

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA *ONLINE* PRODUK KECANTIKAN PADA MAHASISWI**

SKRIPSI



Oleh

Faudaty Adz Dzihan

NIM. 18410005

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2022

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA *ONLINE* PRODUK KECANTIKAN PADA MAHASISAWI**

S K R I P S I

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh :

Faudaty Adz Dzihan

NIM. 18410005

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA *ONLINE* PRODUK KECANTIKAN PADA MAHASISWI**

SKRIPSI

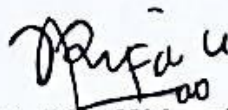
Oleh:

Faudaty Adz Dzihan

Nim. 18410005

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



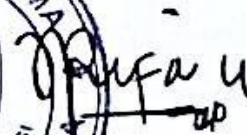
Dr. Hj. Rifa Hidayah, Msi

NIP. 197611282002122001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

Dr. H. Malik Ibrahim Malang



Dr. Hj. Rifa Hidayah, Msi

NIP. 197611282002122001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Faudaty Adz Dzihan

NIM : 18410005

Fakultas : Psikologi

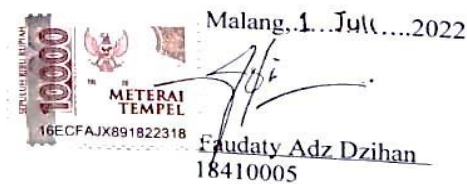
Jurusan : Psikologi

Judul Skripsi : **Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Produk Kecantikan Pada Mahasiswi**

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini benar, saya bersedia mendapat sanksi akademis

Malang, 1... Juli... 2022



METERAI
TEMPEL
16ECFAJX891822318
Faudaty Adz Dzihan
18410005

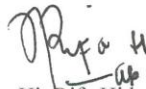
**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA *ONLINE* PRODUK KECANTIKAN PADA MAHASISWI**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada Selasa, 5 Juli 2022

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si

NIP. 197611282002122001

Ketua Penguji



Dr. Retno Mangestuti, M. Si

NIP. 197502202003122004

Anggota



Fuji Astutik, M. Psi, Psikolog

NIP. 199004072019032013

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

Tanggal 12 Juli 2022

Mengasahkan

Dekan Fakultas Psikologi

Maulana Malik Ibrahim Malang



Rifa Hidayah, M.Si

NIP. 197611282002122001

MOTTO

يٰٓاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ؕ

“Wahai anak cucu adam, pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”

(QS. AL-A'RAF : 31)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil alamin. Puji syukur kehadiran Allah yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir.

Peneliti mempersembahkan karya penelitian ini kepada orang-orang yang sangat berarti,
yaitu:

Kepada orangtua yang selalu mendukung apapun keputusan yang telah saya buat, yaitu ayah saya Heri Santoso yang amat saya sayangi, ibu saya alm.Rukanah yang amat sangat saya rindukan semoga engkau bangga atas apa yang telah saya berikan dan kakak saya Wisam Alif Al-Faruqi yang telah memberi dukungan dan menjadi motivasi saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Kepada keluarga besar saya yang mendukung serta mendoakan bagi saya supaya mendapat kelancaran dan selalu menyemangati

Kepada sahabat-sahabat saya yang selalu menjadi penghibur serta selalu ada untuk saya terimakasih telah hadir di hidup saya, saya sangat menyayangi kalian Nia, Namira, Fany, Silvia, Zumaroh, Naura, Alvi, Bela, Arin, Sela, Cindy, Dea, Rias, Riza, Nida, Salma, Ilsa, Natasya dan Salsa.

Teman-teman Psikologi angkatan 2018 yang telah membantu memberikan kesan indah selama berkuliah.

Kata Pengantar

Syukur Alhamdulillah senantiasa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Penyelesaian skripsi ini tidak luput dari peran berbagai pihak yang telah memberikan dukungan baik itu berbentuk moral dan materi. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. H. M Zainuddin, M.A selaku rector dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M. Si selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sekaligus dosen pembimbing yang selalu banyak memberikan bimbingan serta motivasi dan berbagai arahan dalam menulis skripsi
3. Halimatus Sa'diyah, M.Pd selaku dosen pembimbing kedua yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar
4. Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I selaku dosen wali yang telah memberikan arahan selama perkuliahan
5. Segenap dewan penguji yang telah memberikan arahan dan masukannya bagi penulis
6. Segenap civitas akademika Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, terutama pada seluruh dosen, terima kasih atas segala ilmu dan bimbingannya.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis selanjutnya maupun pembaca.

Malang, 1 Juli 2022



Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGAJUAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
A. Kontrol Diri	11
1. Pengertian Penerimaan Diri	11
2. Faktor-faktor Kontrol Diri	12
3. Aspek-aspek Kontrol Diri	13
B. Perilaku Konsumtif.....	15
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	15
2. Faktor-faktor Perilaku Konsumtif.....	16
3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	17
C. Pengertian Produk Kecantikan	18
D. Pengertian Mahasiswi	19
E. Ayat Berkaitan Dengan Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku konsumtif dalam Perspektif Islam	20
F. Pengaruh Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif	21
G. Hipotesis	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
A. Desain Penelitian.....	25
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	26
1. Variabel Bebas (Kontrol Diri).....	27
2. Variabel Terikat (Perilaku Konsumtif)	27
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
1. Kontrol Diri.....	28
2. Perilaku Konsumtif	28
D. Populasi dan sampel Teknik Pengambilan Sampel.....	29
1. Populasi.....	29
2. Sampel Penelitian.....	29
E. Metode Pengumpulan Data	31
F. Instrumen Penelitian	32
1. Skala Kontrol Diri.....	32
2. Skala Perilaku Konsumtif	33
G. Validitas dan Reliabilitas	35
1. Validitas	35
2. Reliabilitas	38
H. Analisis Data.....	40
1. Uji Deskriptif	40
2. Uji Normalitas.....	40
3. Uji Linearitas.....	41
4. Uji Hipotesis	41
BAB IV Hasil Penelitian.....	42
A. Pelaksanaan Penelitian.....	42
1. Lokasi Penelitian.....	42
2. Waktu dan Tempat Penelitian	42
3. Jumlah Subjek Penelitian	43
4. Prosedur Pengambilan Data.....	43
5. Hambatan-hambatan	43
B. Hasil Penelitian	44
1. Tingkat Kontrol Diri Belanja Online Produk Kecantikan	44
2. Tingkat Perilaku Konsumtif Belanja Online Produk kecantikan	46
3. Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Produk	

Kecantikan pada Mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang.....	48
a. Uji Normalitas	48
b. Uji Linearitas	50
c. Uji Hipotesis	52
C. Pembahasan.....	53
1. Tingkat Kontrol Diri Belanja Online Produk Kecantikan.....	55
2. Tingkat Perilaku Konsumtif Belanja Online Produk kecantikan	55
3. Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Produk Kecantikan pada Mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang.....	56
BAB V Penutup	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
1. Bagi Subjek Penelitian	60
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	60
DAFTAR PUSTAKA	62
Lampiran-lampiran.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Skema Variabel Penelitian	27
Gambar 4.1 Tingkat Kontrol Diri	45
Gambar 4.2 Tingkat Perilaku Konsumtif.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Sampel Mahasiswi Psikologi	30
Tabel 3.2 <i>Skor Skala Likert</i>	31
Tabel 3.3 Blueprint Skala Kontrol Diri	32
Tabel 3.4 Blueprint skala perilaku konsumtif.....	34
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kontrol Diri	36
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif.....	37
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Kontrol Diri	39
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif	39
Tabel 3.9 Norma Kategorisasi	40
Tabel 4.1 Hasil Uji Deskriptif.....	44
Tabel 4.2 Kategorisasi Tingkat Kontrol Diri	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Deskriptif	46
Tabel 4.4 Kategorisasi Tingkat Perilaku Konsumtif	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Linearitas.....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	49

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian.....	66
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas Instrumen	71
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	74
Lampiran 4. Hasil Analisis Data.....	76
Lampiran 5. Kategorisasi Data.....	78
Lampiran 6. Transkrip Wawancara.....	79
Lampiran 7. Jurnal Bimbingan	84
Lampiran 8 Tabulasi Data.....	85

ABSTRAK

Faudaty Adz Dzihan, 18410005, Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Produk Kecantikan pada Mahasiswi, Skripsi, Fakultas Psikologi UIN Mulana Malik Ibrahim Malang 2022.

Dosen Pembimbing: Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si

Perilaku konsumtif adalah tingkah laku individu yang gemar membeli barang secara berlebihan tanpa memikirkan nilai kebutuhan. Perilaku ini dapat dicegah dengan menerapkan kontrol diri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) tingkat perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswi 2) tingkat kontrol diri belanja online pada mahasiswi 3) pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswi.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswi psikologi dengan jumlah sampel 89 mahasiswi dari total keseluruhan 893 mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan dua skala yaitu skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah terdapat nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.224. Hal ini berarti bahwa pengaruh variable bebas (kontrol diri) terhadap variable terikat (perilaku konsumtif) adalah sebesar 22.4%.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri

ABSTRACT

Faudaty Adz Dzihan, 18410005, The Effect of Self-Control on Consumptive Behavior in Online Shopping for Beauty Product for Students, Thesis, Faculty of Psychology, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 2022.

Supervisor: Dr. Hj. Rifa Hidayah, M. Si

Consumptive behavior is the behavior of individuals who like to buy things in excess without thinking about the value of needs. This behavior can be prevented by applying self control. The purpose of this study was to determine 1) the level of online shopping consumptive behavior in female students 2) the level of online shopping self control in female students 3) the effect of self control on online shopping consumptive behavior in female students.

The subjects of this study were psychology student with a total sample of 89 female students from a total of 893 students. The method used in this research is quantitative research method with purposive sampling technique. Data collection in this study used two scales, namely the self control scale and the consumptive behavior scale.

The result of the research that has been done is that there is a coefficient of determination (R Square) of 0.224. This means that the influence of the independent variable (self-control) on the dependent variable (consumptive behavior) is 22.4%.

Keywords: Consumptive Behaviour, Self Control

مختصرة نبذة

فودتي أوز دزيهان ، ١٨٤١٠٠٠٥ ، تأثير ضبط النفس على السلوك الاستهلاكي في التسوق عبر الإنترنت لمنتجات
٢٠٢٢ . التجميل للطلاب ، أطروحة ، كلية علم النفس ، جامعة لندن مولانا مالك إبراهيم مالانج

السلوك الاستهلاكي هو سلوك الأفراد الذين يحبون شراء السلع الزائدة دون التفكير في قيمة الاحتياجات. يمكن منع هذا السلوك عن طريق تطبيق ضبط النفس. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد (١) مستوى السلوك الاستهلاكي للتسوق عبر الإنترنت لدى الطالبات (٢) مستوى التحكم الذاتي في التسوق عبر الإنترنت لدى الطالبات (٣) تأثير ضبط النفس على السلوك الاستهلاكي للتسوق عبر الإنترنت لدى الطالبات.

كانت موضوعات هذه الدراسة من طلبة علم النفس بعينة إجمالية بلغت ٨٩ طالبة من إجمالي ٨٩٣ طالبة. الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي طريقة البحث الكمي بتقنية أخذ العينات الهادف. استخدم جمع البيانات في هذه الدراسة مقياسين هما مقياس ضبط النفس ومقياس السلوك الاستهلاكي.

يبلغ ٤٢٢,٠. وهذا يعني أن تأثير المتغير المستقل (R Square) نتيجة البحث الذي تم إجراؤه هو أن هناك معامل تحديد (ضبط النفس) على المتغير التابع (السلوك الاستهلاكي)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman pada saat ini sangat pesat terlihat dari kemajuan internet dan teknologi yang dapat memudahkan manusia melakukan kegiatan jual beli tanpa pergi ke tempat penjualan. Belanja *online* yaitu toko yang memberikan berbagai pilihan barang secara online dengan menggunakan *gadget* yang telah tersambung internet. Munculnya internet ini menyebabkan informasi dapat diperoleh dengan mudah dan cepat, individu mengikuti perubahan mode agar lebih *up-to-date* dengan berkembangnya zaman (Diani, 2019).

Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022. Dimana toko *online* merupakan sarana atau toko yang menawarkan barang dan jasa melalui internet (Loekamto, 2021). Di Indonesia terdapat beberapa toko *online* seperti: Shopee, Bukalapak, Lazada, Tokopedia, dan lain sebagainya. Toko *online* sama seperti pasar yang menjual semua yang dibutuhkan seperti yang ada di mall atau pasar tradisional. Hal yang membedakannya adalah pada cara bertransaksi atau proses jual belinya dengan menggunakan jaringan internet. Keunggulan dari berbelanja *online* ini adalah dari prosesnya yang mudah, dimana cukup membuka aplikasi atau media sosial yang menyediakan toko *online* dan kegiatan berbelanja dapat dilakukan. Selain toko *online* kini belanja *online* dapat ditemui di media sosial. Produk yang ditawarkan pada toko *online* sangat beragam salah satunya yaitu produk kecantikan.

Produk kecantikan saat ini telah berkembang sedemikian rupa, seiring dengan perubahan pola hidup dan peningkatan pendapatan masyarakat serta tingkat pendidikan yang tinggi. Kosmetik yang merupakan produk kecantikan, dimana sebagian besar konsumennya yaitu wanita, sudah bukan merupakan kebutuhan kedua namun merupakan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi. Dimana hubungan antara wanita dan kecantikan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, karena sudah kodratnya wanita yang selalu ingin menjaga kecantikan dan keindahan dirinya. Menggunakan kosmetik menjadi salah satu cara untuk tampil menarik sesuai yang dibutuhkan.

Kosmetik menjadi salah satu usaha yang menguntungkan, industri kosmetik Indonesia juga menunjukkan akselerasi pertumbuhan dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan tersebut didorong oleh jumlah pasar Indonesia yang besar dengan populasi mencapai 270 juta jiwa, serta meningkatnya penduduk kelas menengah. Di tahun 2017, industri kosmetik Indonesia mencatatkan pertumbuhan sebesar 11, 9% dengan total penjualan mencapai IDR 19, 0 triliun (Kementerian Perdagangan, 2021).

Adanya peningkatan konsumen kelas menengah yang menggunakan jaringan internet, hal ini menimbulkan permasalahan pada perilaku belanja *online* yang tidak wajar. Salah satunya banyak terjadi pada konsumen yang membeli barang tidak lagi berdasarkan kebutuhan melainkan atas dasar keinginan, hal ini karena adanya pengaruh teman sebaya, gaya hidup, dan lingkungan (Mahdalela, 1998 dalam Erlayanawati, 2016).

Pada konteks ini yang mudah terpengaruh oleh teman sebaya, gaya hidup dan lingkungan adalah mahasiswi, dimana mahasiswi merupakan kelompok yang

berorientasi untuk berbelanja secara berlebihan karena mereka menyukai hal-hal baru termasuk juga berperan sebagai konsumen. Mahasiswi secara psikologis masuk pada bagian remaja akhir yang dimana pada usia ini, mahasiswi membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosialnya, mereka masih dalam tahap pencarian jati diri, dan masih dalam keadaan emosi yang labil (Yusuf, 2008). Mahasiswi yang memiliki perilaku konsumtif cenderung mengikuti mode dengan membelanjakan uang untuk mengonsumsi barang-barang yang mendukung penampilannya. Banyak kalangan mahasiswi yang menganggap kebutuhan seperti pakaian, sepatu, tas dan kosmetik adalah sebagai kebutuhan yang pokok, sehingga mahasiswi cenderung membelanjakan uangnya untuk membeli hal tersebut.

Mahasiswi pada umumnya membeli sesuatu tidak berdasarkan kebutuhan, namun lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan psikologis seperti pembelian yang impulsif, pembelian tidak rasional, dan pemborosan. Artinya berbelanja tidak hanya sekedar untuk mendapatkan produk yang diinginkan tetapi belanja sudah menjadi aktivitas yang bersifat rekreasi untuk mendapatkan kepuasan diri, berupa motif sosial dan personal (Ekowati, 2009).

Pernyataan ini sama halnya yang telah terjadi di lapangan, dari wawancara yang telah dilakukan pada 5 mahasiswi Psikologi UIN Malang pada tanggal 31 Maret s/d 01 April 2022, yang menunjukkan bahwa 5 mahasiswi tersebut sering berbelanja online seperti baju, tas, sepatu dan yang terpenting yaitu kosmetik atau produk kecantikan. Alasan responden sering berbelanja *online* produk kecantikan yaitu karena tidak mampu mengontrol perilakunya seperti mengatur pelaksanaan atau mengendalikan situasi dan memodifikasi stimulus yang tidak dikehendaki, responden tersebut juga tidak mampu mengontrol kognitif seperti kemampuan memperoleh informasi dan kemampuan melakukan penilaian, responden tersebut juga tidak

mampu mengontrol keputusan yang akan dibuatnya. Salah satu jawaban responden tersebut mengaku bahwa setiap melakukan kegiatan berbelanja *online* 2-3 kali sebulan karena ingin menambah koleksi lipstick. Pada responden lain juga mengaku bahwa melakukan kegiatan belanja *online* produk kecantikan sampai 5 kali atau lebih dalam sebulan. Pada 5 responden yang telah diwawancarai mereka mengatakan telah menghabiskan uang dari Rp.150.000 hingga Rp.500.000 perbulan hanya untuk berbelanja produk kecantikan di toko *online*.

Islam mengajarkan, segala yang dilakukan oleh umat manusia diatur dan dimanfaatkan atas dasar kesejahteraan, bukan berlebihan-lebihan walaupun memiliki pendapatan yang banyak, sesuai dengan hadist riwayat Imam Ahmad Matan lain: An-Nasa'I (3595), al-Hakin dan dihasankan dalam Sahih al-Jami' ash Shagir (4505) Nabi Muhammad SAW bersabda:

“makan dan minumlah, bersedekahlah serta berpakaianlah dengan tidak berlebih-lebihan”.

Hadist tersebut menunjukkan bahwa Islam mengajarkan perilaku konsumsi yang tidak berlebihan. Mahasiswi yang akrab dengan perilaku konsumtif cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi, karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi lebih mengarah tuntutan pemenuhan keinginan (Dawi Maryam, 2016).

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan individu yang membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan (Sumartono, 2002). Dampak negatif dari perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswi yang tidak mempunyai keseimbangan antara pendapatan dengan pengeluarannya atau sering dikatakan boros. Individu yang bertindak tidak wajar sering kali melakukan tindakan pembelian barang

yang seharusnya tidak diperlukan atau tidak dibutuhkan. Perilaku ini sama halnya dengan aspek perilaku konsumtif, antara lain: a) pembelian impulsif (*impulsive buying*), dimana individu berbelanja hanya karena ingin mengikuti nafsu yang muncul secara mendadak atau keinginan sesaat tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang lebih penting, hal ini seringkali terjadi ketika emosi senang ataupun marah, b) pembelian tidak rasional (*non-rational buying*), tindakan individu yang melakukan pembelian barang hanya untuk mencari kesenangan semata, c) pemborosan (*wasteful buying*), perilaku individu yang melakukan kegiatan negatif seperti menghambur-hamburkan uang tanpa mempunyai dasar yang jelas (Engel, Blackwell, dan Miniard 1994). Awalnya mahasiswi tidak mengutamakan masalah penampilan dan gaya hidup, seiring dengan adanya *social transformation* dan perkembangan zaman yang sesuai dengan teori Gillin dan Gilin yaitu perubahan ini terjadi dengan risiko timbulnya suatu hal yang baru seperti tempat, sikap, tindakan, dan interaksi, hal ini mengakibatkan *change of attitude*.

Perilaku konsumtif dapat di cegah dengan menerapkan kontrol diri. Calhoun dan Acocella (Ghufron & Rini, 2010) mengemukakan dua alasan yang mengharuskan mahasiswi mengontrol dirinya secara bertahap. Pertama, mahasiswi hidup dengan cara berkelompok sehingga dalam memuaskan keinginannya mereka harus mengontrol perilakunya supaya tidak mengganggu kenyamanan orang yang disekitarnya. Kedua, masyarakat mendorong mahasiswi untuk secara konstan menyusun standar kebutuhan yang lebih baik bagi dirinya.

Mahasiswi dapat mengendalikan dirinya apabila mahasiswi tersebut mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat memicu perilaku konsumtif, apabila mereka telah mengetahui faktor-faktor perilaku konsumtif tersebut mereka dapat menghindarinya, sehingga dampak dari tanda-tanda adanya berperilaku konsumtif

dapat dihindari. Mengendalikan diri ini dapat dilakukan dengan menerapkan kontrol diri.

Kontrol diri merupakan variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak penting atau penting dan kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan (Averill, 1973). Kontrol diri ialah gambaran ketetapan seseorang dapat dilihat dari keputusan kognitif atas perilaku yang sudah terstruktur, supaya dapat mengembangkan tujuan dan memperoleh yang di inginkan. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang kuat, mereka mampu membuat pertimbangan prioritas dalam membeli, memilih antara yang penting dan tidak penting sebelum membuat keputusan untuk membeli. Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki kontrol diri rendah maka akan membeli barang tanpa mempertimbangkan prioritasnya.

Kontrol diri mempunyai kontribusi yang penting pada proses pembelian barang, dikarenakan pengendalian diri tersebut dapat menghadapkan dan mengontrol seseorang untuk melaksanakan tindakan yang bermanfaat atau positif, termasuk dalam membelanjakan suatu barang. Individu yang mempunyai pengendalian pada diri yang tinggi, seharusnya individu tersebut dapat mengontrol perilaku berbelanja yang sesuai dengan kebutuhannya, namun bukan karena hanya untuk memuaskan keinginan semata dan individu tersebut seharusnya sulit terpengaruh dengan tawaran yang di tawarkan atau diskon yang besar. Individu juga harus memiliki sikap yang percaya pada diri sendiri yang menampilkan apa adanya serta bisa mengelola uang dengan cara menggunakan sebaik-baiknya. Chaaplin (2006), berpendapat bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dalam artian kemampuan individu untuk menekan atau merintangai impuls atau tingkah laku impulsif.

Islam mengajarkan mengenai kontrol diri yaitu bagian dari kesabaran yang tergolong pada tingkatan yang paling tinggi di antara bentuk kesabaran lainnya. Menurut Ibnul Qoyyim Al-Jauziyah derajat kesabaran yang paling berat adalah menjauhi larangan dan yang paling berat yaitu dengan menjauhi sesuatu yang digemari (Al-Jauziyah, 2006).

Penelitian terdahulu merupakan acuan penelitian dalam melakukan penelitian yang akan dilakukan, yang mana dijadikan sebagai kajian lanjutan dan perbandingan. Seperti penelitian dari Anggraini Bhuwaneswary dengan judul penelitian “Perilaku Belanja *Online* dan Kontrol Diri Mahasiswa Belitung di Yogyakarta” tahun 2016, dengan hasil penelitian terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku belanja *online* pada mahasiswa dari hasil kontrol diri (73,2%) pada kategori sedang dan (71,7%) yang belanja *online* dengan kategorisasi rendah. Berdasarkan hasil deskripsi perilaku belanja *online* diketahui bahwa salah satu produk yang sering dibeli yaitu produk kecantikan (12%).

Penelitian dari Diani Tiona dengan judul penelitian “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Mahasiswa” tahun 2019, dengan hasil penelitian terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online*. Perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta tinggi maka dari itu mahasiswa harus menerapkan kontrol diri. Dengan kecenderungan kontrol diri yang negatif ini memiliki arti semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif yang dilakukan, dan berlaku sebaliknya semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif yang dilakukan, dan berlaku sebaliknya semakin rendah kontrol maka semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif belanja *online* yang bisa dilakukan mahasiswa.

Penelitian dari Indri Anggraini dengan judul penelitian “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Pada Wanita Usia Dewasa Awal” tahun 2019, dengan hasil penelitian terdapat pengaruh bersifat negatif, yang artinya semakin tinggi kontrol diri seorang wanita usia dewasa awal maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Perilaku konsumtif berdasarkan barang yang paling sering dibeli di *online shop* salah satunya yaitu kosmetik masuk pada kategori tinggi dengan frekuensi 4,6%.

Adapun jenis kontrol diri dibagi dua yaitu positif dan negatif, individu dengan kontrol diri yang negatif penerimaan terhadap diri sendiri cenderung rendah. Individu dengan kontrol diri yang negatif akan sering merasa gagal dan cenderung bersikap pesimistik terhadap kehidupan dan kesempatan yang dihadapinya. Individu tersebut tidak melihat tantangan sebagai kesempatan namun sebagai halangan. Individu dengan kontrol diri negatif berupaya dengan berbagai cara agar dapat menaikkan *self image*. Salah satunya dalam berbelanja produk kecantikan yang tidak terlalu penting tetapi dapat menunjang gaya hidup. Berbeda dengan individu dengan kontrol diri positif akan merancang tujuan-tujuan yang sesuai dengan realitas yaitu tujuan yang memiliki kemungkinan untuk bisa dicapai, mampu menghadapi kehidupan didepannya serta menggap bahwa hidup adalah suatu proses penemuan. Individu dengan kontrol diri positif akan berfikir secara realitas dalam melakukan pembelian (Dzilly Fazza, 2021).

Berdasarkan paparan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti terkait dengan “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Produk Kecantikan Pada Mahasiswi”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana tingkat kontrol diri pada mahasiswi?
2. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif belanja *online* di kalangan mahasiswi?
3. Apakah ada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan tujuan dalam penelitian ini untuk:

1. Mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswi.
2. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswi.
3. Mengetahui apakah ada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswi.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat pengembangan teoritis pada bidang keilmuan psikologi konsumen mengenai pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sumbangan praktis mengenai informasi pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

- a. Bagi mahasiswi, sebagai bahan pertimbangan dalam mengendalikan diri pada perilaku konsumtif.
- b. Bagi peneliti, sebagai upaya mengembangkan pengetahuan dan kemampuan pada bidang penelitian serta dapat menambah wawasan tentang pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.
- c. Bagi peneliti lain, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan dan diperbaharui lagi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yaitu keinginan yang terus menerus ingin memperoleh kepuasan dalam memiliki suatu barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang lebih penting (Fromm, 1955). Suatu pembelian dengan berlebihan berdasarkan keinginan tidak dengan memikirkan kebutuhan yang lebih penting yaitu salah satu pengertian perilaku konsumtif. Perilaku ini cenderung *impulsive*, tidak terkontrol. Pendapat lain yang dikemukakan oleh Setiaji (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu berperilaku berkelebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Akibat dari perilaku tersebut mereka akan membelanjakan uangnya dengan seenak dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang mereka anggap istimewa.

Sumartono (dalam Irkam, 2020) berpendapat bahwa dapat dilihat *consumptive behaviour* adalah tingkah laku konsumen yang sedang melakukan pembelian suatu barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya lebih penting, pembelian ini dilakukan hanya karena pemenuhan kepuasan semata. *Consumptive behaviour* adalah perilaku pengambilan keputusan yang dilakukan oleh satu individu maupun kelompok untuk memperoleh barang yang diinginkan, hal ini dilakukan karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar seperti teman, keluarga, saudara dan lain sebagainya. Perilaku ini dapat timbul karena individu tersebut tidak mampu membedakan kebutuhan yang penting dan sekedar hanya keinginannya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal di mana seseorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan (Sumartono, 2002).

2. **Faktor Perilaku Konsumtif**

Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif dapat muncul di kalangan mahasiswi disebabkan oleh dua hal yaitu:

1. Faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri.
2. Faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi serta keluarga.

3. **Aspek-aspek Perilaku Konsumtif**

Aspek perilaku konsumtif dibagi menjadi 3 menurut Engel, Blackwell dan Miniard, 1994 (dalam penelitian Diani Tiona, 2019):

a. *Impulsive Buying* / pembelian impulsif

Dimana aspek ini memperlihatkan apabila seseorang sebagai seorang pembeli yang sedang melaksanakan kegiatan berbelanja sekedar hanya atas dasar adanya keinginan sesaat maupun nafsu yang tiba-tiba muncul. Seseorang tersebut tidak sama sekali memikirkan dan mereka tidak memikirkan dahulu hal apa yang seharusnya lebih penting di waktu dekat. Kegiatan ini biasanya bersifat emosi, baik emosi senang maupun marah.

b. *Non-Rational Buying* / pembelian tidak rasional

Pada aspek ini memperlihatkan apabila seseorang menjadi seorang konsumen yang sedang melaksanakan kegiatan berbelanja tidak berdasarkan kebutuhan (*needs*), namun hanya adanya persaan sungkan dan gengsi ataupun perasaan yang ingin mengikuti tren yang sedang terjadi. Seseorang ini ingin terkesan sebagai seorang yang moderen.

c. *Wasteful Buying* / pemborosan

Dimana pada aspek ini memperlihatkan seseorang menjadi pembeli yang melaksanakan kegiatan berbelanja tanpa memikirkan kebutuhan yang penting dan mereka hanya ingin menghasbiskan uang atau menghambur-hamburkan uang saja.

B. Kontrol Diri

1. Definisi Kontrol Diri

Kontrol diri yaitu menjadi keahlian seseorang agar dapat mengendalikan pikiran, perasaan, motivasi untuk mengatur diri sendiri dan untuk mengubah kebiasaan mereka (Tangney et al. 2004). Pengendalian diri sebagai variabel psikologis yang mempunyai 3 konsep yang saling berkaitan dengan kemampuan individu untuk mengendalikan dirinya, adalah kemampuan untuk memperbarui tindakan, kemampuan untuk mengelola prasangka informasi yang tidak terduga dan kemampuan untuk mengambil tindakan.

Pengendalian diri atau kontrol diri adalah potensi yang dimiliki oleh individu yang mempunyai tindakan dan ambisi untuk mengontrol perilaku dirinya sendiri yang menekan atau melawan tingkah laku impulsif. Hal ini dapat memberikan

dampak positif dan mengarahkannya pada konsekuensi yang lebih baik. Menurut Skinner, kontrol diri adalah tindakan diri sendiri dalam mengendalikan faktor-faktor eksternal yang menentukan perilaku individu. Perilaku ini dapat dikendalikan dengan berbagai cara, seperti penghindaran, kebosanan, keengganan terhadap rangsangan dan penguatan diri. Kontrol diri yaitu sebagai gambaran memutuskan suatu tindakan individu yang dibuat dengan pertimbangan pikiran tentang tingkah laku yang terstruktur, dan bertujuan untuk meningkatkan nilai kegunaan tertentu seperti yang apa dicapai. Seseorang yang mempunyai kontrol diri yang buruk berkali-kali merasa sulit untuk memutuskan akibat yang akan terjadi dari tindakan mereka. Sementara itu, seseorang yang mempunyai tingkat kontrol diri yang tinggi mereka lebih teliti dalam berperilaku dalam situasi dan mengambil keputusan (Chita, David, dan Pali 2015).

Menurut Roberts (1975) dalam penelitian Diani Tiona (2019) kontrol diri komponen yang secara utuh (*integrative*) yang dilakukan individu terhadap lingkungannya. Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menggunakan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam kondisi yang berbeda atau bervariasi. Individu akan cenderung mengubah perilakunya sesuai dengan permintaan situasi sosial disekitarnya sehingga dapat mengatur kesan yang dibuat oleh perilakunya lebih responsif terhadap petunjuk situasional, lebih fleksibel, berusaha untuk memperlancar interaksi sosial, bersikap hangat dan terbuka.

Jadi kontrol diri adalah pengendalian diri dimana individu dapat membimbing tingkah lakunya dalam menekan dan menghindari dari tingkah laku yang impulsif.

2. Faktor Kontrol Diri

Faktor kontrol diri dapat dipengaruhi dari faktor internal dan faktor eksternal, Gufron dan Risnawita (2016), antara lain:

a. Faktor internal

Faktor internal yang terlibat pada diri individu yaitu umur individu tersebut, seandainya ketika individu bertambah umur maka individu tersebut akan lebih baik dalam mengendalikan dirinya sendiri (kontrol diri).

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal yang masuk pada individu perilaku konsumtif yaitu lingkungan keluarga, karena lingkungan keluarga seperti orang tua akan menentukan individu tersebut dapat mengendalikan dirinya sendiri atau tidak. Oleh sebab itu, apabila keluarga yakni orang tua memperintahkan sikap disiplin kepada anaknya secara terus menerus sejak masih kecil serta orang tua dapat selalu menjalankan apa yang telah disepakati, sehingga sikap konsisten ini dapat diterapkan pada diri anak. Sehingga mereka dapat mengontrol dirinya sendiri di kemudian hari.

3. Aspek Kontrol Diri

Aspek kontrol diri menurut Averill (1973) adalah:

1. Kontrol perilaku (*behavior control*). Kontrol perilaku menunjukkan kesiapan suatu respon yang secara langsung dapat mempengaruhi atau memodifikasi keadaan yang tidak menyenangkan. Kontrol perilaku dapat dibedakan menjadi dua yaitu:
 - a. Kemampuan mengatur pelaksanaan, yaitu kemampuan individu menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan yaitu dirinya atau orang lain.
 - b. Kemampuan memodifikasi stimulus, yaitu kemampuan individu mengetahui cara dan waktu menghadapi stimulus yang tidak dikehendaki. Stimulus dapat dihadapi dengan menggunakan beberapa cara diantaranya adalah mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu diantara rangkaian stimulus yang berlangsung dan menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir serta membatasi intensinya.
2. Kontrol kognitif (*cognitive control*) kontrol kognitif menunjukkan kemampuan individu mengolah informasi yang tidak dikehendaki dengan cara menginterpretasi, menilai atau menghubungkan suatu kejadian dalam kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis. Kontrol kognitif terdiri dari dua yaitu:
 - a. Kemampuan memperoleh informasi, yaitu kemampuan individu mengantisipasi keadaan atau peristiwa baik atau buruk melalui pertimbangan yang objektif terhadap informasi yang diperoleh. Informasi

mengenai keadaan yang tidak menyenangkan dapat membantu individu untuk mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan.

- b. Kemampuan melakukan penilaian, yaitu kemampuan menilai dan menafsirkan keadaan atau peristiwa tertentu dengan memperhatikan segi-segi positif secara objektif.
3. Kontrol keputusan (*decisional control*) kontrol keputusan menunjukkan kemampuan individu menentukan hasil atau tujuan yang diinginkan. Kontrol keputusan dapat berfungsi dengan baik apabila terdapat kesempatan dan kebebasan dalam diri individu untuk memiliki berbagai kemungkinan tindakan.

C. Pengertian Produk Kecantikan

Produk kecantikan adalah bahan yang dipakai pada bagian luar tubuh dengan tujuan untuk membersihkan serta memperbaiki penampilan (Alodocter, 2022). Kecantikan akan menjadi penting apabila dinilai oleh individu lain hal ini dikarenakan terdapat harapan wanita supaya menjadi lebih cantik secara fisik, dengan kata lain wanita menjadi sensitif dengan penampilannya untuk mendapatkan penghargaan diri. Meskipun kecantikan yang sempurna pada setiap individu berbeda, seperti ada yang menginginkan warna kulit yang lebih putih, mulus dan sehat. Terdapat banyak hal yang dapat dilakukan untuk memenuhi keinginan tersebut yaitu salah satunya dengan menggunakan produk kecantikan seperti *skin care* maupun *make up*.

Penggunaan produk kecantikan pastinya perlu adanya pemikiran yang bijak agar individu dapat memilih produk yang cocok untuk digunakan individu

tersebut, karena jenis kulit dan sensitifitas individu yang berbeda-beda. Oleh karena itu pentingnya mengetahui kandungan dan komposisi dari produk kecantikan, supaya individu tersebut tidak mengalami efek sampik yang negatif atas produk tersebut. Produk kecantikan dapat membawa rasa keindahan yang berasal dari penampilan fisik yang terlihat dari luar. Seperti yang dikemukakan oleh Salim (1991), kecantikan adalah ekspresi kecantikan wajah yang biasa digunakan oleh perempuan. Kecantikan fisik khususnya pada wajah ini dianggap cukup penting untuk menjelaskan sebuah kecantikan pada perempuan. Adams (Rostamailis, 2005) mendefinisikan keindahan kecantikan sebagai keseluruhan dari dirinya sendiri. Kecantikan adalah sebagian dari tampilan *physically* yang dimiliki seorang perempuan yang pada kenyataannya kecantikan merupakan sesuatu yang mennggembirakan bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Kecantikan yang total atau *total beauty* adalah satuan dari keserasian antara paras yang menawan, pintar dan bertingkah laku baik atau sopan.

D. Pengertian Mahasiswi

Mahasiswi adalah bagian dari masa remaja akhir, remaja yang dalam bahasa aslina disebut *adolescence*, berasal dari bahasa Latin yang artinya “tumbuh untuk mencapai kematangan, istilah ini memiliki arti yang luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik” (Hurlock, 2004).

Mahasiswi secara psikologis masuk pada bagian remaja akhir yang dimana pada usia ini, mahasiswi membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosialnya, mereka masih dalam tahap pencarian jati diri, dan masih dalam keadaan emosi yang labil (Yusuf, 2008).

Pada masa tersebut, mahasiswi membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosialnya, masih dalam tahap pencarian jati diri, dan masih dalam keadaan emosi yang labil. Keadaan itu cenderung membuat kontrol diri lemah, sehingga apapun keputusan yang dilakukan termasuk keputusan membeli didominasi oleh emosi sesaat (Ririn dan Sulis, 2014).

E. Ayat Berkaitan Dengan Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Islam menjelaskan bahwa kontrol diri disebut dengan *mujahadah an nafs* yaitu perjuangan sungguh-sungguh atau jihad melawan ego atau nafsu pribadi. Kontrol diri sudah dibahas dalam Al Qur'an telah dijelaskan dalam Qs. Al Anfal ayat 72 yang berbunyi (Al-Qur'an Qomari):

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَهَاجَرُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ آوُوا وَنَصَرُوا أُولَٰئِكَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ
وَالَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يُهَاجِرُوا مَا لَكُمْ مِنْ شَيْءٍ حَتَّىٰ يُهَاجِرُوا وَإِنِ اسْتَنْصَرُوكُمْ فِي الدِّينِ فَعَلَيْكُمُ النَّصْرُ إِلَّا
عَلَىٰ قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ مِيثَاقٌ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ (8:72)

“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, mereka itu satu sama lain melindungi. Dan orang-orang beriman, tetapi belum berhijrah, maka tidak ada kewajiban sedikitpun atasmu melindungi mereka, sebelum mereka berhijrah. Jika mereka meminta pertolongan kepadamu dalam agama, maka kamu wajib memberikan pertolongan kecuali terhadap kaum yang lebih ada perjanjian antara kamu dengan mereka. Dan Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan”

Islam sangat menganjurkan setiap pemeluknya untuk bias merealisasikan atau menerapkan control diri dalam kehidupan sehari-hari. Umat manusia diwajibkan untuk berintrospeksi atas segala yang telah dilakukannya terutama tentang hubungannya dengan orang lain.

Kemajuan teknologi memberikan dampak yang sangat signifikan pada kehidupan manusia, tidak hanya dampak positif saja tetapi juga dampak negatif.

Kemudahan yang seharusnya dimanfaatkan untuk menjadi lebih maju justru membuat manusia menjadi terlena dan menimbulkan dampak negatif. Salah satu dampak yang muncul adalah perilaku konsumtif. Perilaku ini bertentangan dengan ajaran Islam dimana kita dilarang untuk berlebihan dalam mengkonsumsi sesuatu.

Hal ini tercantum dalam Al Qur'an surat Al Furqan ayat 67 yang berbunyi (Al-Qur'an Qomari):

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

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

Surat di atas sudah jelas tertulis bahwa manusia tidak diperkenankan untuk berlebihan dalam berbelanja namun tidak diperbolehkan juga untuk berlaku kikir. Keempat, di antara tanda-tanda hamba Tuhan Yang Maha Penyayang adalah bersikap sederhana dalam membelanjakan harta, baik untuk diri mereka maupun keluarga. Mereka seharusnya tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir dalam pembelanjaan itu, namun di tengah-tengah keduanya.

F. Pengaruh Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif

Kemajuan TI (teknologi informasi) pada masa sekarang sudah mengubah *lifestyle* orang-orang, contohnya seperti pada kebiasaan berbelanja. Dengan banyaknya pembeli yang menggunakan internet, akan memunculkan masalah perilaku konsumtif yang kurang tepat. Contohnya seperti seringnya terjadi pembelian yang tidak berdasarkan kebutuhan orang tersebut tetapi hanya ingin memenuhi keinginannya.

Kejadian ini dikarenakan adanya bias dari kegiatan orang lain seperti teman sebaya, gaya hidupnya dan lingkungannya (Mahdalela dalam Erlynawati, 2016). Apabila pembeli mampu mengendalikan diri ketika mereka disandingkan dengan faktor yang menimbulkan perilaku konsumtif, jadi akibat dari kecenderungan atau tanda-tanda tingkah laku konsumtif dapat dihindari. Pernyataan ini dapat di pertanggung jawabkan oleh penelitian dari Antonides (dalam Munazzah, 2016), dimana pada penelitian tersebut dinyatakan apabila kontrol diri mempunyai kedudukan yang sangat penting ketika melakukan proses pembelian produk barang, karena kontrol diri ini dapat mengontrol dan mengarahkan seseorang ketika melakukan hal yang baik dan bijaksana ketika berbelanja.

Penelitian mengenai perilaku konsumtif lebih tepat dilakukan pada perempuan yang saat ini masih mengutamakan bagian dari emosinya untuk berpenampilan apabila dibandingkan dengan laki-laki yang kurang memperhatikan penampilan fisik (Utami dan Sumaryono, 2008). Wanita cenderung lebih memperdulikan penampilan seperti perawatan wajah yaitu dengan menggunakan produk kecantikan. Produk kecantikan merupakan salah satu hal terpenting bagi wanita, karena dengan menggunakan produk kecantikan wanita dapat lebih percaya

diri. Berpenampilan cantik adalah salah satu yang diinginkan oleh setiap wanita, kebanyakan wanita umumnya mempunyai keinginan tampil cantik, meskipun setiap daerah memiliki penilaian yang berbeda mengenai kecantikan. Oleh karena itu dapat dilihat bahwa kecantikan adalah sesuatu yang tidak dapat diukur dan memiliki standar yang berbeda-beda (Santrock, 2003). Dengan banyaknya konsumen dibidang kecantikan maka berbagai produk kecantikan pun mulai memproduksi berbagai produk kecantikkan.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan apabila *self-control* mempunyai kedudukan yang penting terhadap perilaku konsumtif. Jadi dapat di simpulkan, adanya pengaruh antara *self-control* dengan perilaku konsumtif.

G. Hipotesis penelitian

Hipotesis penelitian ialah dugaan jawaban yang bersifat sementara dan perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis pada penelitian ini yaitu:

Ha : adanya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi.

Ho : tidak ada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian memaparkan mengenai desain maupun rancangan penelitian yang berisi tentang; populasi, sampel, dan instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian. Penelitian yang akan digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan diawal penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesa melalui beberapa data yang didapatkan yang mengacu pada teori dan konsep-konsep terdahulu. Pendekatan kuantitatif pada penelitian biasanya menggunakan pendekatan deduktif induktif berdasarkan pada gagasan para ahli, kerangka teori, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pada pengalaman pribadi sehingga selanjutnya dapat dilakukan pengembangan pada permasalahan juga pemecahan masalah yang dapat di kemukakan guna mendapat kebenaran dalam bentuk dukungan data empiris yang didapat dari lapangan.

B. Jenis Penelitian

Peneliti pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian korelasi. Korelasi sebagai sebuah bentuk penelitian yang dilakukan guna mengungkap ada atau tidak ada hubungan maupun pengaruh antar dua variabel atau lebih. Penelitian korelasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu jenis korelasi sejajar dan jenis korelasi sebab akibat yang dimaksud dengan korelasi sejajar ialah kondisi sebab akibat.

Peneliti akan melakukan penelitian menggunakan jenis penelitian korelasi yang dimaksud dengan korelasi sejajar ialah kondisi dimana tidak terdapat hubungan sebab akibat antara variabel pertama dan variabel kedua. Sedangkan yang dimaksud dengan korelasi sebab akibat ialah dimana variabel pertama berpengaruh terhadap variabel kedua, namun selanjutnya akan dipaparkan alasan mengenai adanya hubungan antar keduanya. Sedangkan yang dimaksud dengan korelasi sebab akibat ialah situasi dimana variabel pertama berpengaruh terhadap variabel kedua, sehingga korelasi ini seringkali disebut dengan penelitian berpengaruh (Arikunto, 2006). Oleh sebab itu, maka peneliti memutuskan menggunakan jenis penelitian korelasi sebab akibat pada penelitian ini.

C. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk apapun yang sudah ditetapkan oleh peneliti sehingga dapat dipelajari dan memperoleh informasi mengenai hal tersebut, (Sugiyono, 2015). Penelitian dengan judul “Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi”. Memiliki dua variabel, dengan satu variabel X (variabel bebas) dan satu variabel Y (variabel terikat).

1. Variabel bebas atau X (*independent variable*)

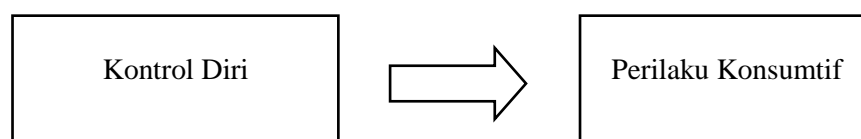
Variabel bebas diartikan sebagai suatu variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab dari perubahan maupun munculnya variabel terikat. Variabel X pada penelitian ini ialah “Kontrol Diri”. *Variable X* tersebut menjadi indikator ada atau tidaknya pengaruh terhadap tingkat Perilaku Konsumtif pada subjek penelitian.

2. Variabel Terikat atau Y (*Dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi faktor utama yang dipengaruhi oleh beberapa faktor dan merupakan variabel yang akan dijelaskan maupun diprediksi. variabel Y pada penelitian ini adalah “Perilaku Konsumtif”. Variabel Y disini menjadi variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Keterkaitan antar kedua variabel pada rancangan penelitian ini ialah sebagaimana berikut:

Gambar 3.1 Rancangan Penelitian



D. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu suatu pengertian tentang variabel yang sudah dirumuskan atas dasar karakteristik variabel yang bisa diamati. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah skor total dari hasil pengukuran pengisian instrument sikap konsumtif. Skala disusun mengacu pada aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) dan telah disesuaikan dengan sasaran penelitian. Aspek-aspek perilaku konsumtif tersebut antara lain Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*), Pembelian Tidak Rasional (*Non-rational Buying*) dan Pemborosan (*Wasteful Buying*).

2. Kontrol diri

Kontrol diri merupakan skor total dari hasil pengukuran pengisian instrument skala kontrol diri. Skala disusun mengacu pada aspek-aspek perilaku kontrol diri yang dikemukakan oleh (Averill, 1973) dan telah disesuaikan dengan sasaran penelitian. Aspek-aspek kontrol diri antara lain Kontrol Perilaku, Kontrol Kognitif, Kontrol Keputusan.

E. Populasi dan sampel penelitian

a. Populasi penelitian

Populasi adalah area generalisasi atas objek maupun subjek dengan kualitas serta karakteristik tertentu sesuai dengan yang diharapkan atau ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari sehingga dapat ditarik kesimpulan. Arikunto, 2006 berpendapat bahwa populasi ialah kesemua dari subjek penelitian. Sehingga dapat diketahui bahwa populasi pada penelitian ini adalah mahasiswi fakultas psikologi UIN Malang angkatan 2018, 2019, 2020, 2021 berjenis kelamin perempuan yang sedang atau pernah melakukan kegiatan belanja *online* produk kecantikan. Jumlah populasi fakultas psikologi UIN Malang saat ini adalah 893 mahasiswa.

b. Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri yang sama dengan populasi. Sampel digunakan dalam penelitian karena besarnya populasi sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk meneliti keseluruhan populasi (Sangadji & Sopiah, 2010). Dalam menentukan sampel penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling*. Teknik *non probability sampling* digunakan dikarenakan tidak keseluruhan mahasiswi Fakultas Psikologi dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini. *Purposive sampling* adalah teknik *non probability sampling* yang melibatkan pembuatan kisi-kisi atau batas-batas tertentu berdasarkan pada ciri-ciri subjek yang dijadikan sampel. Sehingga jika peneliti ingin menggunakan metode ini maka peneliti harus membuat kriteria siapa yang harus menjadi sampel penelitian (Sangadji & Sophia, 2010). Arikunto (2006 :

112) apabila subyek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua, sedangkan untuk subyek yang lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Malang saat ini berjumlah 893 mahasiswa dari angkatan 2018, 2019, 2020, 2021. Untuk menemukan sampel dalam penelitian ini dari jumlah populasi tersebut diambil 10% dari populasi sehingga jumlahnya adalah $10\% \times 893 \text{ mahasiswa} = 89 \text{ mahasiswa}$. Maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 89 subyek. Data tersebut diambil dari masing-masing angkatan. Oleh karena itu, kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa UIN Malang Fakultas Psikologi yang aktif
2. Berjenis kelamin perempuan
3. Pernah atau sedang melakukan belanja *online* produk kecantikan.

Tabel 3.1
Sampel mahasiswa Psikologi

No.	Angkatan	Jumlah mahasiswa	Presentase	Sampel
1.	2018	194	10%	19
2.	2019	210	10%	21
3.	2020	254	10%	25
4.	2021	235	10%	24
	Jumlah			89

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan serangkaian cara yang digunakan guna mendapatkan data yang dibutuhkan dalam melakukan suatu penelitian dengan memanfaatkan suatu alat tertentu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode jenis skala tertutup secara langsung, yang berarti skala akan disampaikan secara langsung pada responden tanpa melalui perantara atau orang lain serta memberi kesempatan pada responden agar memilih alternatif jawaban yang telah disediakan. Skala ini disebarakan menggunakan Google Formulir. Data yang diperoleh melalui penyebaran skala tersebut meliputi data tentang skala pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

Format penskalaan yang dipilih ialah model Skala Likert disusun dengan menggunakan 4 jenjang nilai, yaitu STS (sangat tidak setuju), TS (tidak setuju), S (setuju), SS (sangat setuju) (Azwar, 1997 dalam Munazzah, 2016).

Tabel 3.2
Skor Skala Likert

Jawaban	Favourable	Unfavourable
Sangat setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

G. Instrumen Pengumpulan Data

a) Skala kontrol diri

Skala ini bertujuan untuk mengukur tingkat kontrol diri pada mahasiswi yang memiliki 3 aspek yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, kontrol keputusan. Peneliti mengadaptasi alat ukur skala kontrol diri untuk mengukur tingkat kontrol diri dari aspek yang dikemukakan oleh Averill, 1973 (dalam Diani Tiona, 2019).

Tabel 3.3
Blue Print Kontrol Diri

No.	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			Favo	Unfavo	
1.	Kontrol perilaku	1.mengendalikan keinginan dalam diri	1		5
		2.mengendalikan situasi di luar dirinya		2,3	

2.		3.dapat mengendalikan situasi	4,5		
3.	Kontrol kognitif	1.menilai keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif secara objektif	7,8	6	7
		2.mengantisipasi keadaan yang tidak menyenangkan		9,10,11,12	
	Kontrol dalam mengambil keputusan	1.memilih tindakan berdasarkan apa yang di yakini	13	14,15	7
		2.menentukan pilihan sebelum bertindak	16,17,18	19	
Total					19

b) Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini bertujuan untuk mengukur tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswi, dimana terdapat 3 aspek menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1994) dalam Indri Anggraini (2019) yaitu: *impulsive buying*, *non rational buying*, *wasteful buying*. Skala perilaku konsumtif ini terdapat 30 item yang disusun berdasarkan 3 aspek-aspeknya. Nilai total keseluruhan

yang diperoleh dari skala ini akan menunjukkan tingkat perilaku konsumtif yang dimiliki oleh mahasiswa.

Tabel 3.4

Blue Print Variabel Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			Favo	Unfavo	
1.	Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	Membeli produk secara tiba-tiba	1,2,3,8,9	4,5,6,7,10	10
	Pembelian Non Rasional (<i>Non Rational Buying</i>)	Mengutamakan perasaan gengsi daripada kebutuhan	11,12,16,17,18	13,14,15,19,20	10
	Pemborosan (<i>Wasteful Buying</i>)	Menghamburkan uang karena tidak dapat menentukan skala prioritas	23, 24, 25, 28,29	21, 22, 26, 27, 30	10
Total					30

H. Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur aspek-aspek dalam penelitian dan dapat dipercaya konsistensinya, maka akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap alat ukur tersebut.

a) Uji Validitas

Validitas diartikan sebagai suatu ukuran, yaitu sejauh mana pengujian dapat mengukur atribut yang mestinya diukur (Azwar, 2011). Untuk mengetahui validitas pada aitem, maka pada penelitian ini melakukan uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment* dari Pearson dengan bantuan program SPSS *versi 16.0 for windows*. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas pada instrumen penelitian ini, peneliti menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagaimana berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\{N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisiensi korelasi *product moment*

N : Jumlah subjek

Σx : Skor aitem

Σy : Skor total

Dimana r_{xy} menunjukkan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan, yang mengandung tiga makna yaitu tidak adanya korelasi, arah korelasi dan besarnya korelasi. Pada penelitian ini dapat dikatakan valid apabila memiliki koefisiensi validitas diatas 0,30 (Azwar, 2011).

Berikut adalah hasil uji coba instrumen kontrol diri yang dilakukan terhadap 41 subjek.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Kontrol Diri

No	Koefisien Korelasi	No	Koefisien Korelasi
1	,819"	11	,710"
2	,474"	12	,691"
3	,494"	13	,819"
4	,802"	14	,049"
5	,796"	15	,661"
6	,178"	16	,581"
7	,830"	17	,644"
8	,817"	18	-,274"
9	,729"	19	,049"
10	-,131"		

Berdasarkan hasil analisis pengukuran skala kontrol diri oleh 41 mahasiswi yang mengisi menunjukkan bahwa dari 19 aitem yang telah di ujikan, mendapatkan 14 aitem yang baik dan 5 aitem yang gugur. Pada 5 aitem yang mendapatkan nilai koefisien dibawah 0,3 tidak digunakan.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Perilaku Konsumtif

No	Koefisien Korelasi	No	Koefisien Korelasi
1	,668"	16	,659"
2	,763"	17	,413"
3	,213"	18	,683"
4	,676"	19	,679"
5	,385"	20	,697"
6	,809"	21	,747"
7	,564"	22	,627"
8	,589"	23	,638"
9	,545"	24	,719"
10	,839"	25	,446"
11	,483"	26	,753"
12	,623"	27	,698"
13	,581"	28	,722"
14	,605"	29	,711"
15	,756"	30	,644"

Berdasarkan hasil analisis pengukuran skala perilaku konsumtif oleh 41 mahasiswi yang mengisi menunjukkan bahwa dari 30 aitem terdapat 1 aitem yang gugur, pada 1 aitem gugur tersebut memiliki nilai dibawah 0,3 dimana aitem tersebut tidak digunakan.

b) Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator sejauhmana hasil dari pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran yang dapat dipercaya akan menunjukkan hasil pada kelompok subjek yang sama dengan hasil yang relatif sama pada pengukuran yang dilakukan secara berkali-kali, selama aspek dalam diri subjek belum terdapat perubahan (Azwar, 2009). Adapun formula yang menggunakan rumusan alpha, sebagaimana berikut:

$$a = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_b^2} \right]$$

Keterangan :

a : Reliabilitas

n : Banyaknya aitem

$\sum \sigma_b^2$: Varians skor tiap tiap aitem

σ_b^2 : Varians skor total

Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas (a) yang angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai dengan 1,00 semakin tinggi koefisiensi reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas, sebaliknya yang semakin rendah mendekati angka 0 berarti reliabilitasnya rendah (Azwar, 2009).

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrument Kontrol Diri

Cronbach's Alpha	N of items
.880	19

Berdasarkan tabel 3.6 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,880, hal ini berarti 0,880 lebih besar dari 0,6 sehingga instrumen ini dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat digunakan sebagai instrument pengumpulan untuk pengumpulan data.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif

Cronbach's Alpha	N of items
.954	30

Berdasarkan tabel 3.7 hasil uji reliabilitas dari instrument kebahagiaan menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,954 hal ini berarti 0,954 lebih besar dari 0,6 sehingga instrumen ini dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat digunakan sebagai instrument pengumpulan untuk pengumpulan data.

I. Analisis Data

1. Uji Deskriptif

Uji deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standard deviasi pada masing-masing variable. Hasil perhitungan skor hipotetik tersebut hal yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan pengelompokan menjadi tiga kategori. Kategorisasi dilakukan dengan menggunakan norma sebagai berikut:

Tabel 3.8 Norma Kategorisasi

Kategorisasi	Norma
Rendah	$X \leq (M - 1SD)$
Sedang	$(M - 1SD) < X \leq (M + 1SD)$
Tinggi	$X > (M + 1SD)$

2. Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan diolah berdistribusi normal atau tidak. Dalam melakukan uji normalitas digunakan system SPSS (*Statistic Produk And Service Solution*) 16.0 for windows. Ketika data yang didistribusikan normal, maka analistis statistic yang digunakan korelasi pearson.

Jika $p > 0,05$ maka signifikan

Jika $p < 0,05$ maka tidak signifikan

3. Uji Linieritas

Uji statistik dengan teknik analisis regresi dapat dilakukan apabila data yang diolah memenuhi uji asumsi linieritas. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan system SPSS, apabila hasil signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya normalitas data terpenuhi (Rangkuti & Wahyuni, 2017).

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana. Cara yang digunakan untuk mengetahui hal tersebut adalah dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig), jika nilaiSig. < 0.05 artinya hipotesis diterima. Maka artinya kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang adalah lembaga pendidikan yang berada di bawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia dan secara fungsional akademik berada di bawah pengawasan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia. Program Studi Psikologi pertama kali di selenggarakan pada tahun 1999 berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Binbaga Islam No E/138/1999. Fakultas Psikologi bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki wawasan integrasi teori Islam dan Barat yang luas, memiliki motivasi yang tinggi untuk mengembangkan keilmuan psikologi serta dapat mengaplikasikan ilmu yang dimiliki di lingkungan masyarakat.

2. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian ini dilakukan pada bulan April dan pengambilan data dilakukan pada tanggal 13-21 tahun 2022.

3. Jumlah Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam hal ini adalah mahasiswi aktif Fakultas Psikologi angkatan 2018, 2019, 2020 dan 2021. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 89 dari total 894 populasi.

4. Prosedur Pengambilan Data

Data-data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner mengenai pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi dengan kriteria yang sudah ditentukan dan mendapatkan responden sebanyak 89 orang. Kedua kuesioner tersebut disebar dalam satu *googleform* secara bersamaan dengan cara menghubungi secara personal masing-masing subjek melalui aplikasi *whatsapp*. Dalam penyebaran skala ini juga peneliti mendapatkan bantuan dari teman-teman yang berbeda angkatan untuk menyebarkan link skala penelitian.

5. Hambatan-hambatan

Kondisi pandemi yang masih berlangsung saat pengambilan data sangat sulit untuk dilakukan secara langsung. Karena dilakukan secara *online*, maka peneliti menyaring data dengan memastikan setiap subjek penelitian mahasiswa psikologi UIN Malang berjenis kelamin perempuan dan pernah atau sedang berbelanja *online* produk kecantikan yang didapatkan dengan teliti agar menghasilkan data yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Hambatan lain juga dilakukan ketika penelitian berlangsung, karena saat penyebaran skala pada grub angkatan kurang diperhatikan dan hanya beberapa orang yang mengisi skala tersebut. Sehingga yang menjadikan solusi agar bisa mengisi yang sesuai dengan kriteria yaitu dengan cara *chat* personal.

B. Hasil Penelitian

1. Tingkat Kontrol Diri Belanja Onlien Produk Kecantikan Pada Mahasiswi

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, diperoleh deskripsi statistik data penelitian dari masing-masing variabel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji deskriptif. Terdapat beberapa tahapan atau langkah dalam melakukan analisa dengan bantuan SPSS *versi 16.0 for windows*. Dari tahapan ini peneliti memperoleh nilai mean dan standart deviasi masing-masing variabel. Tahapan selanjutnya adalah dari hasil ini peneliti dapat melakukan pengelompokan menjadi tiga kategori yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Hasil perhitungan tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

Dalam analisis data kontrol diri, berikut ini dipaparkan gambaran tingkat kontrol diri:

- a. Menghitung mean empiric dan standart deviasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Destriptif

Descriptive Statistics

Skala	Min	Max	Mean	Std.Deviasi
Kontrol Diri	14	55	34.06	9.245

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa pada skala Kontrol Diri yang digunakan untuk menghitung tingkat kontrol diri mahasiswi Fakultas Psikologi Uin Malang memiliki nilai mean (M) sebesar 34.06 dan standar deviasi (SD) sebesar 9.245.

- b. Kategorisasi

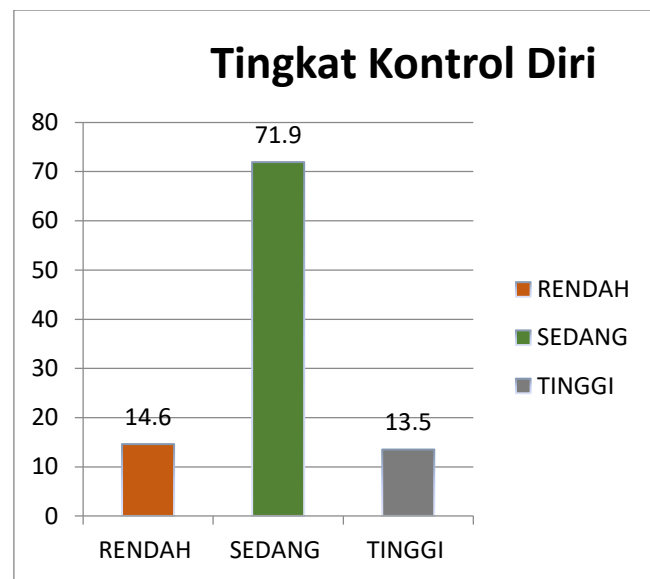
Dalam menganalisis tingkat kontrol diri masing-masing subjek penelitian, berikut adalah kategori, kriteria, frekuensi dan presentasi dari data kontrol diri.

Tabel 4.2 Kategorisasi Data Kontrol Diri

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Presentasi
RENDAH	$X \leq 25$	13	14.6%
SEDANG	$25 < X \leq 43$	64	71.9%
TINGGI	$X > 43$	12	13.5%

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 89 orang subjek penelitian, terdapat 13 orang subjek yang memiliki tingkat kontrol diri yang rendah, 64 orang yang sedang, dan 12 orang lainnya memiliki kecenderungan yang tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang memiliki kontrol diri yang sedang.

Gambar 4.1 Tingkat Kontrol Diri



2. Tingkat Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Produk Kecantikan Pada Mahasiswi

Analisa data perilaku konsumtif, peneliti menggunakan SPSS *versi 16.0 for windows* dan mendapatkan gambaran tingkat perilaku konsumtif sebagai berikut:

- a. Menghitung *mean empiric* dan *standart deviasi*

Tabel 4.3 Hasil Uji Coba

Descriptive Statistics

Skala	Min	Max	Mean	Std.Deviasi
P.Konsumtif	29	106	55.978	17.808

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa pada skala Perilaku Konsumtif yang digunakan untuk mengetahui perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang memiliki nilai mean (M) sebesar 55.978 dan standar deviasi (SD) sebesar 17.808.

b. Kategorisasi

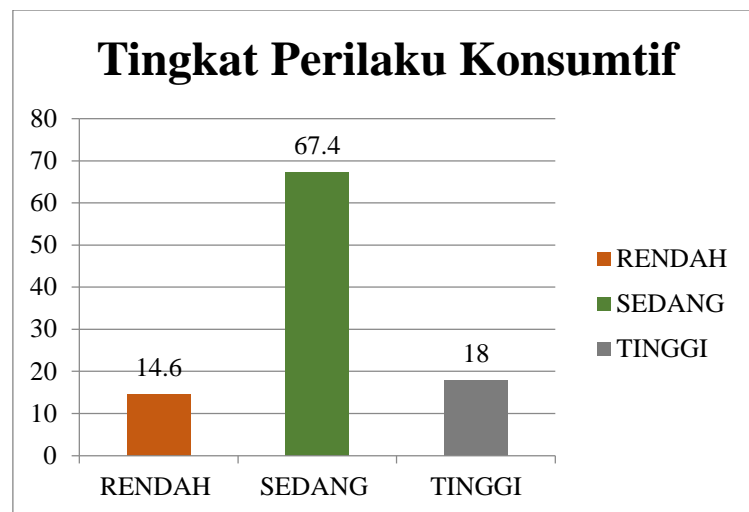
Analisis tingkat perilaku konsumtif pada masing-masing subjek penelitian, berikut adalah kategori, kriteria, frekuensi dan persentasinya.

Tabel 4.3 Kategorisasi Data Perilaku Konsumtif

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persentase
RENDAH	$X \leq 38$	13	14.6%
SEDANG	$38 < X \leq 74$	60	67.4%
TINGGI	$X > 74$	16	18.0%

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Malang memiliki tingkat perilaku konsumtif yang sedang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil kategori sedang sebesar 67.4% atau sebanyak 60 orang. Mahasiswa yang memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi sebanyak 18.0% dengan frekuensi sebanyak 16 orang, diikuti dengan 14.6% dengan jumlah 13 mahasiswa dengan tingkat perilaku konsumtif yang rendah.

Gambar 4.2 Tingkat Perilaku Konsumtif



3. Pengaruh Kontrol diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Kecantikan Pada Mahasiswi

Uji hipotesis dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil uji normalitas dan linieritas, berikut adalah hasil uji normalitas :

a. Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data yang akan diuji. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov, jika signifikansi yang diperoleh adalah $p > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal, namun jika nilai $p < 0.05$ maka data tidak terdistribusi secara normal. Berikut adalah tabel hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	15.68815613
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		.851
Asymp. Sig. (2-tailed)		.463

Berdasarkan hasil uji normalitas tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah 0.463 hal ini menunjukkan bahwa $0.463 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa yang diambil telah terdistribusi dengan normal. Apabila nilai signifikansi < 0.05 maka dapat dikatakan data tidak terdistribusi dengan normal. Selanjutnya yaitu peneliti melakukan uji linieritas berikut adalah hasilnya:

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linear atau tidaknya hubungan antar variable bebas dengan variable terikat. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linier apabila nilai signifikansinya > 0.05 begitu juga sebaliknya dua variable dikatakan tidak memiliki hubungan yang linear apabila nilai signifikansinya < 0.05 . berikut ini adalah hasil uji linearitas yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS *versi 16.0 for windows*.

Tabel 4.5 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
P.KONSU MTIF * KONTROL .DIRI	Between Groups	(Combined)	16004.422	30	533.481	2.599	.001
		Linearity	6249.550	1	6249.550	30.451	.000
		Deviation from Linearity	9754.872	29	336.375	1.639	.055
	Within Groups		11903.533	58	205.233		
Total			27907.955	88			

Berdasarkan hasil uji linearitas tersebut diketahui bahwa nilai *sig.deviation from linearity* 0.055. Hal ini berarti terdapat hubungan yang linear antara variable bebas yaitu kontrol diri (X) dengan variable terikat yaitu perilaku konsumtif (Y).

Dari hasil tersebut, akan dilakukan analisis untuk mengetahui apakah hipotesis dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Berikut adalah hasil dari uji hipotesisnya:

c. Uji Hipotesis

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Malang. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi sederhana dengan bantuan program SPSS *versi 16.0 for windows*. Berikut adalah tabel hasil uji hipotesis dalam penelitian ini.

Tabel 4.6 Hasil Uji Hipotesis

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.473 ^a	.224	.215	15.778

Berdasarkan tabel 4.6 model summary uji regresi linear sederhana di atas dapat disimpulkan besarnya nilai korelasi atau hubungan yaitu 0.473. dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0.224, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variable bebas (kontrol diri) terhadap variable terikat (perilaku konsumtif) adalah sebesar 22,4%. Sehingga hipotesis penelitian yang diajukan diterima untuk mengetahui besarnya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja online produk kecantikan pada mahasiswa.

C. Pembahasan

Berdasarkan uraian penjelasan peneliti di atas, berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut bagaimana pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja online produk kecantikan pada mahasiswi.

1. Tingkat Kontrol Diri

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa tingkat kontrol diri pada kategori tinggi sejumlah 13.5% dengan frekuensi sebanyak 12 orang, 64 orang berada pada kategori sedang atau sekitar 71.9% serta 13 orang atau 14.6% berada pada kategori rendah. Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat kontrol diri pada mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang mayoritas berada pada kategori sedang karena memiliki presentasi yang lebih tinggi yaitu 71.9% artinya mahasiswi yang menunjukkan sedangnya kontrol diri adalah mereka cenderung dapat memilih apa yang harus mereka beli dahulu, yaitu membeli kebutuhan dahulu dan menyampingkan keinginan mereka. Mereka cenderung memikirkan terlebih dahulu konsekuensi yang didapatkan sebelum membeli barang yang diinginkan. Jika produk tersebut dirasa tidak terlalu penting untuk dimiliki mahasiswi cenderung untuk menunda membeli suatu produk kecantikan walaupun mereka sangat menginginkannya. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa mahasiswi juga terkadang mudah terlena oleh tawaran-tawaran yang diberikan pada platform jual beli karena terdapat banyak diskon dan promo pada platform tersebut. Menurut Skinner (dalam Alwisol, 2004) kontrol diri dapat dijalankan dengan jalan menganalisis tingkah laku berdasarkan hubungan sebab dan akibat, dimana sebab-sebab itu sendiri bersifat teratur dan berubah-ubah, dan tujuan kita ialah mengendalikannya. Kontrol diri merupakan kestabilan dalam penyusunan

karakteristik yang juga menghubungkan kecenderungan individu dalam bertindak sesuai dengan sikap mereka (Snyder, 2001).

Dapat dilihat bahwa hasil analisis deskripsi responden pada penelitian ini sebanyak 89 responden, dimana kriterianya yaitu mahasiswi aktif Fakultas Psikologi UIN Malang angkatan 2018, 2019, 2020 dan 2021. Penelitian Anggreini & Mariyanti (2014) mengemukakan bahwa tingkatan dalam kontrol diri terdapat tiga yaitu kontrol diri kuat, sedang dan lemah, mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang lemah yaitu mahasiswi yang tidak bisa mengendalikan emosi pada diri mereka sendiri, tidak bisa mencegah atau menjahui ketika dihadapkan dengan stimulus yang tidak diinginkan dan membuat keputusan berdasarkan emosi sesaat. Mahasiswi yang memiliki kontrol diri kuat yaitu mahasiswi yang dapat mengelola situasi, emosi, perilaku dan bertindak rasional, dengan demikian mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang kuat meskipun dihadapkan dengan stimulus berupa produk kecantikan yang bermerek atau menarik, mereka tidak akan tergoda dengan produk kecantikan tersebut. Sedangkan yang termasuk dalam kategori sedang adalah mahasiswi yang mendapatkan stimulus yang tidak menyenangkan atau tidak diinginkan namun dapat menghadapi masalah tersebut.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pada mahasiswi Fakultas Psikologi sudah cukup mampu mengontrol dirinya sendiri dalam berbelanja *online* produk kecantikan, dibuktikan dari hasil penelitian yang menghasilkan bahwa tingkat kontrol diri pada mahasiswi masuk pada kategori sedang dengan frekuensi sebesar 64 serta presentasi 71,9%. Berdasarkan hasil tersebut meskipun di tengah situasi pandemi yang kebanyakan mahasiswi melakukan kegiatan belanja secara *online*, mahasiswi tetap memiliki kontrol diri belanja *online* produk kecantikan meskipun berada pada kategori sedang.

2. Tingkat Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang memiliki tingkat perilaku konsumtif sedang yang artinya mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang berperilaku konsumtif sedang cenderung tinggi. Hal ini dibuktikan dengan presentasi sebesar 67.4% berada pada kategori sedang, 14.6% berada pada kategori rendah dan 18.0% berada pada kategori tinggi. Sehingga dapat disimpulkan rata-rata dari 89 mahasiswi yang sudah diteliti memiliki perilaku konsumtif yang sedang hingga tinggi, ini berarti mahasiswi dalam penelitian ini masih cenderung berbelanja secara berlebihan tanpa memperhitungkan konsekuensinya. Adapun bentuk perilaku konsumtif yang tinggi adalah jika mereka sering membeli produk kecantikan yang tidak sesuai kebutuhan, secara tiba-tiba membeli karena alasan terdapat promo atau diskon.

Mahasiswi yang memiliki perilaku konsumtif yang rendah dapat terlihat dari perilaku mereka yang membeli barang atau sesuatu dengan kebutuhan. Selalu memikirkan produk apa saja yang akan dibeli nantinya atau hanya membeli produk sesuai dengan daftar belanjaan yang telah dibuat.

Berdasarkan paparan diatas perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang terbilang sedang, hal tersebut berarti perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang yang mengacu pada aspek dan faktor terkait tersebut bisa diseimbangkan dengan kebutuhan maupun kontrol diri mahasiswi sehingga tidak menimbulkan pembelian yang tidak terencana, pembelian tidak rasional dan pemborosan yang berlebihan.

3. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Produk Kecantikan pada Mahasiswi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi. Pembahasan pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi yang menggunakan program SPSS *versi 16.0 for windows* menunjukkan berdasarkan signifikansi <0.05 , dapat dinyatakan kontrol diri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang karena tingkat signifikansi berada pada taraf 0.055 dengan $R^2 = 0.224$ yang artinya kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang sebesar 22.4%. Artinya semakin tinggi kontrol diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya, begitu pula sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Hal ini tentu harus dimiliki oleh semua individu agar mereka dapat mengendalikan dirinya sendiri dari perilaku yang berlebihan.

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian lain mengenai hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011 yang dikemukakan oleh (Chita, dkk, 2015), mengatakan bahwa terdapat hubungan antara dukungan *self control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011.

Secara mayoritas responden cenderung memiliki tingkat kontrol diri yang sedang sebesar 71.9%, hal ini dapat disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri yang harus dimiliki oleh mahasiswa dalam belanja online produk kecantikan menurut Ghufron dan Risnawita (2016), seperti faktor internal (usia) dan faktor eksternal (keluarga). Hasil penelitian ini juga mendapatkan bahwa responden cenderung memiliki tingkat perilaku konsumtif yang sedang sebesar 67.4%, hal ini dapat disebabkan oleh faktor-faktor perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif dapat muncul di kalangan mahasiswa dalam belanja online produk kecantikan disebabkan oleh dua hal yaitu faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi serta keluarga.

Selain itu anjuran untuk mengontrol diri juga terdapat dalam ajaran agama Islam. Dalam Islam, kontrol diri adalah bagian dari kesabaran bahkan tergolong pada tingkatan yang paling tinggi di antara bentuk kesabaran lainnya. Menurut Ibnul Qoyyim Al-Jauziyah derajat kesabaran yang paling berat adalah menjahui larangan yang umumnya merupakan sesuatu yang digemari, dalam hal ini seseorang bersabar meninggalkan kesenangan sementara di dunia demi kesenangan di masa mendatang di negeri akhirat (Al-Jauziyah, 2006). Terkait hal ini Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an:

“Hai kaumku, sesungguhnya kehidupan dunia ini, hanyalah kesenangan (sementara), dan sesungguhnya akhirat itulah negeri yang kekal” (QS. Al-Mukmin: 39).

Dalam ayat tersebut, Allah SWT menekankan pada manusia bahwa kesenangan dunia apapun bentuknya bersifat sementara dan bagi orang-orang yang

mengerjakan kebaikan dan menahan diri dari mengerjakan kejahatan akan diberi balasan yang bersifat abadi dan lebih besar dari kemewahan di dunia kelak di akhirat nanti. Realisasi dari pemenuhan kebutuhan itu pun harus dengan mengontrol diri agar tidak berlebihan (Ragwan, Mohsen 2017).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Produk Kecantikan Pada Mahasiswi sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kontrol diri belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi Fakultas Psikologi UIN Malang mayoritas berada pada kategori sedang yaitu dengan presentase 71.9%.
2. Hasil penelitian menunjukkan tingkat perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi Fakultas Psikologi berada pada kategori sedang dengan presentase sebesar 67.4%.
3. Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi Fakultas Psikologi. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.224, yang berarti bahwa kontrol diri memiliki pengaruh sebesar 22.4% terhadap perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswi

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi diri bagi para mahasiswi. Perlu adanya daftar prioritas kebutuhan dari masing-masing mahasiswi dalam mengontrol dirinya. Serta, faktor lingkungan seperti orang tua, dosen dan mahasiswi lain sebagai upaya dalam meningkatkan dan kontrol diri dalam melakukan belanja *online* produk kecantikan. Subjek dari penelitian ini diharapkan untuk mampu mempertahankan kontrol dirinya agar dapat mengendalikan perilaku belanja *online* produk kecantikan. Bagi subjek dengan kecenderungan perilaku konsumtif yang tinggi diharapkan mampu melatih dan meningkatkan kontrol dirinya agar dapat mengendalikan kecenderungan berperilaku konsumtif. Hal ini perlu dilakukan untuk melatih kontrol diri pada mahasiswi dalam mengendalikan perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikannya.

2. Peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, memang terdapat pengaruh antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Namun hasil penelitian ini masih belum bisa untuk menjawab ragamnya gaya hidup setiap individu yang berbeda-beda. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan mencoba meneliti variable perilaku konsumtif dengan variable-variabel yang lain seperti konformitas, harga diri, citra diri dan lain sebagainya. Sehingga dapat menambah wawasan kepada masyarakat luas serta memberi sumbangsih dalam bidang keilmuan psikologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal*.
- Haryana, R. D. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping (Vol. 16). Surabaya: Equilibrium: *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*.
- Insani, L. N. (2017). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa*.
- Maryam, D. (2016). *Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi UIN Maliki Malang Angkatan 2013*.
- Prahmadhani, D. T. (2007). *Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk Skin Care Tentang Kecantikan*.
- Putri, A. (2018). Perkembangan Penggunaan Produk Kosmetik di Indonesia, 2016 (Vol. 7). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*.
- 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 (Vol. 1). *Jurnal Kognisia*.
- Syarastany, M. Y. (2021). *Pengaruh Kontrol Diri dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna Shopee*.
- Tiona, D. (n.d.). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa*.
- Juliansyah, N. (2011). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Abdullah, D. C. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian. *jurnal spirits*.
- Agung, Y. R., Fu'ady, M. A., & Mukhlis, A. (2015). Best Practice in Research Report. *Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Psikologi*. Malang: Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim .
- Ancok, & Suroso. (2001). Psikologi Islami. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anggraini, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal*.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 3, No. 02, hal 126 - 129.
- Chrisnawati, D. &. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian. *jurnal spirits*.
- Haryana, R. D. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping (Vol. 16). Surabaya: Equilibrium: *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*.
- Insani, L. N. (2017). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa*.
- Jalaludin. (2001). Psikologi Agama. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Juliansyah, N. (2011). Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Karya Ilmiah. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mardalis. (2003). Metode Penelitian; Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: Bumi Aksara, Ke-3, hal. 53.
- Maryam, D. (2016). *Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi UIN Maliki Malang Angkatan 2013*.

- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 4, No. 2, hal.123 - 136.
- Prahmadhani, D. T. (2007). *Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk Skin Care Tentang Kecantikan*.
- Putri, A. (2018). Perkembangan Penggunaan Produk Kosmetik di Indonesia, 2016 (Vol. 7). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*.
- 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 (Vol. 1). *Jurnal Kognisia*.
- Suharsimi, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Syarastany, M. Y. (2021). *Pengaruh Kontrol Diri dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna Shopee*.
- Tiona , D. (n.d.). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa*.
- <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/36594-konferensi-penyiaran-indonesia-2022-demokratisasi-informasi-harus-berbasis-etika-moral-danpancasila#:~:text=Mengutip%20data%20yang%20dirilis%20we,jam%2036%20menit%20per%20hari>.
- KBRI Tokyo, (2021). *Laporan Analisis Intelijen Bisnis*.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Instrument Penelitian

A. Skala Kontrol Diri

Petunjuk pengisian

Terdapat sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan diri anda, anda diminta untuk memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda sendiri, dengan ketentuan sebagai berikut:

1= Sangat Setuju

2= Setuju

3= Tidak Setuju

4= Sangat Tidak Setuju

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya hanya membeli barang yang dibutuhkan				
2.	Saya kehabisan uang bulanan untuk keperluan yang tidak jelas				
3.	Saya membeli barang-barang tanpa perencanaan sebelumnya				
4.	Saya mencatat seluruh pengeluaran setiap hari				
5.	Saya saat senang, saya mampu menahan diri untuk berbelanja				

6.	Saya sulit menahan diri ketika berbelanja				
7.	Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli sesuatu				
8.	Saya memikirkan akibat dari apa yang akan saya lakukan				
9.	Saya sulit menahan keinginan untuk membeli barang-barang menarik yang saya lihat di internet				
10.	Saya melakukan setiap tindakan tanpa mempertimbangkannya				
11.	Saya mudah mengikuti ajakan teman untuk membolos kuliah				
12.	Saya berpikiran negatif terhadap orang lain				
13.	Saya mampu memilih yang baik dan buruk bagi saya				
14.	Saya lebih memilih untuk mengerjakan tugas dari pada jalan-jalan dengan teman				
15.	Saya menyesali perbuatan yang sudah saya lakukan				
16.	Saya menghindari berbelanja pada ada diskon				
17.	Saya dapat menunda membeli sebuah produk				
18.	Saya lebih senang menabung dari pada membeli yang tidak perlu				

19.	Saya mengambil keputusan dengan terburu-buru				
-----	--	--	--	--	--

B. Skala Perilaku Konsumtif

Petunjuk pengisian

Terdapat sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan diri anda, anda diminta untuk memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda sendiri, dengan ketentuan sebagai berikut:

1= Sangat Setuju

2= Setuju

3= Tidak Setuju

4= Sangat Tidak Setuju

NO	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya membeli produk kecantikan karena menyukainya, meskipun awalnya saya tidak berniat membeli.				
2.	Setiap kali mengecek toko online, saya tertarik dengan produk kecantikan dan langsung membelinya.				
3.	Saya segera membeli produk kecantikan di toko online karena menginginkannya.				
4.	Saya tidak menyesal jika menunda pembelian suatu produk kecantikan yang hanya ada di satu toko online, meskipun akan kehabisan barang tersebut.				

5.	Walaupun saya menginginkan produk kecantikan yang ada di toko online, saya berusaha menahan diri agar tidak membeli barang tersebut.				
6.	Saya tidak mudah tergoda untuk membeli produk kecantikan yang saya lihat secara spontan di toko online.				
7.	Produk kecantikan yang saya inginkan di toko online tidak harus dibeli saat itu juga.				
8.	Ketika melihat produk kecantikan yang <i>limited edition</i> di toko online, saya harus membeli saat itu juga.				
9.	Saya membeli satu produk kecantikan di toko online karena tertarik secara tiba-tiba.				
10.	Saya tidak terburu-buru dalam membeli suatu produk kecantikan.				
11.	Saya membeli produk kecantikan yang sedang diminati banyak orang karena enggan dikatakan tidak <i>up to date</i> .				
12.	Saya tetap membeli produk kecantikan keluaran terbaru yang diinginkan, meskipun telah membeli produk kecantikan yang serupa.				
13.	Bagi saya, tidak perlu memaksakan diri untuk membeli suatu produk kecantikan di toko online hanya karena ingin diperhatikan orang lain.				
14.	Saya tidak malu jika tidak membeli produk kecantikan yang sedang banyak diminati.				
15.	Saya merasa tren bukanlah segalanya, sehingga tidak harus selalu membeli produk kecantikan yang sedang tren di toko online.				

16.	Saya membeli produk kecantikan di toko online untuk memperbanyak koleksi.				
17.	Produk kecantikan yang saya beli di toko online terkadang tidak terpakai.				
18.	Saya senang membeli produk kecantikan yang sedang tren saat ini di toko online.				
19.	Saya hanya membeli produk kecantikan di toko online sesuai dengan kebutuhan.				
20.	Saya lebih mementingkan keperluan sehari-hari daripada penampilan luar yang bukan kebutuhan dasar.				
21.	Saya lebih memprioritaskan menabung dibandingkan membeli produk kecantikan yang sedang tren di toko online.				
22.	Saya membandingkan harga di beberapa toko online dengan cermat sebelum membeli produk kecantikan yang dibutuhkan.				
23.	Saya tidak segan-segan membeli produk kecantikan di toko online tanpa ada pertimbangan apapun				
24.	Saya membeli produk kecantikan yang sedang tren di toko online meskipun sudah memiliki banyak produk kecantikan yang serupa.				
25.	Bagi saya, menghabiskan uang untuk berbelanja di toko online adalah hal yang biasa dilakukan oleh semua orang.				
26.	Saya tidak suka membeli produk kecantikan yang tidak dibutuhkan di toko online karena akan menghabiskan uang.				

27.	Saya mampu menahan diri untuk tidak terpengaruh promo yang ditawarkan toko online.				
28.	Saya cenderung tidak perhitungan dalam menggunakan uang untuk membeli produk kecantikan di toko online.				
29.	Saya tetap membeli suatu produk kecantikan di toko online tanpa memperitungkan jumlah uang yang saya miliki saat itu.				
30.	Saya tidak harus membeli produk kecantikan yang sedang promo di toko online.				

LAMPIRAN 2**Uji Validitas****A. Hasil Uji Validitas Kontrol diri****Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	38.56	99.002	.819	.862
VAR00002	38.98	105.574	.474	.875
VAR00003	39.00	105.100	.494	.874
VAR00004	38.49	99.006	.802	.863
VAR00005	38.54	98.905	.796	.863
VAR00006	38.93	110.970	.178	.885
VAR00007	38.54	98.255	.830	.862
VAR00008	38.54	99.355	.817	.863
VAR00009	38.51	99.706	.729	.865
VAR00010	38.37	117.988	-.131	.896
VAR00011	38.49	100.356	.710	.866
VAR00012	38.46	100.655	.691	.867
VAR00013	38.56	99.002	.819	.862
VAR00014	38.41	114.049	.049	.889
VAR00015	38.68	100.772	.661	.868
VAR00016	39.22	104.276	.581	.871
VAR00017	39.12	104.110	.644	.870
VAR00018	38.24	121.489	-.274	.901
VAR00019	38.41	114.049	.049	.889

B. Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	54.34	348.780	.668	.952
VAR00002	54.80	348.311	.763	.951
VAR00003	54.02	363.824	.213	.957
VAR00004	54.29	346.862	.676	.952
VAR00005	54.32	359.322	.385	.954
VAR00006	54.46	341.355	.809	.951
VAR00007	54.80	350.211	.564	.953
VAR00008	54.80	352.061	.589	.953
VAR00009	54.51	352.956	.545	.953
VAR00010	54.66	340.230	.839	.951
VAR00011	54.95	355.748	.483	.954
VAR00012	54.90	353.640	.623	.953
VAR00013	54.95	351.098	.581	.953
VAR00014	54.90	350.390	.605	.953
VAR00015	54.83	345.295	.756	.951
VAR00016	55.02	352.924	.659	.952
VAR00017	54.37	356.838	.413	.954
VAR00018	54.68	348.472	.683	.952
VAR00019	54.76	346.039	.679	.952

VAR00020	54.56	347.402	.697	.952
VAR00021	54.32	346.522	.747	.951
VAR00022	54.95	351.298	.627	.953
VAR00023	55.00	351.450	.638	.952
VAR00024	55.15	354.778	.719	.952
VAR00025	54.27	356.001	.446	.954
VAR00026	54.59	342.349	.753	.951
VAR00027	54.61	348.094	.698	.952
VAR00028	54.71	349.012	.722	.952
VAR00029	54.95	351.498	.711	.952
VAR00030	54.78	349.626	.644	.952

LAMPIRAN 3**Uji Reliabilitas****A. Hasil Uji Reliabilitas Kontrol Diri****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	41	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	41	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	19

B. Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	41	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	41	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.954	30

LAMPIRAN 4**Analisis Data****A. Uji Deskriptif****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P.KONSUMTIF	89	29	106	55.98	17.808
K.DIRI	89	14	55	34.07	9.245
Valid N (listwise)	89				

B. Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	15.68815613
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		.851
Asymp. Sig. (2-tailed)		.463

C. Uji Linearitas**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
P.KONSUMTIF	Between Groups	16004.422	30	533.481	2.599	.001
* KONTROL.DIR	Linearity	6249.550	1	6249.550	30.451	.000
I	Deviation from Linearity	9754.872	29	336.375	1.639	.055
	Within Groups	11903.533	58	205.233		
	Total	27907.955	88			

D. Uji Hipotesis

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.473 ^a	.224	.215	15.778

LAMPIRAN 5

Kategorisasi

A. Norma Kategorisasi

Kategorisasi	Norma
Rendah	$X \leq (M-1SD)$
Sedang	$(M-1SD) < X \leq (M+1SD)$
Tinggi	$X > (M+1SD)$

B. Kategorisasi Kontrol Diri

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Presentasi
RENDAH	$X \leq 25$	13	14.6%
SEDANG	$25 < X \leq 43$	64	71.9%
TINGGI	$X > 43$	12	13.5%

C. Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Presentasi
RENDAH	$X \leq 38$	13	14.6%
SEDANG	$38 < X \leq 74$	60	67.4%
TINGGI	$X > 74$	16	18.0%

LAMPIRAN 6

Transkrip Wawancara Awal

Nama/Inisial : NMI

Usia : 23

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Apa anda pernah berbelanja online?

Pernah

2. Biasanya anda berbelanja apa?

Lebih sering produk kecantikan

3. Seberapa sering anda melakukan berbelanja online?

Sebulan maks 5 kali

4. Apakah anda membeli barang tersebut karena memang dibutuhkan atau hanya ingin saja atau karena produknya sedang tren/viral?

Karena dibutuhkan

5. Kapan terakhir anda berbelanja produk kecantikan?

Dua minggu yang lalu

6. Biasanya anda menghabiskan uang berapa untuk membeli produk kecantikan?

150.000

Nama/Inisial : HSS

Usia : 22

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Apa anda pernah berbelanja online?

Iya, pernah

2. Biasanya anda berbelanja apa?

Macam-macam produk, seperti hijab, masker, skincare/make up

3. Seberapa sering anda melakukan berbelanja online?

1 sampai 2 kali dalam sebulan

4. Apakah anda membeli barang tersebut karena memang dibutuhkan atau hanya ingin saja atau karena produknya sedang tren/viral?

Terkadang tertarik karena produk itu viral, sehingga ingin beli dan jika ada promo saja

5. Kapan terakhir anda berbelanja produk kecantikan?

Dua hari lalu

6. Biasanya anda menghabiskan uang berapa untuk membeli produk kecantikan?

Sekitar 300.000 untuk satu paket

Nama/Inisial : RCM

Usia : 22

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Apa anda pernah berbelanja online?

Iya saya berbelanja online

2. Biasanya anda berbelanja apa?

Skincare, kosmetik, pakaian, tas, sepatu, hijab

3. Seberapa sering anda melakukan berbelanja online?

Sering

4. Apakah anda membeli barang tersebut karena memang dibutuhkan atau hanya ingin saja atau karena produknya sedang tren/viral?

Diakarenakan saya belum menemukan skincare yang cocok di kulit saya, jadi saya lebih sering berbelanja hal-hal yang berkaitan dengan skincare. Saya membeli karena produk kecantikan tersebut memiliki review yang bagus

5. Kapan terakhir anda berbelanja produk kecantikan?

Bulan maret 2022

6. Biasanya anda menghabiskan uang berapa untuk membeli produk kecantikan?

350.000

Nama/Inisial : IN

Usia : 22

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Apa anda pernah berbelanja online?

Sering

2. Biasanya anda berbelanja apa?

Hijab, skincare pokok nya lebih sering produk kecantikan

3. Seberapa sering anda melakukan berbelanja online?

Mungkin sebulan 5 kali atau lebih

4. Apakah anda membeli barang tersebut karena memang dibutuhkan atau hanya ingin saja atau karena produknya sedang tren/viral?

Lebih sering karena lagi liat produk di ig atau tik tok yang lagi trend dan bagus

5. Kapan terakhir anda berbelanja produk kecantikan?

Seminggu lalu

6. Biasanya anda menghabiskan uang berapa untuk membeli produk kecantikan?

500.000

Nama/Inisial : NA

Usia : 22

Jenis Kelamin : Perempuan

1. Apa anda pernah berbelanja online?

Ya, Sering

2. Biasanya anda berbelanja apa?

Banyak, diantaranya baju, tas, makeup, kerudung, sepatu, buku, sabun mandi, makanan ringan, bumbu dapur, mie instan, beras dan lain sebagainya

3. Seberapa sering anda melakukan berbelanja online?

Sebulan 2-3 kali, karena saya sering mencoba-coba produk kecantikan mana yang paling cocok dan saya juga sering menambah koleksi varian lipstick yang saya punya

4. Apakah anda membeli barang tersebut karena memang dibutuhkan atau hanya ingin saja atau karena produknya sedang tren/viral?

Beberapa karena sesuai kebutuhan, tapi beberapa karena banyak teman saya yang memakai dan merekomendasikannya jadi saya juga tertarik untuk membeli

5. Kapan terakhir anda berbelanja produk kecantikan?

Seminggu yang lalu

6. Biasanya anda menghabiskan uang berapa untuk membeli produk kecantikan?

100.000-350.000 perbulan

LAMPIRAN 7

Jurnal Bimbingan










JURNAL BIMBINGAN



Nama : Faudaty Adz Dzihan

Nim : 18410005

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si

Dosen Pembimbing 2 : Halimatus Sa'diyah, M.Pd

No.	Hari, tanggal	Materi Bimbingan	Tanda tangan dospem
1.	8 Oktober 2021	pengajuan judul skripsi (Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si)	
2.	15 oktober 2021	bimbingan proposal bab 1-3 (Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si)	
3.	24 oktober 2021	Pengajuan proposal bab 1-3 (Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si)	
4.	4 Februari 2022	Expert Judgement (Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si)	
5.	21 februari 2022	Expert judgement (Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si)	
6.	28 Maret 2022	Revisi bab 1 dan 2 (Halimatus Sa'diyah, M.Pd)	
7.	7 April 2022	Revisi bab 1 dan 2 (Halimatus Sa'diyah, M.Pd)	
8.	15 April 2022	Bab 1, 2 dan 3 (Halimatus Sa'diyah, M.Pd)	
9.	27 April 2022	Bab 4 dan 5 (Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si)	

10.	29 April 2022	Bab 4 dan 5 (Halimatus Sa'diyah, M Pd)	
11.	25 Mei 2022	Bab 1 - 5 (Dr. Hj Rifa Hidayah M. Si)	
12.			

147	форма 44	4	1	4	4	3	4	1	3	3	1	1	4	4	4	1	4	2	4	4	4	4	1	2	4	4	4	3	2	4	88
148	форма 45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	34
149	форма 46	3	2	1	2	2	1	4	4	1	1	2	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	3	50
150	форма 41	2	2	2	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	2	2	2	1	1	3	1	2	1	1	1	46	
151	форма 44	2	2	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	1	1	2	3	2	1	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	56	
152	форма 43	2	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	3	2	1	1	1	2	2	3	2	4	43
153	форма 50	3	2	3	4	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	2	3	1	1	3	2	3	3	1	2	52
154	форма 31	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	50
155	форма 52	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	35
156	форма 53	3	1	2	2	2	1	1	2	3	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	45
157	форма 54	1	3	3	3	3	3	2	2	3	1	2	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	74
158	форма 51	1	2	4	4	4	4	1	1	4	1	1	4	4	3	1	3	1	4	4	3	3	1	1	3	4	3	1	1	2	73
159	форма 56	4	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	4	4	1	1	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	3	78
160	форма 31	3	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	40
161	форма 58	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	35
162	форма 53	4	2	1	3	2	1	4	3	3	1	1	1	1	2	3	3	3	4	4	1	1	2	2	3	3	4	1	1	2	68
163	форма 60	2	3	4	1	3	2	1	3	3	1	4	4	4	3	1	1	4	3	1	1	3	3	4	3	1	3	2	1	1	73
164	форма 61	4	3	2	3	2	3	2	3	3	1	2	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	2	2	1	3	2	3	3	3	78
165	форма 62	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	2	2	1	4	3	2	2	3	75
166	форма 63	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	3	2	3	1	1	1	2	46
167	форма 64	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	58	
168	форма 65	2	1	4	3	3	3	1	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	4	3	2	2	2	4	3	2	3	2	3	77
169	форма 64	4	2	3	1	1	1	2	3	3	1	1	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	52
170	форма 61	3	1	4	4	4	4	1	3	4	1	1	4	4	4	1	2	1	1	3	4	2	1	1	1	4	4	3	1	4	75
171	форма 64	2	1	3	3	2	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	1	1	1	3	1	3	3	1	2	51	
172	форма 63	3	3	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	4	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	46
173	форма 70	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	35
174	форма 71	2	1	1	4	4	4	2	1	4	1	1	4	4	4	1	0	4	3	3	3	1	1	1	4	4	1	1	1	4	72
175	форма 72	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	1	4	3	4	1	3	2	1	1	2	1	1	1	3	2	2	2	1	2	61
176	форма 73	3	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	42
177	форма 74	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39
178	форма 75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
179	форма 76	2	3	4	1	1	1	3	2	1	2	3	1	1	1	3	3	3	1	2	2	1	3	3	2	1	1	3	3	1	56
180	форма 77	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	38
181	форма 78	3	2	2	2	1	2	3	3	1	2	4	1	2	1	2	3	2	1	1	2	1	1	3	4	2	1	1	2	2	57
182	форма 73	2	2	3	3	2	1	3	2	3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	3	2	2	1	1	43
183	форма 60	3	1	3	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	42
184	форма 81	2	2	2	3	3	2	4	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	3	1	4	3	3	4	3	1	1	60
185	форма 82	4	2	3	4	3	3	2	2	4	4	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	82
186	форма 83	4	4	3	3	4	1	1	3	2	1	1	1	1	1	4	2	1	3	1	1	1	1	1	4	2	4	4	1	3	63
187	форма 84	2	1	2	4	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	2	2	1	1	1	41
188	форма 85	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	3	3	3	1	1	1	2	3	2	1	1	47
189	форма 86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	104
190	форма 87	1	2	2	1	2	1	2	1	3	1	2	1	2	2	3	2	1	3	2	1	4	3	1	2	1	2	1	1	1	51
191	форма 88	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	74
192	форма 89	1	1	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	79

b. Kontrol Diri

SKALA KONTROL DIRI															TOTAL
RESPON	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
resp.1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	32
resp.2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
resp.3	2	1	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	1	27
resp.4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	15
resp.5	3	1	1	3	3	3	3	1	1	1	3	1	1	1	26
resp.6	3	1	1	3	4	3	3	3	3	3	3	2	1	2	35
resp.7	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	17
resp.8	1	1	1	4	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	26
resp.9	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	20
resp.10	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	23
resp.11	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	1	29
resp.12	2	4	4	2	2	2	2	4	4	4	2	3	2	2	39
resp.13	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	1	2	33
resp.14	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	42
resp.15	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	1	1	28
resp.16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26
resp.17	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	16
resp.18	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	21
resp.19	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	1	2	2	33
resp.20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	26
resp.21	3	1	1	3	3	3	3	1	1	1	3	2	2	1	28
resp.22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
resp.23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
resp.24	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	4	1	1	33
resp.25	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	23
resp.26	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	20
resp.27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	39
resp.28	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	41
resp.29	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	48
resp.30	4	1	1	4	4	4	4	4	3	3	4	2	1	2	40
resp.31	2	1	1	2	2	2	2	3	3	3	2	1	2	1	27
resp.32	3	1	1	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	3	33
resp.33	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	26
resp.34	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	26
resp.35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
resp.36	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	3	37
resp.37	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	47
resp.38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	55
resp.39	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
resp.40	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	20
resp.41	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	26
resp.42	3	2	2	1	4	3	2	3	3	3	2	2	3	2	35
resp.43	4	3	3	4	4	4	1	2	2	2	1	1	2	3	36
resp.44	3	4	2	4	4	4	2	1	2	4	4	2	4	3	43
resp.45	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4	2	2	4	1	40

AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	AW	AX
resp.44	3	4	2	4	4	4	2	1	2	4	4	2	4	3	43
resp.45	3	3	3	2	2	4	4	3	2	4	3	2	4	1	40
resp.46	3	2	2	2	3	3	3	3	1	3	2	2	3	2	34
resp.47	2	2	2	1	3	3	4	4	2	2	2	1	3	2	33
resp.48	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	38
resp.49	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	40
resp.50	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	3	2	2	3	41
resp.51	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	47
resp.52	4	4	1	2	3	4	4	4	4	3	1	1	4	2	41
resp.53	4	2	2	1	2	3	2	3	2	2	1	2	3	1	30
resp.54	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	37
resp.55	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	39
resp.56	4	4	4	2	3	2	2	2	4	3	3	3	3	2	41
resp.57	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	2	47
resp.58	3	3	3	2	2	4	2	4	4	3	3	2	4	2	41
resp.59	2	1	2	1	4	1	1	1	3	3	2	1	3	2	27
resp.60	4	4	4	1	2	4	3	1	3	2	4	3	3	4	42
resp.61	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	4	40
resp.62	3	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	37
resp.63	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	40
resp.64	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	38
resp.65	3	2	2	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	2	33
resp.66	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	1	2	3	2	45
resp.67	4	1	1	2	4	4	1	1	2	3	3	1	4	1	32
resp.68	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	2	3	2	43
resp.69	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	1	2	4	2	42
resp.70	4	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	1	3	2	43
resp.71	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	4	1	37
resp.72	4	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	37
resp.73	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	3	2	4	3	45
resp.74	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	37
resp.75	4	1	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	1	35
resp.76	3	3	3	1	3	4	2	4	3	3	1	1	4	3	38
resp.77	2	2	4	4	2	4	3	4	3	3	1	2	4	2	40
resp.78	3	2	2	1	3	3	3	4	3	3	2	2	4	2	37
resp.79	4	3	4	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	41
resp.80	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	4	2	2	42
resp.81	2	2	3	1	1	2	2	3	3	3	1	3	3	3	32
resp.82	3	4	3	1	1	2	3	1	2	3	3	2	3	2	33
resp.83	2	1	3	1	1	1	1	3	2	2	1	1	4	4	27
resp.84	3	2	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4	1	42
resp.85	3	2	3	1	2	4	1	1	2	4	2	2	4	2	33
resp.86	2	2	2	1	1	2	4	4	2	3	2	1	1	4	31
resp.87	2	3	4	1	3	3	2	4	2	2	2	3	4	2	37
resp.88	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	35
resp.89	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	1	49