapan Perizinan

Penelitian ini mempersiapkan beberapa hal sebelum melakukan penelitian adalah Penelitian dimulai dengan mengirimkan permohonan resmi kepada administrasi (Tata usaha) fakultas psikologi UNISSULA untuk mendapatkan izin. Setelah permohonan diajukan, peneliti akan menerima surat izin resmi yang dikeluarkan oleh fakultas dengan nomor 215/A.3/Psi-SA/I/2024 kepada dosen Psikologi yang sedang mengajar di kelas untuk meminta waktunya sebentar untuk melakukan penelitian. Selanjutnya peneliti mengajukan surat izin berikutnya kepada rektorat fakultas S1 keperawatan dan S1 Ilmu Komunikasi dan bahasa sastra UNISSULA dengan nomor surat 221/C.1/Psi-SA/I/2024

b. Penyusunan Alat Ukur

Instrumen pengukuran yang diterapkan dalam penelitian ini mengadopsi pendekatan yang terstruktur, menempatkan sebuah kerangka instrumen yang tersusun secara hierarkis berdasarkan aspek-aspek yang relevan. Setiap aspek variabel diwakili oleh indikator yang cermat, memungkinkan penggalan detail yang mendalam. Terdapat tiga skala yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi dimensi perilaku konsumtif, kontrol diri, dan perilaku hedonisme, yang telah mengalami penyesuaian khusus oleh peneliti untuk mengoptimalkan kecocokan dengan konteks penelitian yang sedang berlangsung.

Di dalam setiap skala ini, terdapat pertanyaan yang menggambarkan preferensi mendukung dan tidak mendukung. Terdapat empat opsi jawaban yang tersedia, mulai dari sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), hingga sangat tidak sesuai (STS). Ketika responden memberikan tanggapan "Sangat Setuju (SS)" terhadap pernyataan yang menggambarkan preferensi

positif, nilai yang diberikan adalah 4. Pernyataan yang dianggap "Sesuai (S)" diberi nilai 3, sementara "Tidak Sesuai (TS)" diberi nilai 2, dan "Sangat Tidak Sesuai (STS)" diberi nilai 1.

Pengukuran aspek yang tidak mendukung, khususnya dalam konteks respons (SS), menunjukkan konsistensi yang mendukung penilaian dengan nilai skor 1, sementara penilaian (S) yang sesuai mencapai nilai skor 2. Sementara itu, respons (TS) dinilai dengan skor 3, dan tingkat ketidaksesuaian yang signifikan (STS) diberikan nilai skor 4. penjelasan skala yang akan digunakan pada penelitian ini:

1) Skala Perilaku Konsumtif

Skala Perilaku Konsumtif yang dirancang untuk perilaku konsumtif dibuat dengan berdasarkan teori dari - yaitu aspek pembelian impulsif (*Impulsif Buying*), pemborosan (*Watesful buying*), mencari kesenangan (*Pleasuring Seeking*), mencari kepuasan (*Satisfacting Seeking*). Skala perilaku konsumtif memiliki total 18 aitem, 9 di antaranya *favorabel* dan 9 *unfavorabel*. Berikut sebaran aitem perilaku konsumtif:

Tabel 4. Sebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif

No.	Aspek	Butir	Total
1.	Pembelian impulsif (<i>Impulsive buying</i>)	1,2,3,4,5,6	6
2.	Pemborosan (<i>Watesful Buying</i>)	7,8,9,10,11,12	6
3.	Mengejar kesenangan (<i>Pleasuring Seeking</i>)	13,14,15,16,17, 18	6
Jumlah Aitem		18	18

2) Skala Kontrol diri

Instrumen pengukuran kontrol diri, yang diturunkan dari konseptualisasi Averill (1973), mengevaluasi dimensi-dimensi kritis dari kontrol diri, meliputi kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol kepuasan. Skala kontrol diri memiliki 24 aitem, 12 diantaranya *favorabel* dan 12 *unfavorabel*. Berikut sebaran aitem kontrol diri:

Tabel 5. Sebaran Aitem Skala Kontrol Diri

No.	Aspek	Butir	Total
1.	Kontrol Perilaku	1,2,3,4,5,6,7,8	8
2.	Kontrol Kognitif	9,10,11,12,13,14,15,16	8
3.	Kontrol Kepuasan	17,18,19,20,21,22,23,24	8
Jumlah Aitem		24	24

3) Skala perilaku hedonis

Skala perilaku hedonis menggunakan skala dari aspek Engel dkk (1995), yaitu minat, aktifitas dan opini. Skala perilaku hedonis memiliki 24 aitem 12 diantaranya *favorabel* dan 12 *unfavorabel*. Berikut sebaran aitem perilaku hedonis:

Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Perilaku Hedonis

No.	Aspek	Butir	Total
1.	Minat	1,2,3,4,5,6,7,8	8
2.	Aktifitas	9,10,11,12,13,14,15,16	8
3.	Opini	17,18,19,20,21,22,23,24	8
Jumlah Aitem		24	24

c. Uji Coba Alat Ukur

Pada tanggal 6 Maret 2024, peneliti melakukan, alat pengukuran untuk menilai seberapa baik skala tersebut bekerja dan apakah ada perbedaan antara pertanyaan yang cukup signifikan. Peneliti menggunakan *google formulir* untuk prosesnya. Peserta yang terlibat dipilih secara acak. pertama yaitu mahasiswa dan mahasiswi angkatan 2020- 2023 UNISSULA sebanyak 250 responden. Berikut ini tabel mahasiswa dan mahasiswi 2020-2023 sebagai berikut:

Tabel 7. Data Mahasiswa Dan Mahasiswi angkatan 2020-2023 Yang Menjadi Subjek Uji Coba

No	Fakultas	Kelas (Angkatan)	Jumlah Keseluruhan	Partisipan Bersedia	Partisipan Tidak Bersedia
1	S1 Psikologi	A (2020)	58	33	25
2	S1 Psikologi	C (2020)	57	25	32
3	S1 Psikologi	A (2020)	55	18	37
4	S1 Psikologi	C (2021)	53	23	30
5	S1 Teknik Sipil	A (2023)	53	25	28
6	S1 Teknik Sipil	C (2023)	48	25	23
7	S1 Farmasi	(2023)	200	78	122
8	S1 Ilkom	A (2021)	80	23	57
Total			604	250	354

Peneliti meminta 250 mahasiswa dan mahasiswi UNISULA untuk mengisi survei melalui *google formulir* sebagai bagian percobaan penelitian. Setelah itu, hasil survei yang lengkap akan dievaluasi sesuai dengan ketentuannya berlaku dan dianalisis menggunakan perangkat lunak *SPSS versi 25.0*.

3. Uji Daya Beda dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

Untuk mengetahui seberapa baik sebuah item bisa berdasarkan individu perlu untuk mengukur seberapa baik item tersebut serta untuk memperkirakan seberapa andalnya. Item dianggap memiliki membedakan yang baik jika memiliki koefisien korelasi total antara item rix sebesar atau lebih dari 0,30 (Azwar,2015). Korelasi pendapatan diukur dengan menggunakan metode analisis product moment untuk menghubungkan skor aitem dengan skor yang dihitung, diperlakukan secara *komprensif* melalui perangkat lunak SPSS Versi 25.0 yang digunakan pada *platform Windows*. Berikut ini adalah hasil daya beda aitem dan estimasi reliabilitas pada setiap skala:

a. Skala Perilaku konsumtif

Instrumen Pengukuran Konsumtif yang dibentuk untuk memahami perilaku konsumtif telah disusun dengan merujuk pada landasan teoritis yang diperkenalkan oleh (Lina & Rosyid, 1997), yaitu aspek pembelian impulsif (*Impulsif Buying*), pemborosan (*Watesful buying*), mencari kesenangan (*Pleasuring Seeking*), mencari kepuasan (*Satisfacting Seeking*).

Dari 18 pertanyaan yang diuji, sebanyak 12 pernyataan menunjukkan perbedaan yang tinggi, semestara 6 pernyataan lainnya menunjukkan perbedaan yang rendah. Nilai perbedaan yang tinggi untuk pernyataan tersebut antara 0,671 hingga 0,617. Nilai koefisien daya beda item rendah sekitar dari 0,272 hingga 0,285. Pengukuran reliabilitas perilaku konsumtif menggunakan *alpha cronbach's* dari 12 item menunjukkan angka 0,625, yang menandakan tingkat keandalan yang baik.

Berikut tabel detail mengenai daya beda aitem yang tinggi dan rendah sebagai berikut.

Tabel 8. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi Dan Rendah Pada Skala Perilaku Konsumtif

No.	Aspek	Favorabel	Unfavorabel	Total
1.	Pembelian impulsif (<i>Impulsive buying</i>)	1,2,3	4*,5,6	5
2.	Pemborosan (<i>Watesful Buying</i>)	7,8*,9	10*,11*,12*	2
3.	Mengejar kesenangan (<i>Pleasuring Seeking</i>)	13,14,15	16*,17,18	5
Jumlah Aitem		8	4	12

*) aitem dengan daya beda rendah

b. Skala Kontrol Diri

Instrumen skala kontrol diri dipergunakan untuk menilai kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya, yang direncanakan oleh peneliti berdasarkan landasan teoretis Averill (1973), mencakup dimensi kontrol tindakan, kontrol pemikiran, dan kontrol kepuasan. Berdasarkan data dari uji perbedaan daya pada 24 aitem skala kontrol diri, didapati aitem skor tinggi 12 aitem lainnya memiliki skor yang rendah.

Koefisien relatif tiap pernyataan dalam skala kendali diri bervariasi antara 0,426 hingga 0,476 untuk pernyataan dalam skala kontrol diri antara 0,426 hingga 0,476 untuk pernyataan dengan skor tinggi, sementara pernyataan dengan skor terendah memiliki koefisien antara -0,180 hingga -0,368. Skala kendali terhitung menggunakan *alpha cronbach's*, dengan 12 pertanyaan yang menghasilkan reliabilitas sebesar 0,641. Menunjukkan bahwa skala kontrol diri dengan 12 pertanyaan dapat dianggap dapat diadakan dan layak untuk digunakan peneliti selanjutnya. Penyebaran mengenai hasil daya beda aitem tinggi dan rendah dibawah ini:

Tabel 9. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi Dan Rendah Pada Skala Kontrol Diri

No.	Aspek	Favorabel	Unfavorabel	Total
1.	Kontrol Perilaku	1*,2,3*,4*	5*,6,7,8*	3
2.	Kontrol Kognitif	9*,10*,11*,12*	13,14,15,16	4
3.	Kontrol Kepuasan	17*,18*,19*,20	21,22,23,24	5
Jumlah Aitem		2	10	12

*) aitem dengan daya beda rendah

c. Perilaku Hedonisme

Skala perilaku hedonis menggunakan skala dari aspek Engel dkk (1995), yaitu minat, aktifitas dan opini. Berdasarkan analisis uji daya beda pada studi tentang perilaku hedonis yang menggunakan 24 item, didapati bahwa 12 item menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skala perilaku hedonis memiliki tingkat skor yang tinggi secara keseluruhan, tetapi terdapat 12 item yang menunjukkan tingkat perbedaan yang rendah. Koefisien daya beda aitem tertinggi dengan rentang skor nilai 0,733 sampai dengan 0,707. Rentang skor koefisien daya beda aitem rendah berkisaran antara -0,325 hingga 0,153. Untuk menilai reliabilitas skala perilaku hedonis, menggunakan *alpha cronbach* yang menunjukkan nilai reliabilitas sebesar 0,783 dengan 12 aitem.

Dibawah ini adalah distribusi hasil daya beda aitem yang tinggi dan rendah :

Tabel 10. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi Dan Rendah Pada Skala Perilaku Hedonis

No.	Aspek	Favorabel	Unfavorabel	Total
1.	Minat	1,2,3,4	5,6,7,8	8
2.	Aktifitas	9,10*,11,12	13*,14,15*,16	5
3.	Opini	7,18,19*,20	21*,22,23,24*	5
Jumlah Aitem		10	8	18

*) aitem dengan daya beda rendah

4. Penomoran Ulang

a. Skala Perilaku Konsumtif

Langkah berikutnya adalah melakukan penomoran ulang untuk menghapus item-item yang memiliki perbedaan yang rendah dan menggantinya dengan nomor yang baru. Penomoran ulang pada skala perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Sebaran Aitem Penomoran Ulang Skala Perilaku Konsumtif

No.	Aspek	Favorabel	Unfavorabel	Total
1.	Pembelian impulsif (<i>Impulsive buying</i>)	1,2,3	5,6	5
2.	Pemborosan (<i>Wastesful Buying</i>)	7,9	0	2
3.	Mengejar kesenangan (<i>Pleasuring Seeking</i>)	13,14,15	17,18	5
Jumlah Aitem		8	4	12

b. Skala Kontrol Diri

Langkah berikutnya adalah melakukan penomoran ulang untuk menghapus item-item yang memiliki perbedaan yang rendah dan menggantinya dengan nomor baru. Penomoran ulang pada skala kontrol diri sebagai berikut:

Tabel 12. Sebaran Aitem Penomoran Ulang Skala Perilaku Kontrol Diri

No.	Aspek	Favorabel	Unfavorabel	Total
1.	Kontrol Perilaku	2	6,7	3
2.	Kontrol Kognitif	0	13,14,15,16	4
3.	Kontrol Kepuasan	20	21,22,23,24	5
Jumlah Aitem		2	10	12

c. Skala Hedonisme

Langkah berikutnya melakukan penomoran ulang menghapus item-item yang memiliki perbedaan yang rendah dan menggantinya dengan nomor baru. Penomoran ulang pada skala perilaku hedonisme:

Tabel 13. Sebaran Aitem Penomoran Ulang Skala Perilaku Hedonisme

No.	Aspek	Favorabel	Unfavorabel	Total
1.	Minat	1,2,3,4	5,6,7,8	8
2.	Aktifitas	9,11,12	14,16	5
3.	Opini	7,18,20	22,23	5
Jumlah Aitem		10	8	18

B. Pelaksanakan Penelitian

Penelitian dilaksanakan mulai 8 Maret 2024 sampai 18 Maret 2023. *Cluster Radom Sampling* digunakan sebagai Teknik pengambilan sampel dengan jumlah sampel banyak 300 mahasiswa aktif S1 angkatan 2022 dan 2023. Adapun rinciannya sebagai berikut:

Tabel 14. Data Mahasiswa Dan mahasiswi angkatan 2022 dan 2023 Yang Menjadi Subjek Penelitian

No	Fakultas	Kelas (Angkatan)	Jumlah Keseluruhan	Partisipan Bersedia	Partisipan Tidak Bersedia
1	S1 Keperawatan	A (2023)	92	85	7
2	S1 Psikologi	B (2023)	38	31	7
3	S1 Psikologi	C (2023)	38	30	8
4	S1 Ilmu Komunikasi	B (2022)	54	47	7
5	S1 Ilmu Komunikasi	C (2023)	50	45	5
6	S1 Psikologi	A(2023)	37	31	6
7	S1 Psikologi	D (2023)	36	31	5
Total			345	300	45

C. Hasil Analisis Data dan Hasil Pembahasan

1. Uji Normalitas

Peneliti melakukan pengujian data dengan memanfaatkan aplikasi perangkat lunak untuk analisis statistik dan layanan (*SPSS*) versi 25.0. Analisis normalitas yang diperoleh menunjukkan hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov dengan nilai Z, pada tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai 0,188 secara signifikan lebih besar daripada nilai signifikansi yang ditetapkan, yakni 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa distribusi data variabel tersebut

sesuai dengan syarat-syarat distribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengidentifikasi keterkaitan linier antara variabel independen dan variabel dependen dalam sebuah penelitian. Data yang sudah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan uji F linier menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.0 windows.

Tabel 15. Uji Linearitas

Variabel	<i>F</i> linear	Sig	Keterangan
Konsumtif dengan kontrol diri	125,950	0.000	Linear
Konsumtif dengan Hedonis	68,233	0.000	Linear

Hasil dari uji linieritas, didapati bahwa nilai koefisien F-linear adalah 125,950 dengan tingkat signifikansi yang sangat rendah, yakni 0,000 ($p < 0,05$). Hasil ini menegaskan adanya keterkaitan linier yang jelas antara perilaku konsumtif dan kapasitas untuk mengendalikan diri. Langkah berikutnya melibatkan analisis linier untuk mengeksplorasi hubungan antara perilaku konsumtif dan perilaku hedonis. Temuan menunjukkan koefisien F-linear sebesar 68,233, dengan tingkat signifikansi yang sangat rendah pula, yaitu 0,000 ($p < 0,05$). Dari sini dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi linier yang kuat antara perilaku konsumtif dan perilaku hedonis.

3. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari analisis uji multikolinearitas adalah untuk mengeksplorasi potensi hubungan yang ada antara variabel bebas yang terdapat dalam kerangka model regresi. Kualitas suatu model regresi diukur dengan absennya korelasi yang signifikan antara variabel bebas tersebut. Dalam konteks penelitian ini, evaluasi multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan metrik nilai Variance Inflation Factor (VIF). Hasil yang diinterpretasikan adalah jika nilai VIF menunjukkan angka kurang dari 10 dan nilai dari tolerance value melebihi 0,1, hal ini menandakan bahwa tidak

ada indikasi masalah multikolinearitas yang perlu diperhatikan.

Berdasarkan analisis multikolinearitas, ditemukan bahwa indeks varians inflasi (VIF) untuk variabel perilaku konsumtif (X1) dan variabel kontrol diri (X2) adalah 1,519, di bawah ambang batas 10, sementara nilai toleransi adalah 0,659, melebihi 0,1. Sehingga, tidak terdapat bukti yang menunjukkan adanya masalah multikolinearitas di antara variabel independen tersebut

4. Uji Hipotesis

Dalam riset ini, teknik analisis regresi berganda dengan dua variabel prediktor serta strategi korelasi parsial diterapkan guna mengevaluasi hipotesis yang diusulkan. Pendekatan regresi dengan dua prediktor dipakai untuk menyelidiki hubungan serentak antara kontrol diri dan Perilaku hedonisme terhadap tingkah laku konsumtif. Sebaliknya, pendekatan korelasi parsial digunakan untuk menguji ikatan antara variabel independen dan variabel dependen, di mana salah satu variabel independennya disesuaikan sebagai variabel kontrol dalam analisis tersebut.

a. Hipotesis pertama

Tingkat signifikansi yang rendah, menandakan hubungan yang kuat antara variabel yang diamati, nilai koefisien regresi yang substansial, $R = 0,560$. Maka menunjukan adanya hubungan kontrol diri dan perilaku hedonisme dengan konsumtif. Koefisien predictor variabel kontrol diri menunjukkan skor (0,433), sementara prediktor untuk hedonisme (0,179), dengan nilai konstan sebesar 37,986. Dalam persamaan garis regresi diperoleh $Y = (-0,433X1) + (0,179X2) + 37,986$. Persamaan garis regresi, dapat disimpulkan bahwa setiap kali variabel kontrol diri (prediktor X1) mengalami perubahan satu unit, total nilai rata-rata konsumtif (kriteria Y) akan mengalami perubahan sebesar (-0,433) dan setiap kali variabel perilaku hedonisme (preiktor X2) mengalami perubahan satu unit, variabel kontrol diri mengalami penurunan sebesar 0,179 . yang dikemukakan dalam kerangka penelitian ini, disimpulkan bahwa terdapat

korelasi yang bermakna antara variabel yang dipertimbangkan. Secara spesifik, ditemukan bahwa tingkat perilaku hedonisme berinteraksi secara signifikan dengan perilaku konsumtif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam konteks penelitian ini mampu diterima.

b. Hipotesis Kedua

Dari hasil uji korelasi parsial yang telah dilakukan, melibatkan variabel kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dengan penyesuaian terhadap perilaku hedonisme, ditemukan koefisien korelasi antara kedua variabel, yang ditunjukkan oleh r_{xy} sebesar -0.058 dengan tingkat signifikansi 0.000 ($p < 0.05$). Penemuan ini menunjukkan adanya hubungan yang bermakna, sehingga hipotesis dapat disetujui. Temuan ini menyoroti hubungan yang saling terkait antara kontrol diri dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa dan mahasiswi dari jurusan S1 Keperawatan angkatan 2023, S1 Ilmu Komunikasi dan Bahasa Sastra 2022, serta S1 Psikologi 2023 di UNISSULA. Secara khusus, penurunan tingkat kontrol diri berkorelasi dengan peningkatan perilaku konsumtif.

c. Hipotesis ketiga

Berdasarkan analisis korelasi parsial yang telah dilakukan, dengan mengontrol variabel kontrol diri, ditemukan bahwa terdapat keterkaitan yang signifikan antara perilaku hedonisme dan perilaku konsumtif, ditandai dengan koefisien korelasi sebesar 0.061 pada taraf signifikansi $p = 0,003$ ($p < 0,05$). Temuan ini menegaskan adanya hubungan positif yang kuat antara perilaku hedonis dan perilaku konsumtif, sehingga hipotesis ketiga dapat disetujui. Dengan demikian, semakin tinggi perilaku hedonisme, semakin meningkat juga perilaku konsumtif.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Penyajian hasil penelitian menyediakan informasi yang bermanfaat untuk memahami seberapa baik atau buruknya skor subjek dalam suatu pengukuran, serta memberikan gambaran tentang individu dalam aspek yang sedang diselidiki. Biasanya, subjek penelitian berdasarkan kelompok distribusi normal, yang mengacu pada cara dimana subjek dikelompokkan berdasarkan tingkal variabel yang terungkap dalam data. Berikut ini table penggolongan kategeori skor norma:

Tabel 16. Norma Kategorisasi Skor

Rentang Skor		Kategori
$\mu + 1.5 \sigma$	$< X$	Sangat Tinggi
$\mu + 0.5 \sigma$	$< x \leq \mu + 1.5 \sigma$	Tinggi
$\mu - 0.5 \sigma$	$< x \leq \mu + 0.5 \sigma$	Sedang
$\mu - 1.5 \sigma$	$< x \leq \mu - 0.5 \sigma$	Rendah
X	$\leq \mu - 1.5 \sigma$	Sangat Rendah

Keterangan : μ = Mean hipotetik; σ = Standar deviasi hipotetik

1. Deskripsi Data Skor Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif berjumlah 12 aitem, setiap aitem dinilai dari satu sampai empat poin. Poin minimal yang diperoleh oleh individu pada skala perilaku konsumtif adalah 12 (12×1) dan skor maksimal adalah 48 (12×4). Skala didapatkan adalah 36 ($48 - 12$). Rentang angka, telah dibagi menjadi enam standar deviasi sebesar 6 ($36/6$), memberikan rata-rata hipotesis 30 ($[(48+12)/2]$). Hasil deskripsi variabel perilaku konsumtif dijelaskan pada Tabel berikut:

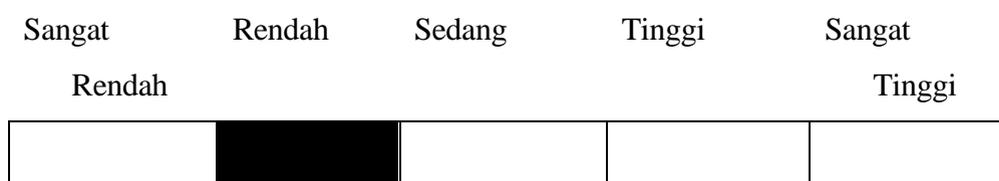
Tabel 17. Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif

Keterangan	Hipotetik	Empirik
Skor Maksimum	48	39
Skor Minimum	12	17
Deviasi Standar	6	4,575
Mean (Rata-rata)	30	27,49

Tabel 18. Kategori Skor Perilaku Konsumtif

Kategori	Rentang skor	Jumlah subjek	Presentase
Sangat Tinggi	40,9 – 48	0	0%
Tinggi	33,7 – 40,8	37	12,3%
Sedang	26,5 – 33,6	117	39%
Rendah	19,2 – 26,4	141	47%
Sangat Rendah	12 – 19,2	5	1,6%

Berdasarkan hasil norma yang diperoleh, subjek-subjek yang masuk dalam klasifikasi tingkat kepentingan tertinggi tidak ditemukan, mencapai 0 subjek dengan presentase 0%. Sementara itu, subjek-subjek yang tergolong dalam kategori tinggi terdapat 37 subjek, yang menyumbang 12,3% dari total sampel. Adapun subjek-subjek yang berada dalam kategori sedang berjumlah 117 subjek, mencapai presentase sebesar 39%. Kelompok subjek dengan kategori rendah mencakup 141 subjek, yang berkontribusi sebesar 47% dari total. Tidak ditemukan subjek yang terklasifikasi dalam kategori sangat rendah, dengan presentase 0%.



Gambar 1. Norma Kategorisasi Skala Perilaku Konsumtif

2. Deskripsi Data Skor Kontrol Diri

Skala kontrol diri terdiri dari 12 item, dimana setiap item dinilai dari hingga empat poin. Hasil terendah yang bisa diperoleh subjek pada skala kontrol diri 12 (12 kali 1), sedangkan skor maksimalnya adalah 48 (12 kali 4).Jadi skor yang diperoleh subjek adalah 36 (48 kurangi 12). Rentang data, terbagi ke dalam enam deviasi standar 6 (36/6), menghasilkan hipotesis rata-rata 30 ($[(48+12)/2]$). Detail mengenai kontrol diri variabel diuraikan dalam tabel berikut:

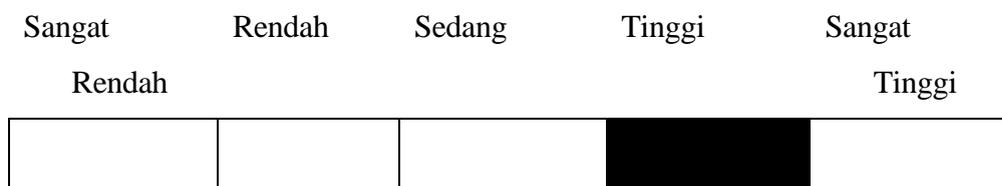
Tabel 19. Deskripsi Skor Skala Kontrol Diri

Keterangan	Hipotetik	Empirik
Skor Maksimum	48	61
Skor Minimum	12	29
Deviasi Standar	6	4,693
Mean (Rata-rata)	30	46,82

Tabel 20. Kategori Skor Kontrol Diri

Kategori	Rentang skor	Jumlah subjek	Presentase
Sangat Tinggi	40,9 – 48	0	0%
Tinggi	33,7 – 40,8	135	45%
Sedang	26,5 – 33,6	120	40%
Rendah	19,2 – 26,4	41	13,6%
Sangat Rendah	12 – 19,2	4	1,3%

Berdasarkan dari hasil norma tersebut, dapat ditemukan hasil subjek yang terklasifikasi sebagai kategori sangat tinggi sebanyak 0 subjek dengan melihat presentase 0%. Subjek yang tergolong kategori tinggi ditemukan 135 subjek dengan presentase 45%. Subjek yang tergolong kategori sedang didapatkan 120 subjek dengan presentase 40%. Subjek yang tergolong kategori rendah didapatkan 41 subjek dengan presentasinya 13,6%. Subjek yang tergolong kategori sangat rendah didapatkan 4 subjek dengan presentasinya 1,3%.



Gambar 2. Norma Kategorisasi Skala Kontrol Diri

3. Deskripsi Data Skor Hedonis

Skor pada skala hedonis adalah 18 aitem, dihitung dari 18 kali 1, dan skor maksimumnya adalah 72, diperoleh dari 18 kali 4. Jarak antara skor terendah dan tinggi adalah 54, yang diperoleh dengan mengurangi 18 dari 72. Rentangan skor ini dibagi menjadi enam standar deviasi, yaitu 6, hasil dari 54 dibagi 6. Sebagai rata-rata hipotesis adalah 45, dihitung dengan menambahkan skor tertinggi dan terendah, kemudian dibagi dua.

Berikut ini informasi tentang variabel hedonisme dijelaskan dalam tabel:

Tabel 21. Deskripsi Skor Skala Hedonis

Keterangan	Hipotetik	Empirik
Skor Maksimum	72	42
Skor Minimum	18	15
Deviasi Standar	9	4,767
Mean (Rata-rata)	45	31,80

Tabel 22. Kategori Skor Hedonis

Kategori	Rentang skor	Jumlah subjek	Presentase
Sangat Tinggi	60,9 – 71,6	0	0%
Tinggi	50,5 – 60,8	56	18,6%
Sedang	39,7 – 50,4	224	74,6%
Rendah	28,8 – 39,6	20	6,6%
Sangat Rendah	18 – 28,8	0	0%

Hasil dari norma yang tercantum mengindikasikan bahwa tidak ada subjek yang mencapai kriteria yang sangat tinggi, dengan proporsi 0%. Subjek yang memiliki kategori tinggi memiliki 56 subjek dengan presentase 18,6%. Kendali demikian, ada tiga subjek yang dapat diklasifikasikan dalam kategori sedang, yang secara kolektif memberikan sumbangan sebesar 74,6% dari total. Sementara itu, terdapat 20 subjek dalam kategori rendah, yang mencapai 6,6% dari keseluruhan. Kategori sangat rendah, terdapat 0 subjek, yang mengambil sebesar 0% dari total.



Gambar 3. Norma Kategorisasi Skala Hedonis

E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi apakah terdapat korelasi antara tingkat kontrol diri dan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa S1 Keperawatan angkatan 2023, S1 Ilmu Komunikasi dan Bahasa Sastra 2022, serta S1 Psikologi 2023 dari UNISSULA. Pendekatan hipotesis diuji menggunakan analisis regresi berganda. Temuan data menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku hedonis terhadap perilaku konsumtif, dengan tingkat signifikansi yang mencapai 0.000 ($p < 0.01$), dan koefisien korelasi sebesar 0,560. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kontrol diri dan perilaku hedonis dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Berdasarkan model regresi, perubahan pada variabel kontrol diri (X1) menyebabkan perubahan yang berlawanan dengan nilai mean hedonisme sebesar (-0.433), sementara setiap perubahan pada variabel hedonisme (X2) berdampak positif sebesar (0.179) pada perilaku konsumtif. Oleh karena itu, kesimpulan dari hipotesis pertama menegaskan bahwa kontrol diri dan perilaku hedonis memengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan. Dengan demikian, hipotesis pertama dapat diterima dalam konteks penelitian ini.

Penelitian sebelumnya oleh Smith dan Rekan (2017) telah menemukan bahwa terdapat korelasi positif yang bermakna antara perilaku konsumtif dan hedonisme pada dewasa muda. Menggunakan pendekatan regresi linear, studi tersebut berhasil mengungkapkan koefisien korelasi sebesar 0,62 antara variabel konsumtif dan hedonisme, dengan signifikansi statistik $p < 0,001$. Temuan ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif, semakin kuat pula kecenderungan perilaku hedonis. Hasil penelitian ini konsisten dengan riset sebelumnya yang juga menegaskan hubungan positif antara konsumtifitas dan hedonisme. Sebagai ilustrasi, penelitian yang dilakukan oleh Jones dan Smith (2015) juga menunjukkan korelasi yang signifikan antara kedua variabel pada populasi remaja, dengan nilai korelasi sebesar 0,48 ($p < 0,01$).

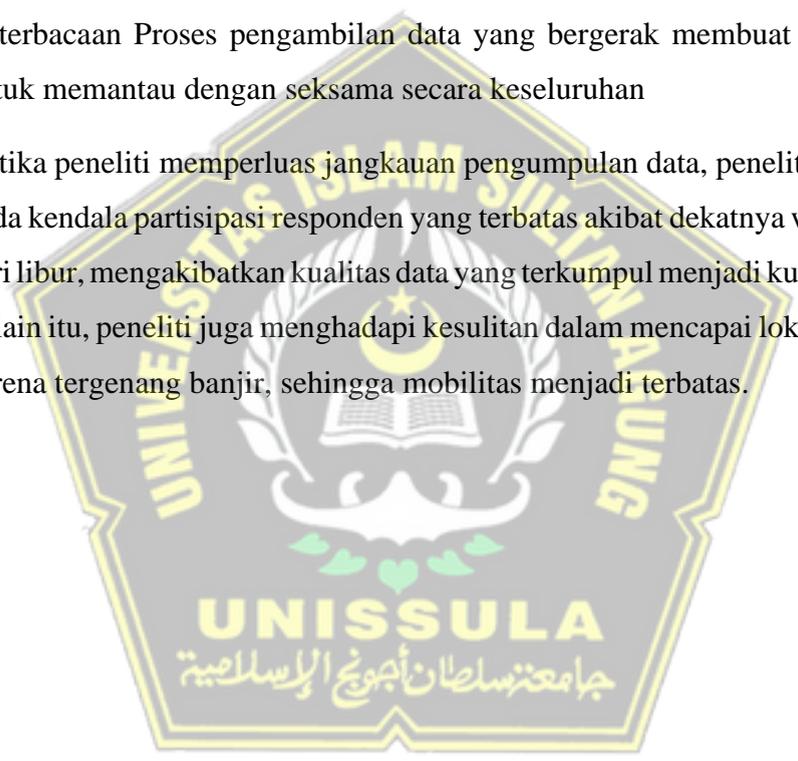
Tujuan hipotesis kedua adalah untuk mengeksplorasi apakah ada korelasi antara tingkat kontrol diri serta tingkat agresivitas di SMK "X" di Kota Pati. Uji hipotesis kedua mengadopsi pendekatan metode korelasi parsial guna mengevaluasi keterkaitan antara kedua variabel dengan tingkat signifikansi sebesar 0,050 dan taraf kepercayaan 0,000 ($p < 0,05$). Temuan penelitian memvalidasi hipotesis tersebut, menunjukkan hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa dan mahasiswi S1 Keperawatan angkatan 2023, S1 Ilmu Komunikasi dan Bahasa Sastra 2022, serta S1 Psikologi 2023 dari UNISSULA. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi perilaku konsumtif, semakin tinggi juga perilaku hedonisme.

Salah satu penelitian terdahulu yang menunjukkan asosiasi ini adalah karya Jones dan Rathi (2015), yang mengamati keterkaitan antara tingkah laku konsumtif dan hedonisme pada kohor mahasiswa. Individu menemukan adanya hubungan positif yang kuat antara perilaku konsumtif dan perilaku hedonisme, *termanifestasi* dalam koefisien korelasi yang mencapai 0,65 pada taraf signifikansi 0,01. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, semakin tinggi pula intensitas perilaku hedonis yang individu tunjukkan.

Hipotesis ketiga telah dites, mempertimbangkan faktor kontrol diri, mengeksplorasi korelasi antara perilaku hedonis dan perilaku konsumtif. Temuan menunjukkan sebuah koefisien korelasi sebesar 0,433 dengan signifikansi statistik yang kuat ($p = 0,00$; $p < 0,05$), menegaskan keberadaan hubungan positif yang sangat signifikan antara kedua variabel tersebut. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dapat disetujui. Semakin tinggi perilaku hedonis, maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

B. Kelemahan Penelitian.

- a. Keterbatasan Proses pengambilan data yang bergerak membuat peneliti sulit untuk memantau dengan seksama secara keseluruhan
- b. Ketika peneliti memperluas jangkauan pengumpulan data, peneliti dihadapkan pada kendala partisipasi responden yang terbatas akibat dekatnya waktu dengan hari libur, mengakibatkan kualitas data yang terkumpul menjadi kurang optimal. Selain itu, peneliti juga menghadapi kesulitan dalam mencapai lokasi penelitian karena tergenang banjir, sehingga mobilitas menjadi terbatas.



BAB V

KESIMPULAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yaitu:

1. Ada hubungan antara kontrol diri dan perilaku hedonisme terhadap perilaku konsumtif pengguna *m-banking* pada mahasiswa.
2. Ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku hedonisme pengguna *m-banking* pada mahasiswa.
3. Ada hubungan positif antara perilaku konsumtif dengan perilaku hedonisme pengguna *m-banking* pada mahasiswa.

B. Saran

1. Bagi Siswa

Penelitian yang telah dilakukan, diharapkan mahasiswa mampu mengendalikan diri dari *discount* yang ditawarkan, kemudian mahasiswa tetap memiliki prinsip untuk mempertahankan kontrol diri guna mempertimbangkan ketika berbelanja online. Dengan melakukan kegiatan membeli hendaknya memperhitungkan antara faktor kebutuhan dan faktor keinginan agar tidak mudah terpengaruh untuk berbelanja secara berlebihan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya dengan permasalahan yang hampir mirip dengan penelitian yang dilakukan maka diharapkan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan sampel yang lebih maksimal supaya hasil data penelitiannya optimalisasi. Serta memperbanyak cangkupan populasi yang ada dan membuat aitem kontrol diri dan perilaku hedonisme yang lebih baik lagi agar lebih mudah dipahami subjek.

DAFTAR PUSTAKA

- Andani, Ramadani, & Prastiyo. (2023). Pengaruh Revolusi Industri 4.0 Terhadap Konsumerisme Warga Lokal Desa Sumpersari, Kecamatan Sumpersari, Kabupaten Jember. *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1(2), 288–300. <https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v1i2.420>.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131.
- Aprilia, D., & Hartono. (2014). Analisis Sosiologis. Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada a. Mahasiswa FISIP Universitas Lampung). *Jurnal Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 15(1),72-86
- Ardiyanti, N., & Nasikah, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Paylater Dan Keinginan Terhadap Perilaku Implusif Buying Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(4), 948–959.
- Asisi, I. (2020). Pengaruh literasi keuangan, perilaku dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Averill, J. F. Personal Control Over Aversive Stimuli and It's Relationship to Stress, *Psychological Bulletin*, No. 80. 1973.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*. 80(4), 286-303.
- Azwar, S. (2015). Reliabilitas dan validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chita, R. C., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self Control dengan perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa

Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. Jurnal eBiomedik (eBm), Volume 3 Nomor 1, 297-302.

Desfayani, D. (2021). Hubungan Kemudahan Penggunaan M-Banking Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pengguna Shopee: The Correlation Of Easy Of Use M-Banking With Consumption Behavior In Students Of State University Of Padang Users Of Shopee. *Jurnal Psikologi Jambi*, 6(01), 11–18. <https://doi.org/10.22437/Jpj.V6i01.15125>

Desmita. (2007). Psikologi perkembangan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Effendi, U. (2016). Psikologi konsumen. Jakarta: Raja Gafindo Persada.

Effendi, U. (2016). Psikologi konsumen. Jakarta: Raja Gafindo Persada.



- Engel, J. F. Balckwel, R. D. & Miniard, P. W. (1995). Perilaku konsumen Edisi keempat Jilid II. Alih Bahasa: F. X. Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fitriana, Koentjoro. (2009). Keranjang Berbelanja Pada Wanita Bekerja Fenomena. Vol 7 No. 1, 48-57. Jurnal Psikologi: Universitas Gadjah Mada.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS
- Ghufron & Risnawati, (2010). Pengertian kontrol diri
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2019). Pengaruh uang saku, locus of control, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025–1039.
<https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28337>.
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0034845>
- Jasmadi, J., & Azzama, A. (2017). Hubungan harga diri dengan perilaku konsumtif remaja Di Banda Aceh. *Psikoislamedia : Jurnal Psikologi*, 1(2), 325–334.
<https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i2.919>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing manajemen* (Edition 14). England: Pearson Education.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus o f control padaremaja putri. *Psikologika*, 2(4), 5–13. journal.uii.ac.id
- Maulana, R. (2013, Oktober 18). Remaja dan perilaku konsumtif. Diunduh dari Kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/maulanaridone/552a70ce6ea834ad6c552d01/re> maha-dan-perilaku-konsumtif tanggal 27 Maret 2018
- Patty, S., Wijono, S., & Setiawan, A. (2017). Hubungan dukungan sosial teman sebaya, kontrol diri, dan jenis kelamin dengan prestasi belajar siswa Di Sma Kristen Ypkpm Ambon. *Psikodimensia*, 15(2), 204. 58
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran.
- Remiswal, R., Kustati, M., Besral, B., Zainimal, Z., & Firman, A. J. (2021). The Influence of Hedonistic Culture to Minangkabau Juveniles' Social Behaviors in the Twenty-first Century. *Fudan Journal of the Humanities and Social*

Sciences, 14(3), 465-481.

Ritzer, G. (2012). Teori sosiologi dari sosiologi klasik sampai perkembangan terakhir postmodern. Terjemahan Saut Pasaribu, Rh. Widada & Eka Adi Nugraha. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
Salemba empat.

Sumartono. (2002). *Perilaku konsumtif berdasar locus o f control pada remaja putri. Psikologika, 2(4), 5–13. journal.uui.ac.id.*

Triyaningsih, S.L. 2011. Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan..*



- Sari, D., Rifayanti, R., & Putri, E. T. (2022). Kontrol Diri Dengan Perilaku Hedonis Pada Wanita Dewasa Awal di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*,10(1), 92. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i1.7155>
- Sukari, Larasati, A., Mudjijono, & Susilantini, E. (2013). Perilaku konsumtif siswa SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (Bpnb).
- Setianingsih, E. K. (2018). Wabah gaya hidup hedonism mengancam moral anak. *Malih Peddas*. 8,2
- Sholeh, A. (2017). The relationship among hedonistic lifestyle, life satisfaction, and happiness on college students. *International Journal of Social Science and Humanity*, 7(9), 604–607. <https://doi.org/10.18178/ijssh.2017.7.9.892>
- Smet, B. (1994). Psikologi kesehatan. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Waseza, R., & Yulianto, A. (2016). Pengaruh peran orang tua, gaya hidup, konsep diri, dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif siswa kelas X IIS dan XI IIS Di SMA Negeri 5 Semarang Tahun Pelajaran 2015/ 2016. *Economic Education Analysis Journal*
- Widoyoko, E. P., 2012, Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian, Pustaka Pelajar., Yogyakarta