

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM
BERBELANJA *ONLINE* DI TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA
PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun oleh:

Ayu Lestari

30702000044

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
DALAM BERBELANJA *ONLINE* DI TIKTOK SHOP PADA MAHASISWA
PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Ayu Lestari
30702000044

Telah Disetujui untuk Diujikan dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memenuhi Gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

Dr. Hj. Retno Anggraini, M.Si., Psikolog

22 Agustus 2024

Semarang, 22 Agustus 2024

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Dr. Joko Runcoro, S.Psi., M.Si
NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online di TikTok Shop pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Sultan Agung

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Ayu Lestari

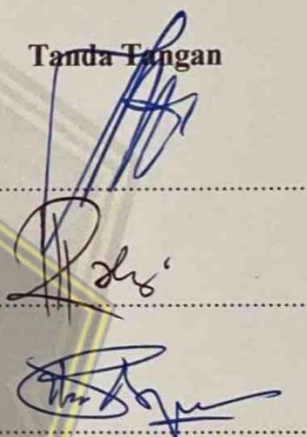
30702000044

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada 28 Agustus 2024

Dewan Penguji

1. Dr. Joko Kuncoro, S. Psi, M. Si
2. Dr. Laily Rahmah, S.Psi., M.Si., Psikolog
3. Dr. Retno Anggraini, M.Si., Psikolog

Tanda Tangan



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

Semarang, 28 Agustus 2024

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA



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

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Ayu Lestari dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan 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 terdapat hal-hal yang tidak sesuai pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 22 Agustus 2024
Yang menyatakan,



Ayu Lestari
Ayu Lestari
30702000044



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jadilah baik. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”

(QS. Al-Baqarah: 195)

“Dan janganlah kamu merasa lemah dan jangan pula bersedih hati, sebab paling tinggi (derajatnya) jika kamu orang beriman”

(QS. Ali-Imran: 139)

“Jadilah seorang dermawan, tetapi jangan menjadi pemboros. Jadilah seorang yang hidup sederhana, tetapi jangan menjadi seorang kikir”

(Ali Bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikanku pertolongan berupa kemudahan dan kelancaran dalam proses pelaksanaan penelitian ini.

Teruntuk Ayu Lestari, terimakasih telah menyelesaikan karya ini, terimakasih juga sudah kuat bertahan dan berjuang sampai saat ini.

Teruntuk kedua orang tuaku tersayang, Bapak Kartono dan Ibu Yayah Asyiah yang selalu melangitkan doa-doa baik, memberikan semangat serta motivasi untuk bisa mewujudkan mimpi penulis. Serta kakak-kakaku, Iman Faturhman, Shella Sellindya, dan Dui Melawati yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk dapat menyelesaikan karya ini dengan baik.

Dosen pembimbing, Ibu Dr. Hj. Retno Anggraini, M.Si, Psikolog yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, memberikan ilmu, pengetahuan, saran dan nasehat serta dukungan dalam menyelesaikan karya ini.

Almamater yang membuat peneliti bangga mendapatkan banyak makna dalam menuntut ilmu di Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan kelancaran dalam proses penyelesaian karya ini dengan baik sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S-1 Sarjana Psikologi. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, serta para sahabatnya.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Dalam penyusunan karya ini tentu penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, arahan, dan motivasi dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan karya ini dengan waktu yang telah ditentukan. Untuk itu melalui kata pengantar ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr, Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah mengapresiasi dan memotivasi kepada seluruh mahasiswa Fakultas Psikologi untuk terus melangkah dan berprestasi.
2. Ibu Dr. Hj. Retno Anggraini, M.Si. Psikolog selaku dosen wali dan dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya, dan senantiasa membantu serta memberikan arahan dan perhatian kepada penulis mengenyam sehingga Skripsi ini terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi UNISSULA atas dedikasinya dalam memberikan ilmu kepada penulis yang sangat bermanfaat hingga saat ini dan kemudian hari.
4. Bapak dan Ibu Staf tata Usaha serta Perpustakaan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah memberikan kemudahan dalam mengurus proses administrasi dari awal perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
5. Kedua orang tua saya, bapak Kartono dan ibu Yayah Asyiah yang sangat saya cintai dan sayangi, serta memberikan cinta dan kasihnya kepada saya dengan mendoakan, membimbing, menasehati, memotivasi, dan memberikan fasilitas pendidikan kepada saya sampai saat ini.

6. Kakakku Iman Faturohman, Shella Sellindya, dan Dui Melawati yang selalu memberikan semangat dan doa kepada saya disegala keadaan.
7. Keluarga besar yang telah memberikan semangat dan dukungan baik secara moral maupun material.
8. Keponakanku Baihaqi Yazdan Al-Khalifi, Irsyad, Ihza, Aira, dan Erlangga yang telah menjadi *mood booster* untuk mengerjakan skripsi.
9. Sahabat-sahabatku Azzahra Khoirunnisa, Azzahra Diva, Azzah Rachmah, Clarisha Maureendita, Auliza Dian, Arum Puspita, Amira Hasna, Dewi Ayu, Yasmin Hawa, Monica, Anisah, Aulina, Astri Diestiy, Aulia Nizza, dan Amirotul Kamila yang telah berjuang bersama hingga akhir perkuliahan ini.
10. Teman-teman kost Naila Zulfa, Devi Kurniawati, Eris Kusuma, Angel, Tika, Emilia yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
11. Teman-teman Psikologi Angkatan 2020 khususnya kelas A yang telah menemani dan memberikan pengalaman serta kebahagiaan selama kuliah di Fakultas Psikologi UNISSULA.
12. Seluruh responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2022 dan 2023 Universitas Islam Sultan Agung yang meluangkan waktunya untuk mengisi skala.
13. Semua pihak yang telah turut membantu, memberi dukungan serta doa kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa karya ini masih sangat jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu psikologi khususnya bidang psikologi kepribadian dan konsumen.

Semarang, 16 Agustus 2024

Yang menyatakan

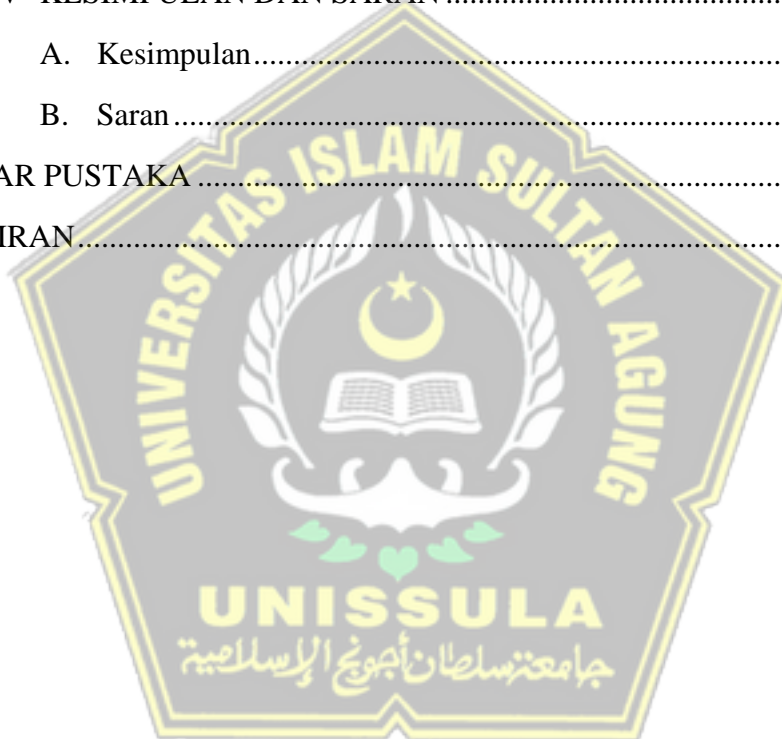
Ayu Lestari

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| ABSTRAK..... | xiv |
| ABSTRACT..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1. Manfaat Teoritis | 6 |
| 2. Manfaat Praktis..... | 6 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 7 |
| A. Perilaku Konsumtif..... | 7 |
| 1. Pengertian Perilaku Konsumtif | 7 |
| 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .. | 7 |
| 3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif..... | 9 |
| 4. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam..... | 11 |
| B. Kontrol Diri | 12 |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| 1. | Pengertian Kontrol Diri | 12 |
| 2. | Faktor-Faktor Kontrol Diri | 13 |
| 3. | Aspek-Aspek Kontrol Diri | 14 |
| 4. | Kontrol Diri dalam Perspektif Islam | 16 |
| C. | Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja <i>Online</i> | 17 |
| D. | Hipotesis | 19 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 20 |
| A. | Identifikasi Variabel Penelitian | 20 |
| B. | Definisi Operasional | 20 |
| 1. | Perilaku Konsumtif | 20 |
| 2. | Kontrol Diri | 20 |
| C. | Populasi, Sampel dan Sampling | 21 |
| D. | Metode Pengumpulan Data | 22 |
| 1. | Skala Perilaku Konsumtif | 22 |
| 2. | Skala Kontrol Diri | 23 |
| E. | Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Reliabilitas Alat Ukur... .. | 23 |
| 1. | Validitas | 23 |
| 2. | Uji Daya Beda Aitem | 23 |
| 3. | Reliabilitas Alat Ukur | 24 |
| F. | Teknik Analisis | 24 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 25 |
| A. | Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian | 25 |
| 1. | Orientasi Kacah Penelitian | 25 |
| 2. | Persiapan Penelitian | 26 |
| B. | Pelaksanaan Penelitian | 32 |
| C. | Analisis Data dan Hasil Penelitian | 33 |
| 1. | Uji Asumsi | 33 |

| | |
|---|----|
| 2. Uji Hipotesis..... | 34 |
| D. Deskripsi Hasil Penelitian | 35 |
| 1. Daskripsi Data Responden Penelitian | 36 |
| 2. Deskripsi Data Skala Perilaku Konsumtif..... | 36 |
| 3. Deskripsi Data Skala Kontrol Diri | 37 |
| E. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 38 |
| F. Kelemahan Penelitian..... | 41 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 42 |
| A. Kesimpulan..... | 42 |
| B. Saran..... | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 43 |
| LAMPIRAN..... | 48 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Populasi Penelitian | 21 |
| Tabel 2. Skala Perilaku Konsumtif | 22 |
| Tabel 3. Skala Kontrol Diri | 23 |
| Tabel 4. Sebaran Butir Skala Perilaku Konsumtif | 28 |
| Tabel 5. Sebaran Butir Kontrol Diri | 29 |
| Tabel 6. Data Subjek Uji Coba | 29 |
| Tabel 7. Daya Beda Aitem Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif | 30 |
| Tabel 8. Daya Beda Aitem Uji Coba Skala Kontrol Diri | 31 |
| Tabel 9. Penomoran Ulang Skala Perilaku Konsumtif | 32 |
| Tabel 10. Penomoran Ulang Skala Kontrol Diri | 32 |
| Tabel 11. Data Mahasiswa yang menjadi Subjek Penelitian | 33 |
| Tabel 12. Hasil Uji Normalitas | 34 |
| Tabel 13. Uji Linearitas | 34 |
| Tabel 14. Norma Kategori | 35 |
| Tabel 15. Hasil Perbandingan Jenis Kelamin pada Variabel Perilaku Konsumtif | 36 |
| Tabel 16. Hasil Perbandingan Jenis Kelamin pada Variabel Kontrol Diri | 36 |
| Tabel 17. Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif | 37 |
| Tabel 18. Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif | 37 |
| Tabel 19. Deskripsi Skor Skala Kontrol Diri | 38 |
| Tabel 20. Kategorisasi Skor Kontrol Diri | 38 |

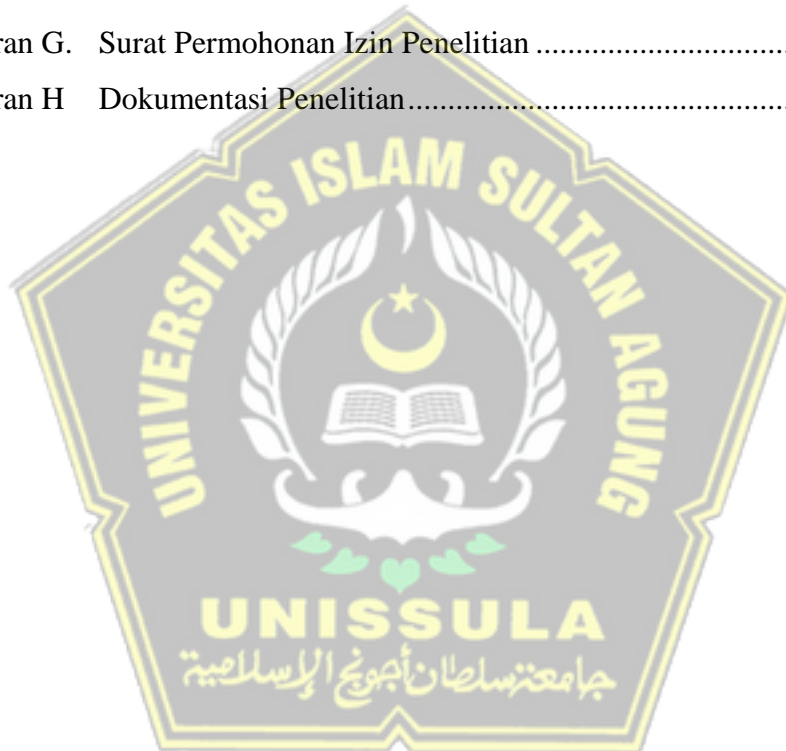
DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Kategori Skala Perilaku Konsumtif..... | 37 |
| Gambar 2. Kategori Skala Kontrol Diri | 38 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran A. Skala Uji Coba..... | 49 |
| Lampiran B. Tabulasi Data Skala Uji Coba | 57 |
| Lampiran C. Uji Daya Beda Aitem Dan Reliabilitas | 66 |
| Lampiran D. Skala Penelitian | 70 |
| Lampiran E. Tabulasi Data Skala Penelitian | 76 |
| Lampiran F. Analisis Data | 87 |
| Lampiran G. Surat Permohonan Izin Penelitian | 91 |
| Lampiran H. Dokumentasi Penelitian..... | 93 |



**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
DALAM BERBELANJA *ONLINE* DI TIKTOK SHOP
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM SULTAN
AGUNG**

Oleh:
Ayu Lestari
Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Email: ayyalesttaaa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji secara empirik hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* di TikTok Shop mahasiswa Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Angkatan 2022 dan 2023. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel 134 mahasiswa, yang diperoleh melalui *cluster random sampling*. Penelitian ini menggunakan alat ukur yaitu skala Perilaku Konsumtif dengan total 34 aitem dan didapatkan hasil reliabilitas sebesar 0.868, serta skala Kontrol Diri dengan total 22 aitem dan hasil reliabilitas didapatkan sebesar 0.834. Analisis data pada penelitian ini menggunakan Teknik korelasi Kendall's Tau. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara perilaku konsumtif dan kontrol diri dengan hasil korelasi r_{xy} sebesar -0.236 dan taraf signifikansi 0.000 ($p < 0.01$). Hasil tersebut menunjukkan hubungan negatif antara perilaku konsumtif dan kontrol diri, artinya makin tinggi perilaku konsumtif, makin rendah kontrol diri, dan sebaliknya, makin rendah perilaku konsumtif, makin tinggi kontrol diri.

Kata Kunci: Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONTROL AND CONSUMPTIVE
BEHAVIOR IN ONLINE SHOPPING AT TIKTOK SHOP ON PSYCHOLOGY
STUDENTS AT SULTAN AGUNG ISLAMIC UNIVERSITY**

By:
Ayu Lestari
Faculty of Psychologi
Sultan Agung Islamic University Semarang
Email: ayyalesttaa@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the relationship between self-control and consumptive behavior in online shopping at TikTok Shop Psychology students of Sultan Agung Islamic University Class of 2022 and 2023. The method used is quantitative with a sample of 134 students, obtained through cluster random sampling. This study uses measuring instruments, namely the Consumptive Behavior scale with a total of 34 items and obtained reliability results of 0.868, as well as a Self-Control scale with a total of 22 items and reliability results obtained of 0.834. Data analysis in this study used Kendall's Tau correlation technique. The results of hypothesis testing show that there is a negative relationship between consumptive behavior and self-control with a correlation r_{xy} of -0.236 and a significance level of 0.000 ($p < 0.01$). These results indicate a negative relationship between consumptive behavior and self-control, meaning that the higher the consumptive behavior, the lower the self-control, and vice versa, the lower the consumptive behavior, the higher the self-control.

Keywords: Self-Control, Consumptive Behavior

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini berkembang pesat, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi dari berbagai sumber. Kemajuan pesat di berbagai sektor seperti ekonomi, teknologi, dan industri telah mempermudah masyarakat dalam melakukan berbagai hal. Kebutuhan hidup setiap individu yang berbeda-beda, begitupula cara mereka untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Misalnya, di bidang ekonomi, masyarakat kini dapat dengan mudah menemukan produk atau bidang yang dibutuhkan.

Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), di tahun 2023 jumlah pengguna layanan internet di Indonesia meningkat 1,17 persen menjadi 215 juta orang, atau 78,19 persen dari total populasi 279 juta jiwa. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia kini menggunakan internet, meningkat dari jumlah sebelumnya yaitu 210 juta pengguna (Hanneman dalam APJII 2023). Di Indonesia, terdapat berbagai *platform e-commerce* yang populer untuk berbelanja *online* seperti TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, Lazada, JD.id, dan lainnya. *E-commerce* adalah *platform* yang beroperasi dalam sektor perdagangan, yang memudahkan penjualan jasa maupun barang secara *online* (Arum & Khirunnisa, 2021).

Di antara berbagai *platform* tersebut, sebagai upaya memperluas jangkauan pasar di Indonesia, Tokopedia telah menjalin kemitraan strategis dengan TikTok Shop. Berdasarkan data dari *Paparan Publik Insidental GOTO* edisi Februari 2024, menunjukkan bahwa TikTok Shop kini memiliki 125 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia (Ahdiat, 2024). TikTok Shop menawarkan layanan yang mirip dengan *e-commerce* dan *marketplace* yang sudah ada, namun dengan fitur yang lebih menguntungkan bagi penggunanya. TikTok Shop menawarkan harga yang lebih terjangkau daripada *e-commerce* lain, selain itu seringkali memberikan promo menarik, termasuk potongan harga yang signifikan dan *voucher* gratis ongkos kirim ke seluruh Indonesia (Sa'adah *et al.*, 2022).

Terdapat fitur keranjang kuning yang dipromosikan melalui video singkat oleh konten kreator tiktok yang memudahkan penggunaanya untuk membeli suatu produk.

Mengenai alasan memilih berbelanja *online* telah diteliti oleh Hanneman (2023) didapatkan sebanyak 29,24 persen individu yang memilih untuk melakukan pembelian secara *online* karena banyaknya diskon dan promosi, sedangkan 20,72 persen individu melakukannya karena harga yang jauh lebih murah. Individu juga melakukan pembelian secara *online* karena beberapa alasan, seperti banyaknya pilihan harga, lebih mudah untuk membandingkan produk, hemat waktu, dapat dilakukan dimana saja, serta lebih cepat dan praktis. Mudahnya akses belanja melalui internet mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif pada individu. Penelitian sebelumnya oleh Anggraini & Santhoso (2017), menginformasikan bahwa pembelian barang dan penggunaannya seringkali disebabkan oleh faktor-faktor yang kurang memiliki manfaat, seperti mengikuti tren, merasa gengsi, atau ingin meningkatkan status sosial, dibandingkan dengan memenuhi kebutuhan pokok.

Penelitian Arum & Khirunnisa (2021) menjelaskan bahwa berbelanja telah menjadi kebiasaan yang sulit dihindari bagi sebagian orang. Selain dapat menjadi kegiatan yang menyenangkan, berbelanja juga dapat menjadi sarana untuk menghilangkan stres dan jenuh. Namun, kesenangan tersebut dapat menjadi negatif apabila tidak dikendalikan sesuai kebutuhan sehingga mengarah pada pembelian berlebihan atau perilaku konsumtif.

Fenomena perilaku konsumtif di TikTok Shop sering terjadi di kalangan mahasiswa, terutama karena mahasiswa berada pada periode peralihan dari masa remaja menuju kedewasaan dan sedang berupaya menemukan identitas dirinya (Yahya, 2021). Pada masa remaja, individu cenderung tertarik pada hal-hal baru dan menantang sebagai upaya mencapai kemandirian dan menemukan identitas diri. Perilaku konsumsi mahasiswa terus berubah seiring perkembangan zaman. Teknologi dan informasi yang berkembang dengan cepat menyebabkan kebutuhan mahasiswa menjadi lebih beragam, sehingga mengakibatkan mahasiswa menjadi lebih konsumtif (Kanserina, 2015).

Dari beberapa penelitian yang telah dikemukakan, peneliti kemudian melakukan wawancara kepada 3 mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

“Karna pas banget ada uang lebih terus tertarik sama produk yang baru launching dan karna ikut trend jadi memutuskan buat beli produk itu, tapi setelah itu terus ada produk dengan inovasi lebih terbaru lagi jadi terkadang membuat merasa menyesal. Berusaha mengontrol diri dengan berpikir lebih bijak dalam membelanjakan uang untuk membeli barang” (K, 25 Juni 2023)

“ya pernah konsumtif, karena cuma pengen beli aja atau terkadang barang itu terlihat lucu padahal sebenarnya barang tersebut tidak diperlukan. Pernah merasa bersalah dan menyesal karena ternyata barang tersebut tidak penting, jadi untuk sekarang lebih mengontrol diri supaya tidak haus mata dan lebih mementingkan barang yang lebih dibutuhkan daripada cuma hal-hal yang lucu, jadi kedepannya lebih ke mengontrol diri aja biar ga pengen sama barang yang tidak terlalu dibutuhkan” (L, 1 November 2023)

“Kalau konsumtif kaya tiba-tiba beli barang yang ternyata engga kepike pernah. Alasannya karena ada promo diskon dan gratis ongkir jadi kan mikir lumayan promonya terus kalo ga beli takut nanti ga ada lagi promonya meskipun barang yang dibeli sebenarnya ga dibutuhin banget. Biar engga belanja gitu biasanya aku ngehindarin buka app online shop kaya shopee gitu mba atau lebih ngingetin diri sendiri misal pengeluaran bulan ini udah banyak jadi jangan belanja lagi” (S, 11 November 2023)

Berdasarkan wawancara awal tersebut, tampak adanya beberapa mahasiswa yang memiliki kebiasaan untuk membeli serta menggunakan produk keluaran terbaru untuk mengikuti tren, tertarik karena produknya lucu, dan karena adanya promo. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa beberapa mahasiswa Psikologi memakai suatu produk yang sama karena membeli produk yang sedang tren. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mudah dipengaruhi oleh iklan dan promosi yang mereka lihat di media sosial dan *online shop*. Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan, ditemukan adanya perilaku konsumtif dalam berbelanja secara *online*.

Pada kenyataannya beberapa individu mengalami obsesi untuk terus membeli barang karena adanya dorongan-dorongan tertentu. Hal ini menunjukkan

perilaku konsumtif. Padahal bagi muslim, terdapat aturan tentang perilaku konsumtif diantaranya ayat 31 dari QS. Al-A'raf:

يَا أَيُّهَا آدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Artinya “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.

Menurut pendapat sejumlah ulama salaf, dalam separuh ayat ini mencakup semua kebaikan yang disampaikan oleh Allah SWT, yang berbicara tentang: “Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan.” Imam Bukhari menyampaikan bahwa Ibnu Abbas menjelaskan, “Makna yang terkandung adalah makanlah sebagaimana yang kamu suka dan berpakaianlah sebagaimana yang kamu suka selagi kamu menghindari dua sifat, yaitu berlebihan dan kesombongan”. Allah tidak menyukai perilaku yang berlebihan dalam segala aspek, karena hal tersebut dapat memicu perilaku konsumtif (Siregar, 2023).

Menurut ajaran agama Islam, umat manusia diperingatkan untuk menjauhi perilaku konsumtif. Larangan ini juga ditegaskan dalam ayat 26-27 QS. Al-Isra, yang berbunyi:

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾
 إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya “Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa alangkah lebih baik jika harta digunakan untuk membantu keluarga dan orang miskin, dibandingkan untuk hal-hal yang tidak memberikan manfaat atau dianggap sia-sia, yang disebut Allah sebagai perbuatan mubazir.

Perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kemampuan untuk mengontrol diri. Menurut penelitian Arum & Khirunnisa (2021) kemampuan individu dalam mengontrol diri berdampak pada cara individu mengambil keputusan, mengendalikan diri, serta mengelola emosi dan dorongan ketika membuat keputusan. Nurhaini (2018) mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan dalam mengendalikan dorongan dan keinginan sementara yang dapat berpotensi melanggar norma atau peraturan yang ada.

Sudarisman (2021) melakukan penelitian tentang Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui *Online shop* pada Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan secara signifikan. Hasilnya menunjukkan bahwa perilaku konsumtif melalui *online shop* meningkat seiring dengan penurunan kontrol diri, dan hal ini berlaku sebaliknya.

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh Agustin *et al* (2023) dengan judul “Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Aplikasi TikTok Shop” menunjukkan bahwa kecerdasan emosional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif di kalangan pengguna aplikasi TikTok Shop.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini berfokus pada perilaku konsumtif di TikTok Shop, platform *e-commerce* yang relatif baru di Indonesia. Penelitian ini melibatkan mahasiswa Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, karena tren perilaku konsumtif di platform *e-commerce* TikTok Shop populer di kalangan Mahasiswa. Penelitian ini juga mengintegrasikan ajaran Islam tentang perilaku konsumtif, yang jarang dibahas dalam penelitian sebelumnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah dalam penelitian ini, adalah: “Apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* di TikTok Shop pada mahasiswa Psikologi Universitas Islam Sultan Agung?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* di TikTok Shop pada mahasiswa Psikologi Universitas Islam Sultan Agung.

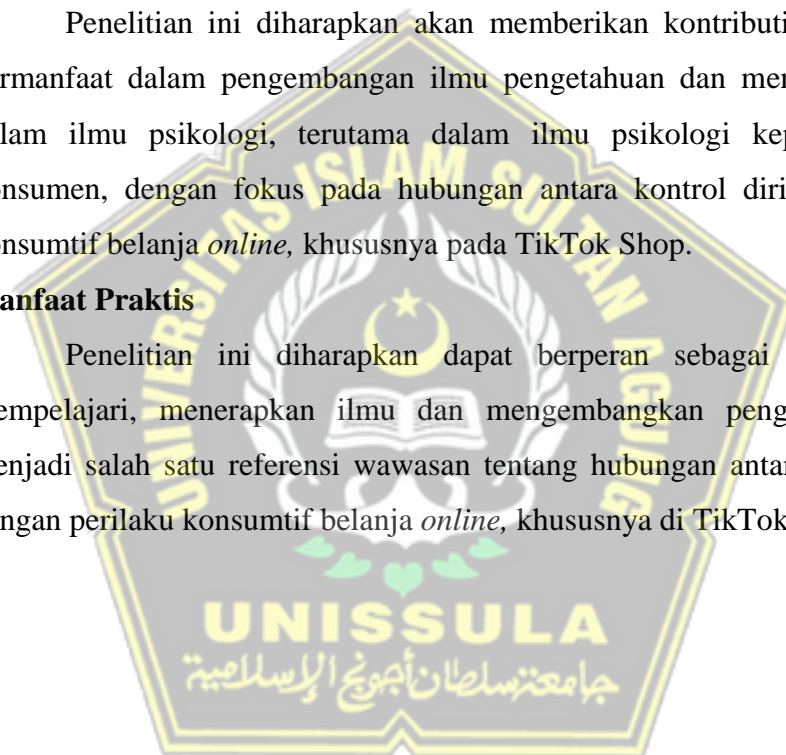
D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi teoritis yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi dalam ilmu psikologi, terutama dalam ilmu psikologi kepribadian dan konsumen, dengan fokus pada hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif belanja *online*, khususnya pada TikTok Shop.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berperan sebagai media untuk mempelajari, menerapkan ilmu dan mengembangkan pengetahuan serta menjadi salah satu referensi wawasan tentang hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online*, khususnya di TikTok Shop.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kebiasaan membeli berbagai barang yang tidak dibutuhkan dan tidak direncanakan karena keinginan atau kesenangan sesaat (Prihatini & Irianto, 2021). Perilaku konsumtif juga kecenderungan untuk berbelanja dalam jumlah yang berlebihan dan mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan (Effendi, 2016). Ciri-ciri individu yang memiliki perilaku konsumtif, yaitu mudah terpengaruh oleh iklan dan promosi, gemar megoleksi produk bermerek, serta memilih produk tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya.

Definisi tersebut didukung oleh Lina & Rosyid (1997), yang menjelaskan bahwa perilaku konsumtif terjadi ketika pembelian barang melampaui kebutuhan rasional, dan lebih didorong oleh keinginan berlebihan dibanding dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Triyaningsih (2011) juga mengemukakan hal serupa, yakni perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan membeli dan menggunakan barang secara irasional, dengan pola konsumsi yang tidak terbatas, dan mengutamakan keinginan ketimbang kebutuhan.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai kecenderungan melakukan pembelian barang dalam jumlah yang berlebihan, yang biasanya disebabkan oleh dorongan keinginan sesaat, bukan kebutuhan rasional. Individu dengan perilaku ini cenderung mudah terpengaruh iklan, gemar mengoleksi barang bermerek, dan membuat pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Kotler dan Keller (2014) mengemukakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, antara lain:

a. Budaya

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh budaya, sub budaya, dan kelas sosial, yang mendorong individu untuk memenuhi keinginan yang seringkali melampaui kebutuhan dasar.

b. Sosial

Kelompok referensi, keluarga, peran sosial dan status sosial merupakan faktor sosial yang memengaruhi keputusan pembelian. Interaksi dengan orang-orang di sekitar mempengaruhi kepribadian, sikap dan gaya hidup individu, yang pada akhirnya berdampak pada keputusan pembelian.

c. Psikologi

Faktor psikologi seperti motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap sangat mempengaruhi cara individu memahami, bereaksi, dan mengambil keputusan terkait produk.

d. Pribadi

Faktor pribadi, termasuk usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, kepribadian, dan konsep diri, semuanya memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen.

Menurut Fransisca dan Suyasa (2017) perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

a. Pengaruh Iklan

Iklan memiliki pengaruh besar pada perilaku konsumtif karena individu cenderung membeli produk bukan karena kebutuhan, tetapi karena tawaran hadiah atau promosi yang dipromosikan dalam iklan.

b. Konformitas

Di kalangan remaja, khususnya perempuan, konformitas sering terjadi karena dorongan untuk tampil menarik, mengikuti teman sebaya, dan mendapatkan penerimaan dalam kelompok. Fenomena ini sering terlihat dalam hal *fashion*, seperti pakaian, dandanan, dan gaya rambut.

c. Gaya Hidup

Budaya barat telah membawa perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia. Banyak pusat perbelanjaan yang menjual merek-merek

terkenal dari luar negeri baik secara *offline* maupun *online*. Hal ini mempengaruhi perubahan gaya hidup, di mana banyak mahasiswa mengadopsi gaya hidup ini ke dalam kehidupan mereka.

d. Kartu Kredit

Penggunaan kartu kredit secara berlebihan dalam jangka waktu singkat dapat menyebabkan peningkatan perilaku konsumtif.

Berdasarkan pemaparan diatas, didapatkan penjelasan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh budaya, interaksi sosial, psikologi pribadi, dan kondisi individu seperti usia dan pekerjaan. Faktor tambahan seperti pengaruh iklan, dorongan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sosial, perubahan gaya hidup akibat pengaruh budaya barat, dan penggunaan kartu kredit yang berlebihan juga berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan perilaku konsumtif.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Fromm (1995) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif terdiri dari empat aspek utama:

- a. Pembelian Impulsif. Individu melakukan pembelian yang berlebihan didasari oleh keinginan sesaat, dilakukan tanpa pertimbangan dan biasanya bersifat emosional.
- b. Pembelian tidak rasional. Pembelian terjadi ketika individu membeli barang-barang baru yang tidak benar-benar diperlukan, hanya untuk mendapatkan kepuasan yang belum tercapai.
- c. Pembelian berlebihan (pemborosan). Individu melakukan pembelian produk secara berlebihan karena keinginan yang kuat untuk mencoba produk baru sehingga individu menghabiskan uang bukan untuk kebutuhan sebenarnya.
- d. Pembelian sebagai simbol status. Produk yang dimiliki seringkali dianggap sebagai simbol status sosial atau keberhasilan. Konsumen yang konsumtif cenderung membeli produk mewah atau merek tertentu untuk menunjukkan identitas dirinya.

Menurut Lina & Rosyid (1997) mengidentifikasi tiga aspek yang membentuk perilaku konsumtif, yaitu :

- a. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*). Aspek ini mengacu pada pembelian yang terjadi secara tiba-tiba dan tanpa adanya perencanaan, dipicu oleh dorongan dalam diri, serta bersifat emosional untuk memenuhi keinginan yang bersifat sementara.
- b. Pembelian tidak rasional (*non-rational buying*). Konsumen terlibat dalam pembelian yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan, dan sering kali dilakukan untuk membuat dirinya lebih menonjol dibandingkan orang lain. Individu cenderung merasa tidak puas dan berupaya mendapatkan pengakuan sosial melalui persaingan.
- c. Pemborosan (*wasteful buying*). Pemborosan mencerminkan perilaku yang menghamburkan uang tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya.

Sumartono (2002) mendefinisikan perilaku konsumtif melalui delapan aspek, yang meliputi:

- a. Pembelian karena hadiah menarik.
Individu melakukan pembelian barang tanpa mempertimbangkan manfaatnya, tetapi karena tertarik dengan hadiah yang ditawarkan dan lebih mudah tergtarik pada barang yang memberikan bonus.
- b. Pembelian karena kemasan menarik.
Pembelian barang seringkali dipengaruhi oleh kemasan yang menarik dan berbeda, bukan semata-mata karena kebutuhan.
- c. Pembelian untuk menjaga diri dan gengsi.
Keinginan untuk mempertahankan gengsi menjadi pendorong bagi individu dalam melakukan pembelian produk yang dianggap mampu meningkatkan gaya atau penampilannya, meskipun tidak benar-benar diperlukan. Individu cenderung membeli barang dengan harga tinggi dan *branded* untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial.
- d. Pembelian karena diskon.

Individu cenderung membeli barang bukan karena manfaatnya, tetapi karena tertarik dengan harga yang lebih rendah selama ada penawaran diskon di pusat perbelanjaan.

- e. Pembelian untuk menjaga status sosial.

Pembelian produk dilakukan sebagai tanda status sosial, di mana individu cenderung membeli barang mahal dan bermerek untuk menunjukkan status sosialnya.

- f. Pembelian karena pengaruh model iklan.

Pembelian dipengaruhi oleh model yang mengiklankan barang, terutama jika model tersebut merupakan idolanya. Hal ini terjadi tanpa pertimbangan rasional atas kebutuhan barang tersebut.

- g. Pembelian untuk meningkatkan rasa percaya diri.

Pembelian barang mahal seringkali bukan disebabkan oleh kebutuhan, melainkan untuk memperkuat rasa percaya diri.

- h. Pembelian barang sejenis dengan merek berbeda.

Pembelian barang yang serupa dari berbagai merek dapat menyebabkan pemborosan, karena secara umum individu hanya memerlukan satu barang saja. Perilaku ini umum terjadi pada individu yang konsumtif.

Berdasarkan penjelasan tersebut, diperoleh pengetahuan bahwa pembelian berlebihan dalam perilaku konsumtif sering kali dilakukan tanpa pertimbangan rasional untuk memuaskan keinginan, dan dipengaruhi oleh faktor emosional, keinginan status sosial, serta faktor eksternal seperti diskon, hadiah, kemasan, dan iklan. Perilaku ini juga ditandai oleh pembelian impulsif, pemborosan, dan motivasi untuk menambah rasa percaya diri atau menjaga gengsi.

4. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Dalam ajaran Islam, perilaku konsumtif disebut sebagai *israf* (tindakan yang berlebihan). Menghindari perilaku konsumtif sangat dianjurkan bagi umat Islam karena bersifat mengikuti hawa nafsu. Dalam surat Al-Furqan ayat 67, Al-Qur'an mengingatkan tentang larangan perilaku berlebihan, yang berbunyi sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.

Ayat ini menunjukkan bahwasannya umat Islam, baik pria maupun wanita, diizinkan untuk mengeluarkan harta mereka untuk membeli pakaian atau makanan, tetapi harus dengan cara yang wajar dan tidak berlebihan, karena pemborosan sangat dekat dengan *israf*, sehingga banyak orang yang menghabiskan hartanya untuk hal-hal yang tidak diperlukan (Nst *et al.*, 2024).

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Menurut Tangney, Braumeister, dan Boone (2004), kontrol diri melibatkan keterampilan individu dalam merencanakan tindakan, menahan diri dari perilaku yang tidak diinginkan, serta menghindari kecenderungan perilaku negatif. Selain itu, kontrol diri juga mencakup kemampuan untuk memahami situasi pribadi serta lingkungan sekitarnya.

Wolfe & Higgins (2008) menjelaskan kontrol diri sebagai kemampuan individu untuk melakukan tindakan tertentu sambil menahan diri dari tindakan yang berpotensi memberikan dampak negatif, dengan mempertimbangkan konsekuensinya. Fitriana (2009) dalam penelitiannya menekankan pentingnya kontrol diri dalam proses pembelian, karena kemampuan ini mendorong individu untuk melakukan tindakan positif, termasuk dalam pengelolaan pembelanjaan.

Definisi lain menurut Chita, David dan Pali (2015), kontrol diri merupakan suatu gambaran keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk perilaku yang telah tersusun, untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti yang diinginkan.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dipahami jika kontrol diri mencakup keterampilan merencanakan, mengendalikan perilaku negatif, dan mengelola tindakan dengan mempertimbangkan konsekuensi.

2. Faktor-Faktor Kontrol Diri

Baumeister & Boden (1998) mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi kontrol diri, yaitu:

a. Orang tua

Pengembangan kontrol diri anak sangat dipengaruhi oleh peran orang tua. Jika orang tua mengajarkan kemandirian sejak dini, anak-anak akan memiliki kesempatan lebih besar untuk mengembangkan kemampuan pengendalian diri yang baik.

b. Faktor Budaya

Sebagai bagian dari masyarakat, individu dipengaruhi oleh budaya tempat mereka tinggal. Budaya ini berperan penting dalam membentuk kemampuan individu untuk mengendalikan diri di dalam lingkungannya.

c. Faktor Kognitif

Faktor kognitif berkaitan dengan kesadaran diri serta penggunaan pemikiran dan strategi untuk mengatasi stres. Ini mencakup proses mental yang dilakukan individu untuk menemukan cara yang efektif dalam menghadapi tantangan.

Menurut Ghufron & Suminta (2016), terdapat pengaruh dari faktor internal dan faktor eksternal terhadap kontrol diri, sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Usia adalah salah satu faktor internal yang mempengaruhi kontrol diri. Umumnya, kemampuan individu untuk mengontrol diri akan meningkat seiring dengan bertambahnya usia.

b. Faktor Eksternal

Lingkungan keluarga adalah salah satu faktor eksternal yang berperan dalam mempengaruhi kontrol diri. Peran orang tua, khususnya dalam mendisiplinkan anak secara konsisten dan mengajarkan tentang

konsekuensi tindakan, sangat penting untuk membantu anak dalam mengembangkan kontrol diri yang baik.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa sejumlah faktor berperan dalam mempengaruhi kontrol diri, termasuk faktor internal seperti faktor kognitif dan usia, serta faktor eksternal seperti budaya dan lingkungan keluarga.

3. Aspek-Aspek Kontrol Diri

Averill (1973) berpendapat bahwa kontrol diri, terdiri dari tiga aspek utama, yaitu:

a. Kontrol perilaku (*behavioural kontrol*)

Kontrol perilaku merujuk pada kemampuan individu untuk melakukan tindakan yang dapat mengurangi dampak stres. Aspek ini mencakup dua elemen penting: kemampuan untuk mengubah stimulus dan mengatur pelaksanaan tindakan. Pengendalian diri juga melibatkan kemampuan untuk mengelola reaksi emosional dan naluri. Modifikasi stimulus merujuk pada kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan stimulus yang bersifat tetap.

b. Kontrol kognitif (*cognitive kontrol*)

Kontrol kognitif berkaitan dengan keterampilan individu dalam menerapkan strategi berpikir dan metode untuk mengurangi dampak dari faktor-faktor yang menyebabkan stres. Proses kontrol kognitif melibatkan pengumpulan informasi dan evaluasi.

c. Pengambilan keputusan (*decisional kontrol*)

Kemampuan untuk membuat keputusan melibatkan pemilihan antara berbagai opsi atau tindakan. Keterampilan ini bergantung pada persetujuan dan kepercayaan, memberikan individu kesempatan untuk membuat keputusan yang sesuai.

Menurut Tangney, Baumeister, dan Boone (2004), kontrol diri meliputi beberapa aspek berikut:

a. Kedisiplinan diri (*self discipline*).

Kedisiplinan diri mengacu pada kemampuan individu untuk tetap disiplin secara pribadi. Ini menunjukkan bahwa individu dapat menjaga konsentrasi saat menjalankan tugas dan menghindari hal-hal yang bisa mengganggu fokusnya.

- b. Kontrol terhadap perilaku impulsif (*deliberate/non-impulsive*)
Pengendalian perilaku impulsif melibatkan kemampuan individu untuk bertindak dengan penuh pertimbangan, berhati-hati, dan tanpa tergesa-gesa. Individu yang memiliki kontrol impuls yang baik dapat membuat keputusan dengan ketenangan dan kebijaksanaan.
- c. Pola hidup sehat (*healty habits*)
Kemampuan membentuk rutinitas yang mendukung kesehatan. Individu yang memiliki kebiasaan sehat cenderung menghindari hal-hal yang dapat memberikan efek negatif, meskipun hal tersebut menyenangkan. Individu lebih memilih aktivitas yang memberi manfaat jangka panjang, meskipun hasilnya tidak langsung terlihat.
- d. Etika kerja (*work ethic*)
Etika kerja menunjukkan sejauh mana individu dapat menyelesaikan tugas dengan efektif, tanpa terganggu oleh faktor eksternal yang menyenangkan. Orang dengan etika kerja yang baik mampu tetap fokus pada pekerjaannya.
- e. *Kehandalan (reliability)*
Kehandalan berkaitan dengan konsistensi individu dalam menilai dan melaksanakan strategi rencana jangka panjang untuk menggapai tujuan yang telah ditetapkan. Individu yang terampil secara konsisten mengelola perilakunya untuk mencapai rencananya.

Beberapa aspek kontrol diri menurut Baumeister (2013) diantaranya yaitu:

- a. *Commitment to standards*
Komitmen meliputi tujuan, nilai, dan standar sosial yang diterima. Tingkat komitmen yang tinggi berkontribusi pada efektivitas individu dalam mengatur kontrol diri.

b. *Monitoring the target behaviour*

Memantau perilaku yang diinginkan adalah elemen penting dalam kontrol diri. Tanpa pemantauan yang memadai, individu mungkin kesulitan untuk mengontrol diri. Dengan demikian, pemantauan sangat penting dalam mendukung individu untuk mempertahankan kontrol diri.

c. *Capacity to change (willpower)*

Hal ini melibatkan usaha dan energi yang dibutuhkan individu untuk mengubah atau menghilangkan perilaku yang tidak diharapkan.

Penjelasan di atas memperlihatkan bahwa aspek kontrol diri mencakup pengelolaan perilaku dan emosi, seperti kontrol perilaku, kognitif, dan pengambilan keputusan, kedisiplinan, pengendalian impuls, pola hidup sehat, etika kerja, dan kehandalan. Serta komitmen, pemantauan perilaku dan kapasitas untuk berubah.

4. Kontrol Diri dalam Perspektif Islam

Menurut Mansyur & Casmini (2022), dalam perspektif Islam, kontrol diri merupakan kemampuan untuk menyeleksi perilaku dan sikap individu sesuai dengan perintah Allah SWT, dengan mengacu pada Al-Qur'an dan Hadis sebagai pedoman. Al-Qur'an mengingatkan umat Islam untuk menjaga diri dengan senantiasa berbuat baik dan menjauhi perbuatan yang tercela, sebagaimana yang tercantum dalam surat Al-Anfal ayat 72, berikut ini:

إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَهَاجَرُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ
وَالَّذِينَ ءَاوَأُوا وَنَصَرُوا أَوْلِيَّكَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ وَالَّذِينَ ءَامَنُوا وَلَمْ
يُهَاجِرُوا مَا لَكُمْ مِّنْ وَلِيَّتِهِم مِّنْ شَيْءٍ حَتَّىٰ يُهَاجِرُوا وَإِنِ

Artinya, “*Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan berhijrah serta berjihad dengan harta dan jiwanya pada jalan Allah dan orang-orang yang memberikan tempat kediaman dan pertolongan (kepada orang-orang muhajirin), mereka itu satu sama lain lindung-melindungi. Dan (terhadap) orang-orang yang beriman, tetapi belum berhijrah, maka tidak ada kewajiban sedikitpun atasmu kediamanmu dalam (urusan pembelaan) agama, maka kamu wajib memberikan pertolongan kecuali*

terhadap kaum yang telah ada perjanjian antara kamu dengan mereka. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan”

Keutamaan dari kontrol diri yang baik juga dibahas dalam hadits berikut:

ص الله رسول قال قال عنه الله رضي اوس ابن شداد ي على ابي عن
الله على وتمنى هواها نفسة ائبع من والعاجز ، الموت بعد لما وعمل ، نفسة دان من الكيس

Artinya: Dari Abi Ya'la Syaddad bin Aus ra. Berkata, Rasulullah Saw bersabda: “Orang yang cerdas itu adalah orang yang mengendalikan hawa nafsunya, dan beramal untuk kehidupan setelah kematian. Dan yang lemah itu adalah orang yang mengikuti hawa nafsunya dan berandai-andai kepada Allah.” (HR. Tirmidzi)

Berdasarkan ayat dan hadits diatas, Islam menekankan pentingnya kontrol diri dengan cara mengendalikan hawa nafsu dan mempertimbangkan dampak dari setiap perilaku yang tidak sejalan dengan ajaran agama Islam. Situasi ini menekankan pentingnya kesadaran diri dan ketaatan terhadap nilai-nilai Islam dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

C. Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja

Online

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif merupakan aktivitas pembelian yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan prioritas serta tidak mempertimbangkan faktor kebutuhan. Definisi tersebut didukung oleh pandangan Gumulya & Widiastuti (2013), yang menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan diluar kebutuhan dan hanya memenuhi hasrat semata.

Mahasiswa sering menjadi sasaran utama perilaku konsumtif, mengingat sebagian besar individu yang berbelanja *online* di Indonesia adalah perempuan (Salamah, 2022). Pada tahap perkembangan ini, mahasiswa berada dalam periode peralihan dari akhir masa remaja menuju awal usia dewasa dan memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap tren mode yang dipromosikan di aplikasi seperti Tiktok. Hal ini mendorong pembelian barang yang tidak cocok dengan kebutuhan,

tanpa mempertimbangkan kegunaan barang tersebut, yang menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif (Ilmi *et al.*, 2023).

Menurut Kurniawan (2017), beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa meliputi dorongan untuk tampil berbeda, kebanggaan terhadap penampilan, keinginan untuk mengikuti tren, dan upaya untuk mendapatkan perhatian orang lain. Akibatnya, mereka mungkin mengesampingkan perlengkapan belajar yang lebih penting, seperti buku-buku yang diperlukan untuk mendukung perkuliahan.

Perilaku konsumtif yang berlangsung terus-menerus dapat menimbulkan masalah keuangan yang berlebihan dan berkepanjangan (Astuti, 2013). Dampak dari perilaku konsumtif meliputi efek psikologis, seperti kemungkinan terjadinya *compulsive buying disorder* atau kecanduan belanja pada individu dengan pola hidup konsumtif (Islamia & Purnama, 2022).

Menurut penelitian Antonides (1991), kontrol diri memainkan peran penting dalam proses pembelian barang. Kontrol diri berfungsi untuk membimbing dan mengatur individu agar melakukan hal-hal positif, termasuk dalam pengelolaan uang. Mahasiswa dengan tingkat kontrol diri yang rendah cenderung memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memiliki kontrol diri yang baik guna mengendalikan perilaku konsumtif, terutama di era teknologi saat ini yang memudahkan belanja *online* tanpa pengendalian diri yang memadai.

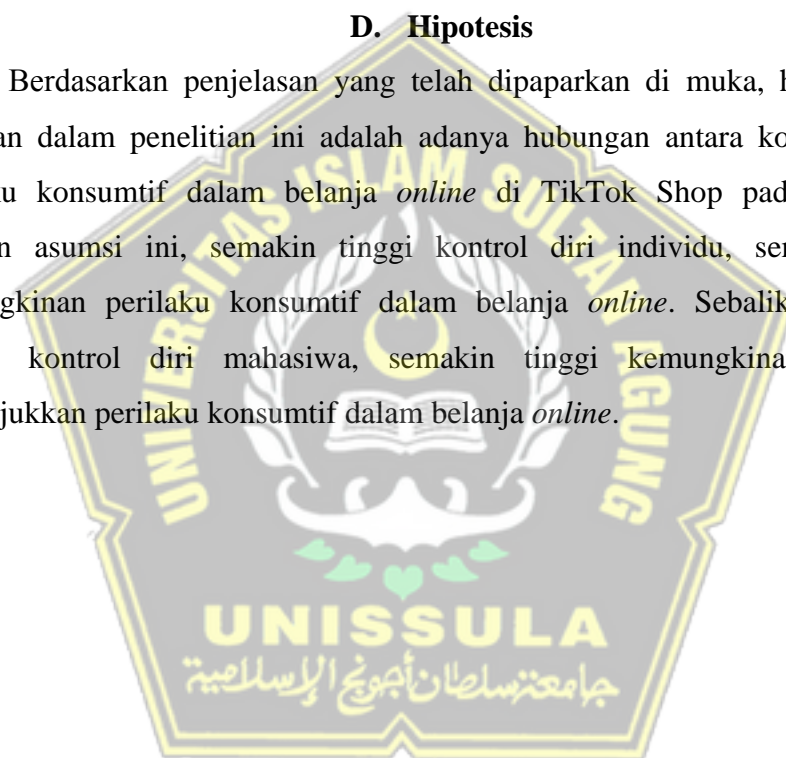
Kontrol diri yang baik memungkinkan individu untuk mengelola perilaku belanja sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya, sehingga mengurangi pengeluaran yang tidak penting serta kebiasaan konsumtif yang berlebihan. Sebagai referensi dan pembenaran dari teori yang diajukan, penelitian sebelumnya yang relevan dan sejalan dengan penelitian ini adalah:

Penelitian yang relevan dan sejalan dengan penelitian ini adalah studi oleh Anggreini & Mariyanti (2014), yang mengkaji hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Temuan penelitian menunjukkan kontrol diri yang tinggi mengurangi perilaku konsumtif, sementara kontrol diri yang rendah meningkatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Penelitian oleh Husnia Annafila & Zuhroh (2022) menunjukkan hasil signifikansi dengan nilai 0.000 ($p < 0.05$) dan koefisien sebesar -0.773, yang mengindikasikan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Islam Raden Rahmat Malang. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri mahasiswa, semakin rendah perilaku konsumtif yang ditunjukkan.

D. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di muka, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah adanya hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif dalam belanja *online* di TikTok Shop pada mahasiswa. Dengan asumsi ini, semakin tinggi kontrol diri individu, semakin rendah kemungkinan perilaku konsumtif dalam belanja *online*. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri mahasiswa, semakin tinggi kemungkinan mahasiswa menunjukkan perilaku konsumtif dalam belanja *online*.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Penelitian ini peneliti menggunakan variabel bebas dan variabel tergantung, yakni sebagai berikut:

Variabel Bebas (X) : Kontrol Diri

Variabel Tergantung (Y) : Perilaku Konsumtif

B. Definisi Operasional

Definisi operasional merujuk pada penjelasan yang dibuat sesuai dengan karakteristik atau jenis variabel yang diteliti. Definisi operasional dalam setiap penelitian diuraikan sebagai berikut.

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif mengacu pada tindakan membeli barang tanpa mempertimbangkan prioritas atau kebutuhan, melainkan lebih mengutamakan keinginan jangka pendek yang dapat menyebabkan pemborosan.

Skala perilaku konsumtif yang diterapkan dalam penelitian ini mengacu pada aspek-aspek yang dijelaskan oleh Sumartono (2002). Aspek-aspek tersebut meliputi pembelian karena hadiah menarik, pembelian karena kemasan menarik, pembelian untuk menjaga diri dan gengsi, pembelian karena diskon, pembelian untuk menjaga status sosial, pembelian karena pengaruh model iklan, pembelian untuk meningkatkan rasa percaya diri, dan pembelian barang sejenis dengan merek yang berbeda. Skor yang lebih tinggi menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi di kalangan mahasiswa, sementara skor rendah berhubungan dengan rendahnya perilaku konsumtif yang ditunjukkan.

2. Kontrol Diri

Kemampuan individu dalam merancang, mengelola, dan mengatur tindakan serta perilaku, termasuk untuk menahan diri dan menghindari kecenderungan terhadap tindakan yang tidak diinginkan, merupakan bentuk

kontrol diri. Pengukuran kontrol diri dilakukan dengan menggunakan skala yang dirancang berdasarkan aspek-aspek kontrol diri yang dikemukakan oleh Tangney, Baumeister, Boone (2004), yaitu kedisiplinan diri, pengendalian perilaku impulsif, pola hidup sehat, etika kerja, dan kehandalan.

C. Populasi, Sampel dan Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiono (2013), populasi merupakan kategori umum yang melibatkan subjek atau aitem dengan karakteristik serta kualitas khusus yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan. Populasi tidak hanya terdiri dari jumlah subjek yang diteliti, tetapi juga mencakup seluruh karakteristik dari subjek atau aitem. Dalam penelitian ini, populasi melibatkan 331 mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung dari angkatan 2022 dan 2023.

Tabel 1. Populasi Penelitian

| No | Mahasiswa | Jumlah |
|----|---------------|------------|
| 1 | Angkatan 2022 | 183 |
| 2 | Angkatan 2023 | 148 |
| | Total | 331 |

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari total jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam populasi (Sugiono, 2013). Ketika populasi sangat luas atau besar, pemeriksaan keseluruhan menjadi tidak memungkinkan karena adanya keterbatasan dalam tenaga, waktu dan biaya. Oleh karena itu, peneliti memilih sampel dari dua Angkatan secara acak untuk keperluan penelitian ini.

3. Sampling

Teknik pengambilan sampel merujuk pada metode untuk mengumpulkan sampel (Sugiono, 2013). Metode sampling berfungsi untuk menetapkan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cluster random sampling* untuk

pemilihan sampel dan melibatkan 2 kelompok subjek, yakni Mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Angkatan 2022 dan 2023.

D. Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan dua jenis skala, yaitu skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif. Untuk menilai respon terhadap indikator dari variabel yang diukur, digunakan teknik skala *Likert* (Sugiono, 2013).

1. Skala Perilaku Konsumtif

Alat ukur perilaku konsumtif yang digunakan adalah skala yang dikembangkan berdasarkan aspek-aspek yang diuraikan oleh Sumartono (2002). Skala ini menggunakan aitem-aitem yang bersifat *favorable* dan *unfavourable*, dan setiap pilihan jawaban memiliki skor yang berbeda-beda: memiliki empat pilihan jawaban dengan skor yang berbeda: sangat sesuai (SS) dengan nilai 4, sesuai (S) dengan nilai 3, tidak sesuai (TS) dengan nilai 2, dan sangat tidak sesuai (STS) dengan nilai 1. Penjelasan rinci dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Skala Perilaku Konsumtif

| No. | Aspek | Jumlah Aitem | | Jumlah |
|--------------|--|------------------|--------------------|-----------|
| | | <i>Favorabel</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1 | Pembelian karena hadiah menarik | 3 | 3 | 6 |
| 2 | Pembelian karena kemasan menarik | 3 | 3 | 6 |
| 3 | Pembelian untuk menjaga diri dan gengsi | 3 | 3 | 6 |
| 4 | Pembelian karena diskon | 3 | 3 | 6 |
| 5 | pembelian untuk menjaga status sosial | 3 | 3 | 6 |
| 6 | Pembelian karena pengaruh model iklan | 3 | 3 | 6 |
| 7 | Pembelian untuk meningkatkan rasa percaya diri | 3 | 3 | 6 |
| 8 | Pembelian barang sejenis dengan merek yang berbeda | 3 | 3 | 6 |
| Total | | 24 | 24 | 48 |

2. Skala Kontrol Diri

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kontrol diri, peneliti menggunakan skala kontrol diri yang dirancang berdasarkan teori Tangney, Baumeister, dan Boone (2004). Skala ini dimodifikasi dari karya Tangney, Baumeister, dan Boone (2004), terdiri dari 30 butir. Skala ini mencakup dua jenis pernyataan: *favorable item* dan *unfavorable item*. Setiap pernyataan memiliki 4 pilihan jawaban dengan skor yang berbeda: 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. Detail informasi ini dapat dilihat jelas dalam tabel berikut.

Tabel 3. Skala Kontrol Diri

| No. | Aspek | Jumlah Aitem | | Jumlah |
|--------------|------------------------------------|------------------|--------------------|-----------|
| | | <i>Favorabel</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1 | Kedisiplinan diri | 3 | 3 | 6 |
| 2 | Kontrol terhadap perilaku impulsif | 3 | 3 | 6 |
| 3 | Pola hidup sehat | 3 | 3 | 6 |
| 4 | Etika kerja | 3 | 3 | 6 |
| 5 | Kehandalan | 3 | 3 | 6 |
| Total | | 15 | 15 | 30 |

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

1. Validitas

Validitas dijelaskan oleh (Sugiono, 2013), digunakan untuk menilai apakah kuisisioner valid atau tidak. Tujuan uji validitas adalah untuk memastikan bahwa data yang diperoleh adalah valid dan tepat. Suatu instrument dikatakan valid jika dapat memberikan pengukuran yang tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini menerapkan metode validitas isi, yang berfokus pada analisis rasional dan *professional judgement* terhadap keabsahan isi tes. *Professional judgment* ini dilakukan dengan melibatkan dosen pembimbing.

2. Uji Daya Beda Aitem

Azwar (2015) menjelaskan bahwa uji daya pembeda aitem bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu aitem dapat membedakan antara individu

yang memiliki atribut yang diukur dan yang tidak memiliki atribut tersebut. Dalam penelitian ini, daya pembeda aitem dievaluasi menggunakan Kendall's Tau.

3. Reliabilitas Alat Ukur

Sugiono (2013) menyatakan bahwa reliabilitas merujuk pada konsistensi hasil pengukuran dari objek yang sama. Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana fenomena yang sama dapat diukur secara konsisten dengan alat ukur yang sama. Koefisiensi reliabilitas, yang nilainya berkisar antara 0 hingga 1, digunakan untuk menunjukkan tingkat reliabilitas suatu alat ukur. Koefisien yang lebih tinggi menunjukkan reliabilitas yang lebih baik, sementara koefisien yang lebih rendah menunjukkan reliabilitas yang lebih rendah.

F. Teknik Analisis

Data yang telah diperoleh akan diolah terlebih dahulu. Tujuan analisis data adalah untuk menghitung uji korelasi dan menarik kesimpulan. Penelitian ini akan menggunakan teknik korelasi Kendall's Tau untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel tergantung, yaitu perilaku konsumtif, dan variabel bebas, yaitu kontrol diri. Proses analisa data ini akan dilakukan menggunakan SPSS (*Statistic Packages for Social Science*) versi 25.0.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian

1. Orientasi Kacah Penelitian

Orientasi kacah penelitian merujuk pada tahapan persiapan yang dilakukan oleh peneliti sebelum memulai proses penelitian, dengan tujuan memastikan bahwa segala sesuatunya siap dan penelitian dapat berlangsung sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Tahap awal penelitian melibatkan penentuan lokasi uji coba sesuai dengan kriteria populasi yang telah ditentukan. Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung, yang beralamat di Jalan Kaligawe KM.4, Semarang, Jawa Tengah, akan menjadi tempat dilakukannya uji coba dan penelitian.

Berdasarkan SK Dirjen Dikti No. 369/Dikti/Kep/1999, yang dikeluarkan pada 29 Juli 1999, Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung didirikan. SK tersebut diserahkan bersamaan dengan acara Dies Natalis dan Wisuda Sarjana ke-37. Kemudian, izin operasional Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung diperpanjang melalui Surat Keputusan Dikti Nomor 988/D/T/2005 tanggal 10 Maret 2005. Fakultas ini mengajukan akreditasi ke BAN-PT dan pada 16 Juni 2007, Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung memperoleh status terakreditasi dengan nomor BAN-PT: 013/BAN-PT/AK-X/VI/2007 dan nilai B.

Sebagai langkah awal, tiga mahasiswa aktif dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung akan di wawancarai mengenai perilaku konsumtif mereka saat berbelanja *online* di TikTok Shop. Setelah itu, penulis mencari dasar teori yang mendukung penelitian ini. Tahap berikutnya adalah mengajukan surat kepada Wakil Dekan 1 Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung untuk meminta data mengenai jumlah mahasiswa aktif angkatan 2022 dan 2023.

Penelitian ini melibatkan populasi yang terdiri dari mahasiswa aktif Fakultas Psikologi angkatan 2022 dan 2023 Universitas Islam Sultan Agung.

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif dari angkatan tersebut yang juga memiliki aplikasi tiktok. Penelitian ini menggunakan teknik *Cluster Random Sampling* dan mendistribusikan *booklet* dan *google form* yang berisi kuisioner kepada Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2022 dan 2023.

Faktor-faktor berikut menjadi pertimbangan peneliti dalam memilih Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung sebagai lokasi untuk penelitian:

- a. Penelitian mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* di TikTok Shop, wawancara menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa masih mengalami kesulitan dalam mengendalikan diri saat berbelanja *online*, khususnya di TikTok Shop.
- b. Adanya permasalahan mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa.
- c. Fakultas telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian.

2. **Persiapan Penelitian**

Persiapan yang matang sangat penting untuk kelancaran penelitian dan tercapainya hasil yang diinginkan, serta untuk meminimalkan risiko terjadinya masalah. Langkah-langkah persiapan penelitian mencakup wawancara, penyusunan perizinan, pembuatan alat ukur, pelaksanaan tahap uji coba penelitian (*try out*), dan akhirnya pelaksanaan proses penelitian itu sendiri.

a. **Persiapan Perizinan**

Langkah pertama sebelum memulai penelitian adalah memastikan semua syarat perizinan terpenuhi. Ini mencakup pengajuan surat permohonan izin penelitian serta permintaan data mahasiswa kepada Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung, yang ditujukan untuk Wakil Dekan 1 Fakultas Psikologi. Setelah itu, peneliti perlu menyerahkan surat izin yang telah diterbitkan oleh Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung, yang bernomor 1235/A.3/Psi-SA/VII/2024, kepada Wakil Dekan 1.

b. Penyusunan Alat Ukur

Alat ukur berperan sebagai instrumen pengumpulan data yang diperlukan oleh peneliti. Struktur alat ukur ini dirancang dengan mengikuti urutan aspek-aspek yang berisi indikator yang mencerminkan variabel yang sedang diteliti. Penelitian ini menggunakan dua jenis skala, yaitu untuk perilaku konsumtif dan kontrol diri.

Setiap skala mencakup aitem yang bersifat positif (*favorable item*) dan negatif (*unfavourable item*). Aitem-aitem ini memiliki empat pilihan jawaban: 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. Berikut adalah penjelasan skala yang akan digunakan dalam penelitian ini:

1) Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek-aspek yang disampaikan oleh Sumartono (2002). Aspek-aspek tersebut meliputi: pembelian karena hadiah menarik, pembelian karena kemasan menarik, pembelian untuk menjaga diri dan gengsi, pembelian karena diskon, pembelian untuk menjaga status sosial, pembelian karena pengaruh model iklan, pembelian untuk meningkatkan rasa percaya diri, dan pembelian barang sejenis dengan merek yang berbeda. Skala perilaku konsumtif ini terdiri dari total 48 butir, yang terbagi menjadi 24 *favorable item* dan 24 *unfavorable item*. Berikut adalah sebaran butir perilaku konsumtif:

Tabel 4. Sebaran Butir Skala Perilaku Konsumtif

| No | Aspek | Nomor Aitem | | Jumlah |
|--------------|--|------------------|--------------------|-----------|
| | | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1 | Pembelian karena hadiah menarik | 1,17,33 | 9,25,41 | 6 |
| 2 | Pembelian karena kemasan menarik | 2,18,34 | 10,26,42 | 6 |
| 3 | Pembelian untuk menjaga diri dan gengsi | 3,19,35 | 11,27,43 | 6 |
| 4 | Pembelian karena diskon | 4,20,36 | 12,28,44 | 6 |
| 5 | Pembelian untuk menjaga status sosial | 5,21,37 | 13,29,45 | 6 |
| 6 | Pembelian karena pengaruh model iklan | 6,22,38 | 14,30,46 | 6 |
| 7 | Pembelian untuk meningkatkan rasa percaya diri | 7,23,39 | 15,31,47 | 6 |
| 8 | Pembelian barang sejenis dengan merek yang berbeda | 8,24,40 | 16,32,48 | 6 |
| Total | | | | 48 |

2) Skala Kontrol Diri

Skala yang digunakan untuk mengukur kontrol diri adalah skala kontrol diri yang dikembangkan berdasarkan aspek-aspek kontrol diri dari teori Tangney, Baumeister, dan Boone (2004). Aspek-aspek tersebut meliputi kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan pengambilan keputusan. Skala kontrol diri terdiri dari 30 butir, yang dibagi menjadi 15 *favorable item* dan 15 *unfavorable item*. Berikut adalah sebaran butir perilaku kontrol diri:

Tabel 5. Sebaran Butir Kontrol Diri

| No | Aspek | Nomor Aitem | | Total |
|--------------|------------------------------------|------------------|--------------------|-----------|
| | | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1 | Kedisiplinan diri | 1,11,21 | 6,16,26 | 6 |
| 2 | Kontrol terhadap perilaku impulsif | 2,12,22 | 7,17,27 | 6 |
| 3 | Pola hidup sehat | 3,13,33 | 8,18,28 | 6 |
| 4 | Etika kerja | 4,14,24 | 9,19,29 | 6 |
| 5 | Kehandalan | 4,15,25 | 10,20,30 | 6 |
| Total | | | | 30 |

c. Uji Coba Alat Ukur

Skala dinyatakan sebagai skala yang baik apabila skala tersebut sudah dinyatakan reliabel dan sahih. Tujuan pelaksanaan uji coba pada alat ukur psikologi adalah untuk menilai keakuratan atau reliabilitas alat ukur dan daya beda pada setiap aitem sebelum dilakukan penelitian oleh peneliti. Uji coba alat ukur pada 3 Juli sampai 4 Juli. Penyebaran skala *try out* menggunakan *booklet* yang dibagikan langsung. Dengan metode pemilihan acak, peneliti mendapatkan data dari empat kelas sebagai berikut:

Tabel 6. Data Subjek Uji Coba

| No | Kelas dan Angkatan | Jumlah |
|--------------|--------------------|------------|
| 1 | B Angkatan 2022 | 19 |
| 2 | D Angkatan 2022 | 30 |
| 3 | B Angkatan 2023 | 31 |
| 4 | C Angkatan 2023 | 37 |
| Total | | 117 |

d. Uji Daya Beda dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

Uji daya beda dirancang guna menilai kemampuan aitem dalam membedakan antara individu yang memiliki dan tidak memiliki atribut yang diukur. Setelah memperoleh data dari uji coba daya aitem, tahap berikutnya adalah penskoran pada skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri. Hasil dari skala yang digunakan dalam penelitian ini ditampilkan di bawah ini:

1) Skala Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian daya beda aitem pada 117 mahasiswa untuk skala perilaku konsumtif menunjukkan bahwa dari total 48 aitem, 14 aitem teridentifikasi daya beda rendah, sedangkan 34 aitem lainnya menunjukkan daya beda tinggi. Uji coba daya beda yang dilakukan dalam penelitian ini, aitem yang dianggap baik memiliki nilai uji daya beda $>0,25$ sesuai dengan indeks daya yang diuraikan oleh Azwar (2015). Indeks daya beda tinggi mempunyai skor antara 0.261-0.559 dari 34 aitem berdaya beda tinggi. Sedangkan 14 aitem dengan skor 0.051-0.232 dinyatakan berdaya beda rendah dan gugur. *Alpha Cronbach* dari 48 aitem senilai 0.868 sehingga dapat dikatakan jika skala kontrol diri reliabel. Nomor-nomor aitem berikut menunjukkan daya beda rendah.

Tabel 7. Daya Beda Aitem Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif

| No | Aspek | Nomor Aitem | | Jumlah |
|--------------|--|------------------|--------------------|-----------|
| | | <i>Favorabel</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1 | Pembelian karena hadiah menarik | 1*,17,33* | 9,25*,41* | 6 |
| 2 | Pembelian karena kemasan menarik | 2,18,34 | 10,26*,42 | 6 |
| 3 | Pembelian untuk menjaga diri dan gengsi | 3*,19,35 | 11,27*,43 | 6 |
| 4 | Pembelian karena diskon | 4*,20,36* | 12*,28,44 | 6 |
| 5 | pembelian untuk menjaga status sosial | 5,21,37 | 13,29,45 | 6 |
| 6 | Pembelian karena pengaruh model iklan | 6,22,38 | 14*,30,46 | 6 |
| 7 | Pembelian untuk meningkatkan rasa percaya diri | 7,23,39 | 15,31,47 | 6 |
| 8 | Pembelian barang sejenis dengan merek yang berbeda | 8,24,40* | 16*,32,48* | 6 |
| Total | | | | 48 |

Keterangan: (*) = Aitem berdaya beda rendah

2) Skala Kontrol Diri

Hasil yang diperoleh dari pengujian daya beda aitem pada 117 orang mahasiswa dalam skala kontrol diri yang keseluruhan skala terdapat 30 aitem dimana 8 aitem berdaya beda rendah sedangkan 22 lainnya berdaya beda yang tinggi. Uji coba daya beda pada penelitian ini aitem yang dinyatakan baik memiliki nilai uji daya beda >0.25 yang berdasarkan dari indeks daya beda menurut Azwar (2015). Indeks daya beda tinggi mempunyai skor antara 0.258-0.561 dari 22 aitem berdaya beda tinggi. Sedangkan 8 aitem dengan skor 0.112-0.236 dinyatakan berdaya beda rendah dan gugur. *Alpha Cronbach* dari 30 aitem senilai 0.834 sehingga dapat dikatakan jika skala kontrol diri reliabel. Berikut nomor aitem dengan daya beda rendah di skala kontrol diri.

Tabel 8. Daya Beda Aitem Uji Coba Skala Kontrol Diri

| No. | Aspek | Nomor Aitem | | Jumlah |
|--------------|------------------------------------|------------------|--------------------|-----------|
| | | <i>Favorabel</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1 | Kedisiplinan diri | 1*,11,21 | 6*,16,26 | 6 |
| 2 | Kontrol terhadap perilaku impulsif | 2,12,22 | 7,17,27* | 6 |
| 3 | Pola hidup sehat | 3*,13,23* | 8,18*,28 | 6 |
| 4 | Etika kerja | 4,14,24 | 9,19,29 | 6 |
| 5 | Kehandalan | 5,15,25 | 10*,20*,30 | 6 |
| Total | | | | 30 |

Keterangan: (*) = Aitem berdaya beda rendah

e. Penomoran Ulang

Peneliti melakukan penomoran ulang untuk menyusun kembali aitem-aitem yang akan digunakan dalam penelitian. Aitem dengan daya beda rendah dihilangkan dan digantikan dengan aitem yang memiliki daya beda tinggi, guna memastikan bahwa alat ukur dapat digunakan secara efektif dalam penelitian. Berikut ini adalah sebaran aitem skala yang telah disusun ulang dari variabel perilaku konsumtif dan kontrol diri:

Tabel 9. Penomoran Ulang Skala Perilaku Konsumtif

| No | Aspek | Nomor Aitem | | Jumlah |
|--------------|--|-------------------------|---------------------------|-----------|
| | | <i>Favorabel</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1 | Pembelian karena hadiah menarik | 17(2) | 9(6) | 2 |
| 2 | Pembelian karena kemasan menarik | 2(11),18(21), 34(25) | 10(16),42(31) | 5 |
| 3 | Pembelian untuk menjaga diri dan gengsi | 19(12),35(13) | 11(7),43(26) | 4 |
| 4 | Pembelian karena diskon | 20(1) | 28(8),44(27) | 3 |
| 5 | Pembelian untuk menjaga status sosial | 5(22),21(34), 37(32) | 13(17),29(20), ,45(28) | 6 |
| 6 | Pembelian karena pengaruh model iklan | 6(3),22(33), 38(24) | 30(9),46(10) | 5 |
| 7 | Pembelian untuk meningkatkan rasa percaya diri | 7(4),23(5),39 (23) | 15(19),31(29), 47(30) | 6 |
| 8 | Pembelian barang sejenis dengan merek yang berbeda | 8(14),24(15) | 32(18) | 3 |
| Total | | | | 34 |

Keterangan: (..) = nomor aitem baru dalam skala penelitian.

Tabel 10. Penomoran Ulang Skala Kontrol Diri

| No. | Aspek | Nomor Aitem | | Jumlah |
|--------------|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------|
| | | <i>Favorabel</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1 | Kedisiplinan diri | 11(1), 21(2) | 16(7), 26(8) | 4 |
| 2 | Kontrol terhadap perilaku impulsif | 2(3), 12(4), 22(5) | 7(9), 17(10) | 5 |
| 3 | Pola hidup sehat | 13(6) | 8(11), 28(18) | 3 |
| 4 | Etika kerja | 4(12), 14(13), 24(14) | 9(19), 19(20), 29(21) | 6 |
| 5 | Kehandalan | 5(15), 15(16),25(17) | 30(22) | 4 |
| Total | | | | 22 |

Keterangan: (..) = nomor aitem baru dalam skala penelitian.

B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan dari tanggal 12 Juli 2024 hingga 28 Juli 2024. Dalam penelitian ini, responden terdiri dari mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Angkatan 2022 dan 2023. Data dikumpulkan menggunakan *google form*, karena penelitian ini bertepatan dengan minggu tenang dan ujian akhir semester, sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk

membagikan *booklet* secara langsung. Peneliti pertama kali menghubungi ketua kelas untuk meminta bantuan dalam menyebarkan skala penelitian melalui *group whatsapp*. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan nomor kontak mahasiswa untuk menghubunginya satu per satu mahasiswa dan meminta mahasiswa untuk mengisi kuisioner. Hal ini menyebabkan, proses ini berlangsung lebih lama dari yang direncanakan. Berikut tautan *google form* yang digunakan dalam penyebaran skala pada penelitian ini: <https://forms.gle/y4hp6EMjDmJ5QsU8A>. Peneliti menggunakan metode *cluster random sampling* untuk mengumpulkan 182 responden mahasiswa Fakultas Psikologi. Dari 182 subjek yang diberikan tautan skala, 149 subjek bersedia mengisi kuisioner, namun 15 subjek tidak memenuhi kriteria, sehingga data yang dapat digunakan adalah 134 subjek.

Tabel 11. Data Mahasiswa yang menjadi Subjek Penelitian

| Data Mahasiswa yang Menjadi Subjek Penelitian | | |
|---|--------------------|---------------------|
| Angkatan | Jumlah Keseluruhan | Jumlah yang Mengisi |
| 2022 | 106 | 83 |
| 2023 | 76 | 66 |
| Total | 182 | 149 |

C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

Setelah data penelitian terkumpul, langkah berikutnya adalah melakukan analisis data. Proses analisis ini mencakup uji asumsi dan uji hipotesis. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Sementara itu, uji hipotesis digunakan untuk menganalisis karakteristik kelompok subjek yang menjadi bagian dari pengukuran.

1. Uji Asumsi

Proses uji asumsi bertujuan untuk memeriksa distribusi normalitas dan hubungan antar variabel, yang dilakukan menggunakan SPSS versi 25.0.

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menentukan apakah distribusi data pada variabel mengikuti distribusi normal. Teknik *One Sample Kolmogorov Smirnov Z* dengan SPSS versi 25.0 digunakan untuk menguji normalitas data. Nilai signifikansi yang melebihi 0.05

menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji Normalitas

| Variabel | Mean | SD | KS-Z | Sig. | p | Ket. |
|--------------------|-------|--------|-------|-------|-------|--------------|
| Perilaku Konsumtif | 80.27 | 14.975 | 0.127 | 0.000 | <0.05 | Tidak Normal |
| Kontrol Diri | 63.93 | 9.249 | 0.088 | 0.012 | <0.05 | Tidak Normal |

Berdasarkan data pada tabel 12, nilai signifikansi untuk variabel perilaku konsumtif dan variabel kontrol diri adalah 0.000 dan 0.012, yang mengindikasikan bahwa distribusi data tidak normal, karena tingkat signifikansi kurang dari 0.05.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah ada hubungan linear yang signifikan antara variabel bebas dan variabel tergantung dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, analisis linearitas dilakukan menggunakan SPSS versi 25.0. Pengujian menghasilkan nilai F linear 31.489 dengan signifikansi 0.000 ($p < 0.05$).

Hasil ini mengindikasikan adanya hubungan linear yang signifikan antara perilaku konsumtif dan kontrol diri, yang berarti perubahan dalam variabel perilaku konsumtif berhubungan secara linear dengan perubahan dalam variabel kontrol diri.

Tabel 13. Uji Linearitas

| Variabel | F-Linier | Sig | Keterangan |
|-------------------------------------|----------|-------|------------|
| Perilaku Konsumtif dan Kontrol Diri | 31.489 | 0.000 | Linear |

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menilai hubungan antara tingkat perilaku konsumtif dan kontrol diri di kalangan mahasiswa Fakultas Psikologi yang berbelanja *online* melalui TikTok Shop. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk menentukan hasil penerimaan atau penolakan terhadap hipotesis yang diajukan. Untuk analisis data, penelitian

ini menggunakan Korelasi Kendall's Tau, sebuah metode statistik non-parametrik yang berguna untuk mengukur derajat hubungan antar dua variabel ordinal tanpa memerlukan asumsi distribusi normal pada data (Sugiono, 2013).

Hasil analisis menunjukkan nilai korelasi sebesar -0.236, yang mengindikasikan adanya hubungan negatif antara perilaku konsumtif dan kontrol diri. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0.000 ($p < 0.05$), yang menandakan bahwa hipotesis penelitian diterima. Ini berarti terdapat hubungan negatif antara perilaku konsumtif dan kontrol diri di kalangan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Angkatan 2022 dan 2023. Dengan kata lain, semakin tinggi perilaku konsumtif, semakin rendah kontrol diri, dan sebaliknya, semakin rendah perilaku konsumtif, semakin tinggi kontrol diri.

D. Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian bertujuan untuk menjelaskan skor pengukuran yang didapatkan dan memberikan konteks mengenai subjek yang berhubungan dengan data yang diukur. Dalam penelitian ini, subjek diklasifikasikan mengikuti model distribusi normal, yang mengarah pada pengelompokan subjek ke dalam kategori-kategori tertentu untuk setiap variabel. Penjelasan berikut menyajikan norma kategorisasi dalam penelitian ini:

Tabel 14. Norma Kategori

| Rentang Skor | Kategorisasi |
|--|---------------|
| $\mu + 1.5 \delta < X$ | Sangat Tinggi |
| $\mu + 0.5 \delta < X \leq \mu + 1.5 \delta$ | Tinggi |
| $\mu - 0.5 \delta < X \leq \mu + 0.5 \delta$ | Sedang |
| $\mu - 1.5 \delta < X \leq \mu - 0.5 \delta$ | Rendah |
| $X \leq \mu - 1.5 \delta$ | Sangat Rendah |

Keterangan:

μ = Mean

δ = Standar deviasi hipotetik

X = Skor yang diperoleh

1. Daskripsi Data Responden Penelitian

Penelitian ini terdapat 134 responden dengan karakteristik jenis kelamin perempuan sebanyak 118 responden dan laki-laki 16 responden.

Tabel 15. Hasil Perbandingan Jenis Kelamin pada Variabel Perilaku Konsumtif

| Jenis Kelamin | N | Mean | T | Sig |
|---------------|-----|---------|-------|-------|
| Perempuan | 118 | 81.0339 | 1.616 | 0.108 |
| Laki-laki | 16 | 74.6250 | | 0.108 |

Berdasarkan tabel di atas, nilai rata-rata perilaku konsumtif untuk perempuan adalah 81.0339, sedangkan untuk laki-laki adalah 74.6250. Hasil ini mengungkapkan bahwa perempuan menunjukkan tingkat perilaku konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Hasil uji t menunjukkan nilai sebesar 1.616 dengan probabilitas 0.108 ($p > 0.05$) dan df sebesar 132. Hal ini berarti tidak ada perbedaan signifikan dalam perilaku konsumtif antara perempuan dan laki-laki, yang mengindikasikan bahwa keduanya menunjukkan kecenderungan yang serupa dalam perilaku konsumtif.

Tabel 16. Hasil Perbandingan Jenis Kelamin pada Variabel Kontrol Diri

| Jenis Kelamin | N | Mean | T | Sig |
|---------------|-----|---------|-------|-------|
| Perempuan | 118 | 64.0085 | 0.256 | 0.798 |
| Laki-laki | 16 | 63.3750 | | 0.798 |

Berdasarkan tabel di atas, rata-rata nilai kontrol diri untuk perempuan adalah 64.0085, sedangkan untuk laki-laki adalah 63.3750. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan dalam penelitian ini memiliki tingkat kontrol diri yang sedikit lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Hasil uji t menunjukkan nilai t sebesar 0.256 dengan probabilitas 0.798 ($p > 0.05$) dan df sebesar 132. Ini berarti tidak terdapat perbedaan signifikan dalam kontrol diri antara perempuan dan laki-laki, yang menunjukkan bahwa keduanya memiliki kecenderungan kontrol diri yang serupa.

2. Deskripsi Data Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif terdiri dari 34 aitem, masing-masing dinilai pada rentang satu hingga empat. Subjek dapat memperoleh skor minimum sebesar 34 (34×1) dan maksimum sebesar 136 (34×4) pada skala ini. Rentang

skor yang mungkin dicapai adalah 102 ($136-34$), dengan standar deviasi yang dihitung dari rentang skor dibagi enam, menghasilkan nilai 17 ($102/6$). Mean hipotesis dihitung dengan menjumlahkan skor minimum dan maksimum, kemudian dibagi dua, menghasilkan 85 ($(136+34)/2$).

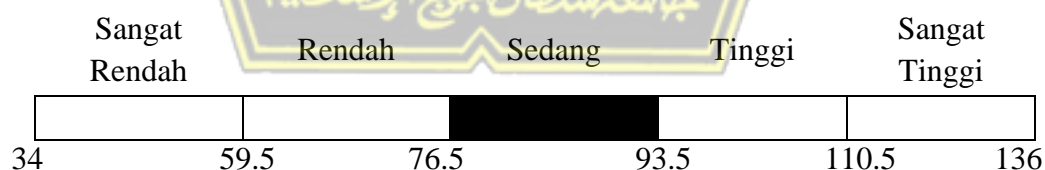
Berdasarkan deskripsi skor tersebut, nilai minimum empirik untuk skala perilaku konsumtif adalah 48, nilai maksimum empirik 128, mean empirik 80.27, dan nilai standar deviasi empiris adalah 14.975. Tabel berikut menjelaskan kategorisasi dan deskripsi nilai skor pada skala perilaku konsumtif.

Tabel 17. Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif

| Keterangan | Hipotetik | Empirik |
|------------------|-----------|---------|
| Skor Maksimum | 136 | 128 |
| Skor Minimum | 34 | 48 |
| Deviasi Standar | 17 | 14.975 |
| Mean (Rata-rata) | 85 | 80.27 |

Tabel 18. Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif

| Kategorisasi | Rentang Skor | Jumlah Subjek | Presentase |
|---------------|-----------------------|---------------|------------|
| Sangat Tinggi | $110.5 < x$ | 8 | 6.0 |
| Tinggi | $93.5 < x \leq 110.5$ | 12 | 9.0 |
| Sedang | $76.5 < x \leq 93.5$ | 62 | 46.3 |
| Rendah | $59.5 < x \leq 76.5$ | 41 | 30.6 |
| Sangat Rendah | $x \leq 59.5$ | 11 | 8.2 |



Gambar 1. Kategori Skala Perilaku Konsumtif

3. Deskripsi Data Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri terdiri dari 22 aitem, dengan setiap aitem dinilai dalam rentang satu hingga empat. Subjek dapat meraih skor minimum sebesar 22 (22×1) dan maksimum sebesar 88 (22×4) pada skala ini. Rentang skor yang dapat dicapai adalah 66 ($88-22$), dan standar deviasi yang dihitung dari rentang skor dibagi enam, menghasilkan nilai 11 ($66/6$). Mean hipotesis, yang

didapat dengan menjumlahkan skor minimum dan maksimum lalu dibagi dua, adalah 55 $((88+22)/2)$.

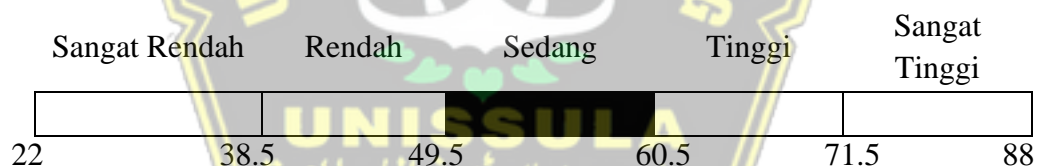
Berdasarkan data tersebut, nilai empirik minimum untuk skala kontrol diri adalah 37, nilai maksimum empirik adalah 88, mean empirik adalah 63.93, dan standar deviasi adalah 9.249. Berikut adalah kategorisasi dan deskripsi dari nilai skor skala kontrol diri:

Tabel 19. Deskripsi Skor Skala Kontrol Diri

| Keterangan | Hipotetik | Empirik |
|------------------|-----------|---------|
| Skor Maksimum | 88 | 88 |
| Skor Minimum | 22 | 37 |
| Deviasi Standar | 11 | 9.249 |
| Mean (Rata-rata) | 55 | 63.93 |

Tabel 20. Kategorisasi Skor Kontrol Diri

| Kategorisasi | Rentang Skor | Jumlah Subjek | Presentase |
|---------------|----------------------|---------------|------------|
| Sangat Tinggi | $71.5 < x$ | 0 | 0 |
| Tinggi | $60.5 < x \leq 71.5$ | 0 | 0 |
| Sedang | $49.5 < x \leq 60,5$ | 128 | 95.5 |
| Rendah | $38.5 < x \leq 49.5$ | 4 | 3.0 |
| Sangat Rendah | $x \leq 38.5$ | 2 | 1.5 |



Gambar 2. Kategori Skala Kontrol Diri

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif di kalangan Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2022 dan 2023 Universitas Islam Sultan Agung yang berbelanja *online* di TikTok Shop. Hasil uji hipotesis menggunakan korelasi Kendall's Tau menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 ($p < 0.05$), yang berarti hipotesis diterima. Korelasi Kendall's Tau dipilih dikarenakan data yang diperoleh tidak berdistribusi normal. Nilai korelasi sebesar -0.236 menunjukkan bahwa hubungan antara perilaku

konsumtif dan kontrol diri memiliki keeratan yang sangat lemah, artinya pemberian perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh kontrol diri.

Uji korelasi Kendall's Tau memperoleh hasil bahwa tingkat kontrol diri mahasiswa berbanding terbalik dengan perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi kontrol diri mahasiswa, semakin rendah perilaku konsumtif yang ditunjukkan, dan sebaliknya, semakin tinggi perilaku konsumtif, semakin rendah tingkat kontrol diri mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan penelitian Anggreini & Mariyanti (2014), yang juga menemukan hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Esa Unggul.

Penelitian oleh Renaldy *et al* (2018) pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Lampung Mangkurat menunjukkan adanya hubungan negatif antara kontrol diri antara perilaku konsumtif konsumen *online shop* di media sosial. Nilai *r square* yang diperoleh adalah 0.341, yang mengindikasikan bahwa 34.1 persen besaran sumbangan efektif yang diberikan oleh variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

Penelitian lain yang dilakukan Lorenza & Lestari (2023) menunjukkan nilai *r* sebesar 0.310, yang berarti 31 persen dari perilaku konsumtif mahasiswa yang menggunakan aplikasi *e-commerce* dipengaruhi oleh konformitas sebesar 20 persen dan kontrol diri sebesar 11 persen. Hasil ini serupa dengan penelitian saat ini, di mana kontrol diri memberikan sumbangan efektif sebesar 14.9 persen terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, 85.1 persen dari variabilitas perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor lainnya, seperti citra diri, gaya hidup, iklan dan harga diri.

Metode *one sample Kolmogorov Smirnov* digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas data. Jika *p-value* lebih dari 0.05, data dinyatakan normal dan dianggap tidak distribusi normal jika *p-value* kurang dari 0.05. Untuk menguji linearitas hubungan, digunakan metode F-linear. Hasil analisis menunjukkan koefisien F-Linear sebesar 31.489 dengan tingkat signifikansi 0.000 menandakan adanya hubungan linear yang signifikan antara perilaku konsumtif dan kontrol diri.

Skor pada skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kategori berada pada level sedang, dengan nilai rata-rata empirik sebesar 80.27 dan nilai rata-rata hipotetik sebesar 85. Skor skala kontrol diri juga berada dalam kategori sedang, dengan nilai rata-rata empirik 63.93 dan nilai rata-rata hipotetik 55.

Kemampuan kontrol diri adalah faktor utama yang berdampak pada perilaku konsumtif. Averill (1973) menjelaskan bahwa kontrol diri merujuk pada kemampuan individu dalam mengelola dan memfokuskan perilaku mereka menuju hal yang lebih baik. Ini berarti setiap individu memiliki kapasitas untuk mengendalikan perilaku dan cara berpikir mereka agar lebih positif dan bermanfaat, termasuk dalam hal pengendalian perilaku belanja.

Peneliti telah menganalisis hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif, dan menemukan bahwa mahasiswa dengan tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung lebih bijaksana dalam membuat keputusan saat berbelanja *online* di TikTok Shop. Penelitian lain yang sejalan adalah penelitian oleh Wulandari *et al*, (2023), yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari *social media marketing* TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember Angkatan 2020. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa sekitar 62.7 persen perubahan perilaku konsumtif mahasiswa dapat dikaitkan dengan pemasaran melalui media sosial TikTok, sedangkan 37.3 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti faktor budaya, sosial, dan psikologis internal.

Al-Qur'an memberikan panduan tentang kontrol diri melalui beberapa ayat. Dalam surat Al-Anfal ayat 72, Allah mengajarkan umat Islam untuk menggunakan harta dalam membantu keluarga dan orang miskin, daripada membelanjakannya untuk hal-hal yang tidak bermanfaat. Surat Al-Isra ayat 26-27 juga menekankan pentingnya menahan hawa nafsu dan mempertimbangkan dampak dari setiap perilaku, termasuk menghindari pemborosan. Ayat-ayat ini menyoroti pentingnya kesadaran diri dan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam perilaku konsumtif.

Surat Al-Furqon ayat 67 mengizinkan pengeluaran untuk kebutuhan seperti pakaian atau makanan, namun harus dalam batas yang wajar dan tidak berlebihan, karena pemborosan dapat mengarah pada *israf*. Oleh karena itu, sangat penting bagi umat Islam untuk menghindari perilaku yang berlebihan dan selalu mengelola harta dengan bijaksana.

Berdasarkan penjelasan di muka, penelitian ini mengungkapkan adanya korelasi antara perilaku konsumtif dan tingkat kontrol diri. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa 62 mahasiswa, yang mewakili 46.3 persen berada dalam kategori perilaku konsumtif sedang. Sementara itu, 128 mahasiswa dengan presentase 95.5 persen berada dalam kategori kontrol diri sedang. Hal ini berarti bahwa individu yang menerapkan pola hidup sehat, memiliki etika kerja dan kehandalan, tidak mudah terganggu oleh diskon atau promo yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif.

F. Kelemahan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa kelemahan dan kekurangan yang diidentifikasi selama penelitian, meliputi:

1. Proses pengumpulan data tidak dapat diamati secara langsung karena kuisioner disebarluaskan secara *online* melalui *google form*, sehingga mungkin ada kekurangan dalam kontrol terhadap kondisi pengisian data.
2. Jumlah aitem dalam skala penelitian dianggap terlalu banyak, yang dapat menyebabkan subjek merasa bosan dan ada kemungkinan beberapa subjek yang mengisi skala dengan tidak serius.
3. Jumlah subjek dalam penelitian ini terbatas dalam kelompok tertentu, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti terdapat hubungan negatif antara perilaku konsumtif dan kontrol diri pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Angkatan 2022 dan 2023. Ini berarti bahwa semakin tinggi perilaku konsumtif, semakin rendah kontrol diri mahasiswa, dan sebaliknya, semakin rendah perilaku konsumtif, semakin tinggi kontrol diri mahasiswa.

B. Saran

1. Saran Bagi Subjek

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk menjaga kontrol diri yang baik saat berbelanja *online*. Mahasiswa diharapkan untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis dalam mempertimbangkan kebutuhannya sebelum melakukan pembelian, dengan membedakan antara kebutuhan yang sebenarnya dan keinginan sesaat.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan kepada peneliti berikutnya untuk mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dan lebih mendalam, khususnya dalam menggali lebih jauh variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif. Selain itu, disarankan juga untuk membuat pernyataan skala yang berhubungan dengan TikTok Shop.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, V., Andriyanto, R., Rizqiana, S., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Aplikasi TikTok Shop. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 31–40. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i2.747>
- Ahdiat, A. (2024). *TikTok Shop Gabung Tokopedia , Ini Jumlah Pengguna Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tokopedia dan TikTok Shop di Indonesia. Februari.*
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. 3(3), 131–140.
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Media Ilmiah Psikologi*, 12(1), 34–42.
- Antonides, G. (1991). Psychology in Economics and Business. In *Psychology in Economics and Business*. <https://doi.org/10.1007/978-94-015-7901-8>
- Arum, D., & Khirunnisa, R. N. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee. 8.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 79–83. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Azwar, S. (2015). *Validitas dan Reliabilitas* (Edisi 4). Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Baumeister, R. F. (2013). Self-control, fluctuating willpower, and forensic practice. *The Journal of Forensic Practice*, 15(2), 85–96. <https://doi.org/10.1108/14636641311322278>
- Baumeister, R. F., & Boden, J. M. (1998). Aggression and the Self. *Human Aggression*, 111–137. <https://doi.org/10.1016/b978-012278805-5/50006-7>
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011.

Jurnal E-Biomedik, 3(1). <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>

- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Raja Gafindo Persada.
- Fitriana, K. (2009). Keranjingan Berbelanja Pada Wanita Bekerja Fenomena. *Jurnal Psikologi: Universitas Gajah Mada*, 7 (1), 48–57.
- Fransisca dan Suyasa, p. T. Y. S. (2017). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7(2), 172–199.
- Fromm, E. (1995). The Sane Society. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.
- Ghufron, M. N., & Suminta, R. R. (2016). *Teori-Teori Psikologi* (R. Kusumaningratri (ed.)). Ar-Ruzz Media.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01), 50–65. <https://www.neliti.com/publications/126900/pengaruh-konsep-diri-terhadap-perilaku-konsumtif-mahasiswa-universitas-esa-unggul>
- Hanneman, R. A. (2023). *Survei Internet APJII 2023*. April, 2–5.
- Husnia Anafila, F., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Islam Raden rahmat Malang. *Psikodinamika - Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20–27. <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.894>
- Ilmi, N. M., Arifin, J., & R, H. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Tiktok pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. *Journal of Education Social*, 2(1), 277–288.
- Islamia, I., & Purnama, M. P. (2022). Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(1), 194–203. <https://doi.org/10.33024/jpm.v4i1.6026>
- Kanserina. (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015*. 5(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). Management & Marketing. In *Journal of Clinical Orthodontics* (Vol. 58, Issue 1).
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017), 1–12. <https://jurnal.univpgri->

palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709/2520

- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control pada Remaja Putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 15–20. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art2>
- Lorenza, R. Y., & Lestari, S. (2023). Kontrol Diri Dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berbelanja Di E-Commerce. *Psycho Idea*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.30595/psychoidea.v21i1.15752>
- Mansyur, & Casmini. (2022). Kontrol Diri Dalam Perspektif Islam Dan Upaya Peningkatannya Melalui Layanan Bimbingan Konseling Islam. *At-Taujih Bimbingan Dan Konseling Islam*, 5(2), 1–15. <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Taujih>
- Nst, V. F. H., Tarigan, A. A., & Nasuon, Y. S. J. (2024). Surat Al Furqon Verse 67 Prinsip Equilibrium Perilaku Berkonsumsi Dalam Perspektif Al Qur ' an Surat Al Furqo n. 4(6), 10024–10034.
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Komsumtif Terhadap Gadget Remaja SMAN 1 Tanah Grogot. *Psikoborneo*, 6(1), 211–223. [http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal Dwi Nurhaini \(08-27-18-01-58-25\).pdf](http://ejournal.psikologi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/08/Jurnal Dwi Nurhaini (08-27-18-01-58-25).pdf)
- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11035>
- Renaldy, M., Dewi, R. S., & Hidayatullah, M. S. (2018). Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Konsumen Online Shop Melalui Sosial Media Pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Kognisia*, 1(1), 94–97.
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>
- Salamah, M. (2022). Hubungan Antara Kontro Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Pakaian Online Pada Mahasiswa. 16(101), 18–26. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30587/psikosains.v16i1.4537>
- Siregar, lidya kusuma dewi. (2023). *Larangan Perilaku Berlebih-Lebihan*. I, 1–8.
- Sudarisman, H. S. V. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswi. *Acta Psychologia*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.21831/ap.v1i1.43308>

- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). Tangney, Baumeister and Boone(2008)_High self- control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success.pdf. *Journal of Personality*, 2(April 2004), 54.
- Triyaningsih, S. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat SL. Triyaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 172–177.
- Wolfe, S. E., & Higgins, G. E. (2008). Self-control And Perceived Behavioral Control: An Examination Of College Student Drinking. *Applied Psychology in Criminal Justice*, 4(1990), 108–134. <http://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&PAGE=reference&D=psyc5&NEWS=N&AN=2008-11364-004>
- Wulandari, R. C., Suharso, P., & Mardiyana, L. O. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2).
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Determinants of Student Consumptive Behavior. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(01), 37–50. <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/view/506>

