

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGEMAR *K-POP* DI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**



Oleh:

**Adam Fauzan Muhfti**

**200401110078**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2025**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PADA MAHASISWA PENGGEAR *K-POP* DI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maliki Ibrahim Malang

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar

Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh

**Adam Fauzan Muhfti**

**NIM. 200401110078**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PADA MAHASISWA PENGGEMAR *K-POP* DI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

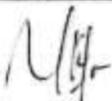
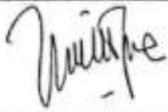
**SKRIPSI**

Oleh

**Adam Fauzan Muhfti**

**NIM 200401110078**

Telah Disetujui Oleh:

<b>Dosen Pembimbing</b>	<b>Tanda Tangan Persetujuan</b>	<b>Tanggal Persetujuan</b>
<b>Dosen Pembimbing I</b> <b>Dr. Muallifah, S.Psi., MA</b> NIP. 198505142019032008		8 Mei 2025
<b>Dosen Pembimbing II</b> <b>Dr. Retno Mangestuti, M.Si</b> NIP. 197502202003122004		9 Mei 2025

Malang, Mei 2025

Mengetahui

Kelas Program Studi



**Yusuf Ratu Agung, MA**

**NIP. 198010202015031002**

**HALAMAN PENGESAHAN**

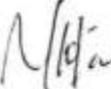
**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PADA MAHASISWA PENGGEMAR K-POP DI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Adam Fauzan Muhfti  
NIM 200401110078**

Telah diujikan dan dinyatakan LULUS oleh dewan penguji Skripsi dalam Majelis  
Sidang Skripsi, pada tanggal 6 Mei 2025

<b>Dosen Pembimbing</b>	<b>Tanda Tangan Persetujuan</b>	<b>Tanggal Persetujuan</b>
<b>Penguji Utama</b> <b>Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah,</b> M.Si Psikolog NIP. 19761128200212200		5 Mei 2025
<b>Ketua Penguji</b> <b>Dr. Muallifah, S.Psi., MA</b> NIP. 198505142019032008		8 Mei 2025
<b>Sekretaris Penguji</b> <b>Dr. Retno Mangestuti,</b> M.Si Psikolog NIP. 197502202003122004		9 Mei 2025

Malang, Mei 2025

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi



Prof. Dr. Ali Rifa'ul Huda, M.Si., Psikolog

NIP. 19761128200212200

**NOTA DINAS**

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi yang berjudul:

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PADA MAHASISWA PENGGEMAR *K-POP* DI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

Yang ditulis oleh:

Nama : Adam Fauzan Mufti

NIM : 200401110078

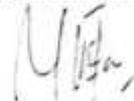
Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Malang, Mei 2025

Dosen Pembimbing I



**Dr. Muallifah, S.Psi., MA**

**NIP. 198505142019032008**

**NOTA DINAS**

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi yang berjudul:

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PADA MAHASISWA PENGGEMAR K-POP DI UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

Yang ditulis oleh:

Nama : Adam Fauzan Mufti

NIM : 200401110078

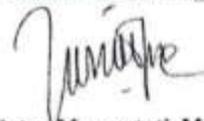
Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Malang, Mei 2025

Dosen Pembimbing II



**Dr. Retno Mangestuti, M.Si**

**NIP. 197502202003122004**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adam Fauzan Muhfi

NIM : 200401110078

Fakultas : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "**Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**" adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi.

Malang, Maret 2025

Penulis



Adam Fauzan Muhfi

NIM. 200401110078

**MOTTO**

*“Keberuntungan berpihak kepada yang berani dan itulah kehidupan”*

(John Wick)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### *Alhamdulillahirabbilalamiin*

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, hidayah, serta kesehatan yang diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang syafa'atnya selalu menjadi harapan bagi seluruh umat di akhirat kelak.

Saya ucapkan terimakasih kepada orang-orang yang sangat saya cintai dan saya sayangi yang selama ini telah memberikan dukungan luar biasa selama proses penyelesaian skripsi ini, dukungan kalian sangatlah berarti sekali bagi saya.

Teruntuk kedua orang tua saya, Bapak Teguh Sulistyو dan Ibu Ratna Sunarsih yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap perjuangan saya. Terima kasih atas segala waktu, kasih sayang, cinta, motivasi, dukungan dan do'a yang tak henti dipanjatkan yang selalu menuntun kesuksesan saya.

Tidak lupa juga, kepada teman-teman saya yang telah membantu dan mendampingi saya hingga rela selalu memberikan waktu dan semangatnya kepada saya sehingga saya mampu untuk melewati setiap hambatan ketika menyelesaikan skripsi ini, saya mengucapkan banyak terimakasih atas semua hal yang telah diberikan kepada saya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian dengan balasan yang berlipat ganda.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan karunia dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian berjudul **“Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa *K-Pop* Di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang”** dengan lancar sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Peneliti menyadari kelancaran penelitian ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, MA selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si, Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Yusuf Ratu Agung, MA selaku Ketua Program Studi Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak atau ibu penguji yang bisa meluangkan waktunya kepada saya sehingga saya memiliki kesempatan untuk mempresentasikan hasil penelitian ini kepada para penguji.
5. Dr. Muallifah, S.Psi, MA selaku dosen pembimbing pertama saya yang selalu memberikan bimbingan terbaiknya dan memotivasi saya hingga penelitian ini dapat terselesaikan.

6. Dr. Retno Mangestuti, M.Si selaku dosen pembimbing kedua saya yang juga selalu memberikan bimbingan terbaiknya dan memotivasi kepada saya hingga penelitian ini dapat terselesaikan.
7. Muhammad Jamaluddin, M.Si selaku dosen wali yang senantiasa dengan sabar membimbing saya dalam menyelesaikan studi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
8. Bapak/Ibu dosen serta civitas akademik Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, yang meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu, namun jasa kalian melekat dalam ingatan. Ilmu dan wawasan yang telah dibagikan sangat berarti bagi perjalanan akademik saya.
9. Seluruh keluarga besar saya, kedua orang tua saya Bapak Teguh Sulistyo dan Ibu Ratna Sunarsih, serta saudara-saudara saya yang senantiasa memberi dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh responden dan pihak-pihak yang telah bersedia berkontribusi dalam penelitian ini dengan penuh ikhlas.
11. Untuk pasangan saya, Putri Dwi Priskova yang telah sabar menemani saya sampai sejauh ini memberikan dukungan yang membuat saya semangat dan membantu saya dalam penyelesaian skripsi.
12. Kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan juga terlebih khusus untuk sahabat saya dari UKM Simfoni FM dan teman-teman saya angkatan 2020 Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

Malang yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih banyak saya ucapkan atas semua bantuannya.

Peneliti sangat berterima kasih atas dukungan, do'a serta bantuannya semoga karya ini dapat memberi banyak manfaat yang luas ke banyak pihak, *Aamiin ya rabbal alamiin.*

Malang, Mei 2025

Penulis

Adam Fauzan Muhfti

NIM. 200401110078

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
<i>ABSTRAK</i> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	7
A. Perilaku Konsumtif .....	7
1. Definisi Perilaku Konsumtif.....	7
2. Aspek - Aspek Perilaku Konsumtif.....	8
3. Karakteristik Perilaku Konsumtif.....	9
4. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	10
B. Kontrol Diri .....	12
1. Definisi Kontrol Diri.....	12
2. Aspek Kontrol Diri .....	13
3. Faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri.....	16
4. Manfaat Kontrol Diri .....	17
C. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif.....	17
D. Kerangka Berfikir.....	19
E. Hipotesis .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	21

A. Desain Penelitian.....	21
B. Variabel Penelitian.....	21
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
1. Kontrol Diri .....	22
2. Perilaku Konsumtif.....	22
D. Populasi dan Sampel .....	22
1. Populasi.....	22
2. Sampel .....	23
3. Teknik Sampling .....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
1. Kuesioner.....	24
2. Skala .....	25
F. Teknik Analisis Data .....	28
1. Uji Validitas .....	28
2. Uji Reliabilitas .....	30
3. Uji Asumsi .....	31
4. Uji Hipotesis .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
A. Gambaran Umum Penelitian .....	33
1. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	33
2. Waktu dan Tempat Penelitian .....	34
3. Subjek Penelitian .....	34
4. Hambatan dalam Penelitian .....	35
B. Hasil Penelitian.....	35
1. Uji Deskriptif.....	35
2. Uji Asumsi Klasik.....	39
3. Uji Hipotesis .....	41
C. Pembahasan .....	42
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>47</b>
A. Kesimpulan .....	47
B. Saran .....	48

DAFTAR PUSTAKA .....	49
LAMPIRAN .....	55

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Blueprint Skala Kontrol Diri .....	26
Tabel 3. 2 Blueprint Skala Perilaku Konsumtif .....	27
Tabel 3. 3 Uji Validitas Kontrol Diri .....	29
Tabel 3. 4 Uji Validitas Perilaku Konsumtif .....	30
Tabel 3. 5 Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	31
Tabel 4. 1 Data Demografi Subjek Penelitian .....	34
Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskriptif .....	36
Tabel 4. 3 Kategorisasi Skala Kontrol Diri .....	37
Tabel 4. 4 Frekuensi Kategori Skala Kontrol Diri .....	37
Tabel 4. 5 Aspek Pembentuk Kontrol Diri .....	38
Tabel 4. 6 Kategorisasi Skala Perilaku Konsumtif.....	38
Tabel 4. 7 Frekuensi Kategori Skala Perilaku Konsumtif.....	39
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	39
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linearitas .....	40
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	40
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Sederhana.....	41

## **ABSTRAK**

Muhfti, Adam Fauzan. 2025. *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Penggemar K-Pop di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi. Prodi Psikologi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen Pembimbing 1: Dr. Muallifah, S.Psi., MA.

Dosen Pembimbing 2: Dr. Retno Mangestuti, M.Si.

---

Fenomena perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa penggemar *K-Pop* sering kali dipengaruhi oleh dorongan dari lingkungan sekitar maupun keinginan pribadi untuk membeli berbagai *merchandise* idola *K-Pop* mereka secara berlebihan tanpa mempertimbangkan manfaatnya, melainkan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Dalam hal ini, kontrol diri diharapkan dapat membantu individu dalam mengatur situasi, emosi, serta mengendalikan perilaku konsumtif itu sendiri. Dengan kontrol diri yang baik, individu menghindari sikap impulsif, berpikir secara rasional, serta lebih bijak dalam mengelola keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi sederhana. Data diperoleh dari 100 mahasiswa aktif penggemar *K-Pop* di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang dipilih melalui metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala kontrol diri yang terdiri dari 18 aitem dan skala perilaku konsumtif dari 13 aitem yang berbasis skala *Likert*. Selanjutnya, data dianalisis dengan uji regresi sederhana guna mengukur hubungan antara kedua variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa penggemar *K-Pop* memiliki tingkat kontrol diri tinggi, sementara perilaku konsumtif mereka tergolong rendah. Analisis regresi menghasilkan nilai  $p$  (Sig.) = 0,000 dan  $R$ -square = 0,625 dengan nilai koefisien korelasi sebesar -0,791, yang mengindikasikan adanya pengaruh yang negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa penggemar *K-Pop* yang berarti semakin tinggi tingkat kontrol diri individu penggemar *K-Pop* tinggi maka tingkat perilaku konsumtifnya akan rendah begitupun juga sebaliknya.

**Kata kunci:** *Kontrol diri, Perilaku konsumtif, Mahasiswa, K-Pop*

## **ABSTRACT**

Muhfti, Adam Fauzan. 2025. *The Effect of Self-Control on Consumptive Behavior Among K-Pop Fan Students at the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang*. Undergraduate Thesis. Psychology Study Program. Faculty of Psychology. State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

Supervisor 1: Dr. Muallifah, S.Psi., MA.

Supervisor 2: Dr. Retno Mangestuti, M.Si.

---

*The phenomenon of consumptive behavior among K-Pop fan students is often influenced by external environmental pressures or personal desires to excessively purchase various K-Pop idol merchandise without considering its utility, but merely to satisfy their cravings. In this context, self-control is expected to help individuals regulate situations, manage emotions, and control their consumptive behavior. With good self-control, individuals can avoid impulsive attitudes, think rationally, and make wiser financial decisions. This study aims to analyze the influence of self-control on consumptive behavior among K-Pop fan students.*

*This research employs a quantitative approach utilizing simple regression analysis. Data was gathered from 100 active K-Pop fan students at Maulana Malik Ibrahim State Islamic University in Malang, selected through purposive sampling. The data collection involved a questionnaire featuring a self-control scale with 18 items and a consumptive behavior scale with 13 items, both structured on a Likert scale. The subsequent analysis was conducted using a simple regression test to evaluate the relationship between the two variables under investigation.*

*The results of this study indicate that university students who are K-Pop fans demonstrate a high level of self-control, while their consumptive behavior is relatively low. Regression analysis showed a p-value (Sig.) = 0.000 and an R square = 0.625 with a correlation coefficient value of -0.791, indicating a significant negative relationship between self-control and consumptive behavior among K-Pop fan students. This finding suggests that the higher the self-control of K-Pop fans, the lower their consumptive behavior, and vice versa."*

**Keywords:** *Self-control, Consumptive behavior, Students, K-Pop*

## المخلص

محفتي، آدم فوزان. 2025. تأثير التحكم الذاتي على السلوك الاستهلاكي لدى طلاب محبي الكيبوب في الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج. رسالة بكالوريوس. برنامج علم النفس. كلية علم النفس. الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج.

المشرف الأكاديمي 1: الدكتورة معالفة، بكالوريوس في علم النفس، ماجستير في الآداب.  
المشرف الأكاديمي 2: الدكتورة ريتنو مانغستوتي، ماجستير في العلوم.

تعد ظاهرة السلوك الاستهلاكي بين طلاب الجامعات من محبي الكيبوب غالبًا نتيجة لتأثير البيئة المحيطة أو الرغبة الشخصية في شراء مختلف المنتجات الخاصة بأيدول الكيبوب بشكل مفرط دون النظر إلى فائدتها، وإنما فقط لإشباع الرغبة الذاتية. في هذا السياق، يُتوقع أن يساعد التحكم الذاتي الأفراد في إدارة المواقف والعواطف وكذلك السيطرة على السلوك الاستهلاكي نفسه. من خلال التحكم الذاتي الجيد، يمكن للفرد تجنب الاندفاع، والتفكير بعقلانية، والتصرف بحكمة في إدارة الشؤون المالية. يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير التحكم الذاتي على السلوك الاستهلاكي لدى طلاب الجامعات من محبي الكيبوب. يعتمد هذا البحث على المنهج الكمي باستخدام تقنية تحليل الانحدار البسيط. تم جمع البيانات من 100 طالب جامعي نشط من محبي الكيبوب في الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج، والذين تم اختيارهم باستخدام طريقة العينة الهادفة. تم جمع البيانات من خلال استبيان يتضمن مقياس التحكم الذاتي المكون من 18 بندًا ومقياس السلوك الاستهلاكي المكون من 13 بندًا، وكلاهما يعتمد على مقياس ليكرت. بعد ذلك، تم تحليل البيانات باستخدام اختبار الانحدار البسيط لقياس العلاقة بين متغيري الدراسة. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن طلاب الجامعات من محبي الكيبوب يتمتعون بمستوى عالٍ من ضبط النفس،  $(Sig.) = 0.000$  بينما يُصنّف سلوكهم الاستهلاكي على أنه منخفض. أظهر تحليل الانحدار قيمة الدلالة الإحصائية بقيمة معامل ارتباط قدرها -0.791، مما يدل على وجود  $R square = 0.625$  ومعامل التحديد  $0.000$  علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين ضبط النفس والسلوك الاستهلاكي لدى طلاب الجامعات من محبي الكيبوب. وتشير هذه النتيجة إلى أنه كلما زاد مستوى ضبط النفس لدى محبي الكيبوب، انخفض سلوكهم الاستهلاكي، والعكس صحيح.

**الكلمات المفتاحية:** التحكم الذاتي، السلوك الاستهلاكي، الطلاب، الكيبوب

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia tengah menghadapi banyaknya perubahan sebagai akibat dari era globalisasi yang memengaruhi berbagai aspek dan bentuk kehidupan masyarakat, serta perkembangan dalam pola pembelian individu saat ini bukan lagi didasarkan kebutuhan (*need*), akan tetapi pembelian yang terjadi sekarang adalah karena adanya keinginan (*want*) semata yaitu salah satunya tingkat perilaku konsumtif (Abdilla & Agus, 2021). Individu yang mengalami perubahan kebiasaan dan gaya hidup secara drastis, cepat, dan berlebihan berisiko mengembangkan perilaku konsumtif (Hidayat & Kurniawan, 2016). Perilaku konsumtif tidak akan muncul dengan sendirinya, terdapat dua faktor yang mampu memunculkan alasan terjadinya perilaku tersebut pada diri individu, yaitu faktor dari dalam (internal) dan luar individu (eksternal) (Wastuti & Pangaribuan, 2020).

Faktor eksternal yaitu lingkungan sekitar misal kebudayaan, kelas sosial, serta keluarga. Sementara itu, faktor internalnya yaitu motivasi, harga diri, observasi, pembelajaran serta kepribadian diri individu (Yuliantari & Herdiyanto, 2015). Faktor kepribadian yang menjadi proses dasarnya konsumsi dengan diawali proses pembelian, yang berarti langkah pertama kali yang dilakukan oleh individu saat membeli atau menggunakan barang atau jasa (Tripambudi & Indrawati, 2020). Lingkungan individu juga merupakan faktor dari perilaku konsumtif yang berasal dari luar individu, yang menjadikannya banyak dari kalangan masyarakat termasuknya mahasiswa memiliki pendapat dan menganggap, apabila kebutuhan hidupnya telah terpenuhi, maka akan terciptanya sebuah status sosial yang tinggi, dan mendapatkan pujian dari sekitarnya (Jasmadi & Azzama, 2017).

Menurut penelitian dari Anggreini & Mariyanti (2014) perilaku konsumtif dinyatakan menyimpang apabila individu berbelanja menggunakan uang kuliah, mendapatkan uang untuk berbelanja dengan cara membohongi dan mencuri uang orang tua, serta menjual barang – barang berharga agar bisa membeli barang yang

disukainya. Peristiwa seperti itu sangat berpengaruh terhadap gaya hidup berlebihan individu yang selalu mengikuti atribut terbaru dengan segala cara agar mendapatkan uang, untuk membeli barang tersebut supaya bisa mendukung penampilannya. Mengenai tentang mendukung penampilan, sama halnya seperti permasalahan perilaku konsumtif yang diteliti oleh Nisrina et al. (2020), individu dengan membeli dan menggunakan aksesoris yang berlebihan seperti kaos, stiker, *photo card*, *light stick*, album lagu, dan sebagainya dengan harga yang mahal hanya berdasarkan keinginan bukan pada kebutuhan.

Pada umumnya kegiatan berbelanja seperti itu banyak terjadi dikalangan individu yang menggemari *K-Pop* yang sejalan dengan penelitian dari Amalia (2019) adalah mayoritas penggemar *K-Pop* cenderung menghabiskan banyak biaya untuk membeli berbagai pernik-pernik idola favorit mereka. Hal ini dilakukan sebagai bentuk pemenuhan kepuasan diri serta pembuktian rasa cinta dan kesetiaan terhadap idolanya mereka. Demi menunjukkan loyalitasnya, para penggemar bahkan rela mengeluarkan uang yang banyak untuk mengoleksi berbagai barang terkait idola *K-Pop* nya, baik barang yang langka (*limited edition*) ataupun barang yang sedang ada promo atau diskonnya (Pertiwi, 2013).

Munculnya idola *K-Pop* tersebut dapat menimbulkan perubahan pada gaya hidup individu seperti hedonisme serta konsumerisme yang terjadi dikarenakan lebih terfokuskan pada emosi dan kepuasan. Penggemar *K-Pop* rela membeli seluruh edisi dengan harga yang mahal semata-mata demi memiliki *photocard* idola *K-Pop* favoritnya (Dewi et al., 2021). Seiring dengan perkembangan *K-Pop*, individu sulit menolak pengaruhnya karena telah memberikan dampak besar pada para penggemarnya, pengaruh ini terlihat dari meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan individu (Etikasari, 2018). Industri hiburan Korea memiliki daya tarik yang kuat dan memengaruhi kehidupan masyarakat di berbagai negara serta beragam rentang usia, dari anak-anak hingga dewasa termasuknya juga mahasiswa (Simbar, 2016).

Nadia dalam Putri & Nindias (2018), salah satu fans *K-Pop* yang mengoleksi lebih dari 17 album dan 2 dvd idolanya yang mencapai Rp270 ribu hingga Rp800 ribu. Fans *K-Pop* lainnya seperti H pernah membeli hingga 600

unit album demi meningkatkan peluangnya memenangkan kesempatan *fansign* dan mendapatkan tanda tangan dari idola favoritnya. Dengan harga satu album sebesar 17.500 won (sekitar Rp218 ribu), total pengeluaran H mencapai 10,5 juta won (sekitar Rp130,8 juta), demi memperoleh kesempatan bertemu idolanya secara langsung. Peneliti juga melakukan wawancara yang dilakukan pada tanggal 23-08-2024 sampai dengan tanggal 24-08-2024, didapatkan beberapa hal yaitu setiap individu memiliki perilaku konsumtif yang berbeda dilihat dari beberapa wawancara yang telah dilaksanakan.

*“Saya sangat mendukung girl group K-Pop dengan memenuhi keinginan membeli aksesoris berupa album dan photocard dalam setahun bisa membeli 5-8 kali dengan harga kisaran Rp.90 ribu sampai Rp.300 ribu karena barang tersebut original dari toko resminya, dengan membeli seperti itu saya kadang tiap bulannya suka berbohong untuk membeli kebutuhan kuliah agar bisa membeli merchandise itu, tapi disamping juga saya merasa cemas disetiap saya tidak membeli barang dari toko resminya”.*

Subjek yang lainnya dengan mengatakan:

*“Saya menyukai salah satu member boyband group K-Pop dengan membeli merchandise idola saya, dengan seringnya yaitu photocard dan lightstick dengan harga Rp.50 ribu sampai Rp.150 ribu, tapi kadang setiap minggunya saya tidak bisa memenuhi kebutuhan sehari – hari seperti makan dan untuk kebutuhan kuliah pribadi, saya juga merasakan stres apabila tidak membeli setiap idola saya mengeluarkan produk terbarunya”.*

Sejalan dengan subjek-subjek sebelumnya yang menyatakan:

*“Saya sangat sering mengoleksi beberapa barang dari boy group atau girl group K-Pop yang saya sukai, semua barang yang saya miliki kebanyakan adalah barang yang langka atau limited edition, bisa dibilang agak mahal soalnya langsung beli ditoko resminya, kalau memang dari group K-Pop yang saya sukai itu tidak sempat terbeli kadang saya merasa khawatir yang berlebih dan harus membelinya bagaimanapun caranya”.*

Pada wawancara yang telah dilakukan terdapat situasi bahwa mahasiswa yang menjadi fans *K-Pop* mengalami pembelian secara berlebih dan tidak bisa mengontrol dirinya untuk membeli *merchandise* yang ingin mereka miliki dengan segala cara apapun dilakukan, hal ini tentu menjadi permasalahan yang cukup serius bahwa mahasiswa masih belum bisa mengatur dirinya dalam membeli barang yang disukainya, bukan karena kebutuhan akan tetapi hanya keinginan saja sehingga mempengaruhi individu dalam psikologisnya juga. Banyak penggemar

*K-Pop* yang sulit untuk mengontrol dan mengendalikan dirinya disaat mereka membeli berbagai pernak-pernik idola yang disukai dan pada akhirnya memicu perilaku konsumtif.

Maka dari itu penelitian ini sangat penting untuk dibahas dan dikaji lebih lanjut karena hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Luh et al. (2023), mengungkap adanya hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Semakin rendah kontrol diri yang dimiliki individu, semakin tingginya kecenderungan perilaku konsumtif, begitupun sebaliknya. Daripada itu semua masih banyak individu yang belum bisa menyalakan uangnya untuk menjamin kenyamanannya disuatu saat dan melupakan tujuan jangka panjangnya hanya agar dapat kepuasan semata karena individu tersebut yang kurang disiplin dalam hal mengendalikan dirinya sendiri (Pompian, 2006).

Kontrol diri itu sendiri merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumtif, dalam kapasitas diri untuk membentuk, mengarahkan, dan mengatur perilaku pada dampak yang sifatnya negatif menjadi kearah yang lebih positif. Akan tetapi dari kebanyakan individu yang masih kesulitan untuk menstabilkan emosinya, sehingga menjadi mengarahkan ke dampak yang bersifat negatif (Risnawita & Gufon, 2010). Individu dengan kontrol diri baik bisa mengelola kebiasaan belanja mereka berdasarkan kebutuhan, tidak sekadar memenuhi keinginan semata (Munazzah, 2016). Hirschman dalam Amalia (2019), menyatakan bahwa individu dengan kontrol diri rendah akan sulit menahan keinginan memiliki produk yang baru. Rasa kurang puasnya tersebut yang akan mendorong individu lebih kuat melakukan pembelian secara terus menerus yang mengakibatkan pada perilaku konsumtif.

Antonides dalam Fitriana (2009) menyatakan bahwa pada proses pembelian sebuah produk, kontrol diri berperan penting dikarenakan membantu individu mengatur tindakan mereka agar tetap positif, termasuk dalam keputusan membeli. Menurut Kivetz & Simonson (2002) individu dengan kontrol diri rendah akan mengutamakan konsumsi hedonis dibandingkan konsumsi fungsional. Mereka lebih tertarik pada sesuatu yang bersifat kemewahan atau estetika dan hanya kesenangan semata. Individu sering kali bersikap tidak peduli kepada

lingkungan sekitarnya yang tidak menyukai apa yang dilakukan tersebut, mereka akan tetap berpegang teguh pada hal yang disukainya.

Sementara itu, individu dengan kontrol diri tinggi mampu mengelola perilakunya dengan baik, sehingga menghasilkan konsekuensi yang positif. Selain itu, mereka juga lebih mampu menghindari dampak negatif yang berpotensi merugikan diri sendiri atau orang lain disekitarnya. Berdasarkan penelitian sebelumnya, kebanyakan dari penggemar *K-Pop* yang masih belum bisa untuk mengontrol dirinya untuk perilaku konsumtif, maka penelitian ini berfokus pada “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penggemar *K-Pop* di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang”. Peneliti ingin riset lebih lanjut perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa penggemar *K-Pop* serta ingin mengetahui apa yang membuat individu tersebut dapat mengontrol diri terhadap perilaku konsumtif selama menjadi fans *K-Pop*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana tingkat kontrol diri pada mahasiswa penggemar *K-Pop*?
2. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop*?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Merujuk dari rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswa penggemar *K-Pop*.
2. Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop*.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop*.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Berkontribusi untuk memperluas wawasan serta ilmu pengetahuan baru bagi mahasiswa, khususnya dalam bidang Psikologi.
- b. Mendukung pengembangan ilmu Psikologi, terutama dalam aspek psikologi konsumen dan sosial.
- c. Menjadi referensi tambahan bagi penelitian sejenis di masa yang akan mendatang.

### 2. Manfaat Praktis

Meningkatkan kesadaran para fans *K-Pop* akan pentingnya kontrol diri saat pembelian barang terkait idola mereka.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Perilaku Konsumtif**

##### **1. Definisi Perilaku Konsumtif**

Individu dapat dikatakan berperilaku konsumtif menurut Engel, Blackwell, Winiard (2002) apabila meliputi dari beberapa aspek, seperti pembelian secara impulsif, pemborosan, dan pengambilan keputusan belanja yang tidak rasional. Perilaku ini menyebabkan individu menggunakan barang dan jasa bukan didasarkan kebutuhan, melainkan keinginan semata yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya (Solihat & Arnasik, 2018). Lingkungan sekitar pada dasarnya akan menilai lebih individu dengan apa yang mereka lakukan dan konsumsi, bukanlah konsumen otonom yang terjadi di masyarakat biasanya (Firdaus et al., 2018).

Sebagian dari masyarakat termasuk mahasiswa yang memiliki orientasi tinggi semakin menyadari keberadaan produk baru dan juga bermerk, sehingga mengikuti model terbaru. Pola perilaku ini akan diperkuat dengan barang yang menyebar pada individu secara langsung ataupun tidak langsung yang akan menampilkan gaya hidup mewah yang mencolok. Tanpa individu sadari, kondisi ini mendorong mereka untuk tetap terus melakukan pembelian, sehingga semakin terjebak dalam perilaku konsumtif tersebut (Lina & Rosyid, 1997). Tindakan konsumtif yaitu aktivitas pembelian atau penggunaan barang dan jasa secara berlebih tanpa pertimbangan. Tindakan ini didorong oleh keinginan pribadi daripada kebutuhan dasar, seringkali sebagai cara untuk mempertahankan gaya hidup mewah dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitar (Mujahidah, 2020).

Berdasarkan penjelasan tersebut, kesimpulan peneliti terkait perilaku konsumtif yaitu sebuah aktivitas membeli barang atau menggunakan jasa dengan berlebihan dengan tidak mementingkan kebutuhan pribadi individu, melainkan untuk kepuasan diri sendiri dalam pemenuhan keinginan semata yang hanya ingin dapat pengakuan dari lingkungan sekitarnya.

## 2. Aspek - Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (2002) perilaku konsumtif dapat dikategorikan ke dalam tiga aspek, sebagai berikut:

### a. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*)

Individu sering kali melakukan pembelian yang mendadak secara sadar tanpa adanya perencanaan atau pertimbangan yang matang, semata-mata karena dorongan sesaat yang muncul secara tiba – tiba atau spontan.

### b. Pemborosan (*wasteful buying*)

Individu yang telah menghabiskan sejumlah besar uang pribadinya untuk berbelanja tanpa memperhitungkan jangka panjang, apakah barang yang dibeli benar-benar dibutuhkan atau tidak.

### c. Pembelian secara tidak rasional (*non rational buying*)

Individu membeli tanpa memperkirakan adanya manfaatnya dengan jelas, karena didasarkan hanya pada keinginan semata bukan karena kebutuhan dasar pribadinya.

Lain hal pendapat dari Fromm (1995) pada penelitian Amalia (2019) yang menyampaikan bahwa ada beberapa aspek pada perilaku konsumtif, yaitu:

1. Keinginan penuh (*wants*), individu dengan keinginan yang kurang puas akan merasa tidak pernah cukup dan terus semakin meningkat. Oleh sebab itu, individu pasti selalu ingin dirinya lebih agar dapat memenuhi hasrat kepuasannya, meskipun sebenarnya individu tidak ada kebutuhan pada hal tersebut.
2. Barang yang ada diluar jangkauan, pada saat individu membentuk dirinya konsumtif maka akan semakin lama juga individu mengonsumsi sesuatu yang kompulsif dan tidak rasional. Dengan perasaan yang masih tidak puas itu, individu akan terus mencari kepuasan dengan cara membeli dan menggunakan barang atau jasa yang baru serta individu tidak akan lagi

melihatnya sebagai kebutuhan diri sendiri meskipun kegunaan barang itu bagi dirinya.

3. Barang yang tidak lagi produktif, dalam jangka pemakaian barang secara berlebihan akan menjadikan konsumsi individu yang tidak terarah dan barang yang digunakan akan tidak produktif. Individu akan membeli barang terus menerus walaupun yang terjadi, barang tersebut tidak penting lagi bagi dirinya karena ketidakpuasan apa yang dimilikinya.
4. Status, sebuah tindakan individu yang dapat diklasifikasikan menjadi konsumtif apabila individu tersebut memiliki barang yang berlebihan karena dari penilaian statusnya. Perilaku itu tidak lagi sebagai pengalaman, manusiawi ataupun produktif, dikarenakan hanya pemuasan keinginan dalam mencapai sebuah status dengan barang yang bukan untuk kebutuhan dirinya sendiri.

Berdasarkan dalam memahami aspek perilaku konsumtif, peneliti akan menggunakan teori yang dikembangkan dari Engel, Blackwell, dan Miniard (2002) sebagai acuan dalam pembuatan instrumen penelitian. Teori ini dipilih dikarenakan menawarkan model dalam keputusan konsumen yang sistematis dan rinci, aspek – aspek dalam model tersebut dianggap lebih dapat menggambarkan dinamika perilaku konsumtif mahasiswa penggemar *K-Pop*.

### **3. Karakteristik Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif memiliki karakteristik menurut Munandar (2006) dalam Widyaningrum & Puspitadewi (2016) di antaranya mudah terpengaruh oleh bujukan atau rayuan dari penjual, merasa tidak enak jika menolak tawaran penjual, mempunyai sikap tidak sabar apabila ingin membeli sesuatu sehingga individu tersebut membelinya bukan berdasarkan banyaknya pertimbangan dan hanya untuk keinginan sesaat.

Menurut Sumartono (2002) dalam Amalia (2019), karakteristik perilaku konsumtif sebagai berikut:

1. Individu membeli suatu barang bukan atas dasar manfaatnya, melainkan karena tertarik dengan penawaran hadiah yang menyertainya.

2. Karena dari segi pengemasannya yang menarik, individu akan lebih tertarik membeli sesuatu apabila cara pembungkusannya yang beda dari yang lainnya.
3. Pembelian untuk menjaga gaya penampilan juga gengsi semata, daripada membeli sesuatu yang lebih dibutuhkannya.
4. Karena adanya *discount*, *cashback* atau membeli tidak atas dasar kegunaan dari barang tersebut, tetapi dibeli karena tawaran harga menarik dan potongan harga.
5. Pembelian barang lebih cenderung yang dapat menjaga status sosialnya yang menjadi simbol dari individu tersebut.
6. Pengaruh model iklan yang memakai barang yang ingin dibeli, bukan karena tertarik dengan barangnya, akan tetapi karena barang yang dipromosikan oleh pemeran dari iklan tersebut.
7. Dengan adanya barang yang memiliki harga mahal akan meningkatkan kepercayaan diri individu.
8. Individu cenderung mencoba barang sejenis dengan merek berbeda, meskipun barang yang sebelumnya masih ada.

#### **4. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Meurut Engel, Blackwell, dan Miniard (2002) perilaku konsumtif disebabkan:

- a. Kebudayaan yang merupakan bagian dari kreativitas turun-temurun, kebudayaan membentuk perilaku yang mengakar dalam masyarakat. Pengaruh kebudayaan terhadap perilaku pembelian sangat kuat, karena keputusan konsumen sering kali didasarkan pada nilai-nilai budaya yang mereka pegang teguh.
- b. Kelas sosial dengan masyarakat terbagi ke dalam kelompok individu dengan kesamaan nilai, minat, dan perilaku. Perbedaan kelas sosial memengaruhi pola konsumsi, di mana individu dalam kelompok tertentu cenderung memiliki preferensi konsumsi berbeda.

- c. Kelompok referensi dimana interaksi dengan kelompok tertentu dapat membentuk persepsi dan opini individu terkait keputusan konsumsi mereka.
- d. Situasi adalah suasana hati dan kondisi individu, termasuk keadaan finansial, pendapatan, waktu, serta lokasi pembelian, dapat memengaruhi perilaku konsumtif mereka.
- e. Keluarga dalam bentuk keyakinan dan kebiasaan berperan sebagai penetapan keputusan perilaku individu dalam membeli atau menggunakan barang atau jasa tertentu. Keluarga termasuk dari bagian faktor eksternal yang memiliki pengaruh besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya.
- f. Kepribadian yang merupakan karakteristik individu yang melekat pada dirinya dapat memengaruhi cara mereka dalam mengambil keputusan konsumsi.
- g. Konsep diri dari persepsi dan perilaku individu dalam pembelian atau penggunaan barang dan jasa tertentu. Individu juga berpengaruh pada perilaku konsumsi yang memandang dirinya secara negatif yang cenderung akan berperilaku konsumtif dengan menaikkan citra dirinya.
- h. Motivasi adalah dorongan dorongan internal yang membuat mereka membeli atau menggunakan barang dan jasa tertentu.
- i. Pengalaman belajar yaitu individu membentuk perilaku konsumsi berdasarkan pengamatan dan informasi yang diperoleh terkait suatu produk. Jika suatu barang dianggap sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya, individu cenderung membelinya tanpa banyak pertimbangan.
- j. Gaya hidup dan cara individu mengelola waktu dan uangnya dapat diekspresikan melalui aktivitas, minat, dan pendapat mereka. Gaya hidup juga menentukan bagaimana cara individu tersebut bisa berinteraksi dengan lingkungannya.

Menurut penelitian Kurniawan (2017), faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif individu:

- a. Individu cenderung membeli barang langka (*limited edition*) yang sulit dimiliki orang lain. Hal ini mendorong perilaku konsumtif dengan mencari produk eksklusif yang biasanya memiliki harga sangat tinggi.
- b. Individu merasa bangga dengan penampilannya, sehingga cenderung membeli barang mahal atau mewah untuk lebih percaya diri dan mengikuti tren mode terkini.
- c. Individu memiliki kecenderungan untuk membeli barang yang populer agar tidak merasa tertinggal, meskipun barang tersebut sebenarnya tidak dibutuhkan.
- d. Individu berusaha menarik perhatian lingkungan sekitarnya dengan memiliki barang terbaru. Hal ini menyebabkan pola konsumsi yang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan kepada selera dan keinginan pribadi.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Estetika (2017) penyebab perilaku konsumtif yaitu terdapat dua faktor utama, diantaranya :

#### 1) Faktor Internal

- a) Konsep diri, individu melakukan pembelian berdasarkan cara mereka menilai dirinya sendiri, di mana keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi pribadi.
- b) Gaya hidup, individu cenderung melakukan pembelian dengan berdasarkan tren kekinian.

2) Faktor eksternal yaitu kelompok referensi seperti teman atau komunitas tertentu, dapat memengaruhi individu dalam mengambil keputusan konsumsi.

## **B. Kontrol Diri**

### **1. Definisi Kontrol Diri**

Averill (1973) mengungkapkan kontrol diri yaitu sebuah variabel psikologi dengan beberapa rancangan dalam mengontrol diri individu, yaitu kemampuan memodifikasi perilaku, mengolah informasi yang diperlukan, serta memilih tindakan yang diyakini. Kontrol diri salah satu dari keahlian individu dalam mengatur dorongan disaat menghadapi godaan yang memengaruhi kesejahteraan

fisiologis serta psikologis dan untuk ukuran dalam mengubah dorongan pada tindakan individu yang tidak diinginkan (Willems et al., 2018).

Adanya kemampuan tersebut individu menjadi memiliki kendali penuh atas ketentuan perilaku yang akan dimunculkan. Dengan diharapkan individu mempunyai kemampuan dalam mengatur serta mengarahkan perilaku agar positif dan dalam menghadapi kondisi di lingkungan sekitar (Dwi Marsela & Supriatna, 2019). Kontrol diri bisa menjadi kebiasaan individu melihat kondisi dalam diri sendiri dan lingkungan sekitarnya serta kemampuan agar dapat mengendalikan bentuk perilaku yang sama dengan situasi yang memunculkan tindakan, keinginan agar mendapatkan perhatian, kecenderungan untuk mengalihkan sesuatu agar sama dengan orang lain, merasa nyaman dalam interaksi sosial, serta menyembunyikan perasaannya (Risnawita, Nur Ghufon, 2010).

Berdasarkan penjelasan tersebut, kontrol diri bisa disimpulkan sebagai kemampuan individu menahan, mengendalikan, serta mengatur dirinya sendiri dalam merespons godaan atau dorongan. Kemampuan ini memungkinkan individu menghindari perilaku yang tidak diinginkan dan membantu mereka tetap fokus pada hal-hal positif guna mencapai tujuan yang diharapkan.

## **2. Aspek Kontrol Diri**

Kontrol diri memiliki beberapa aspek dari para ahli seperti Averill, Patty, dan Tagney. Menurut teori Averill (1973), kontrol diri terbagi menjadi tiga aspek antara lain:

1. Kontrol perilaku merupakan kemampuan mengubah atau memodifikasi situasi yang tidak diinginkan dengan mengatur perilakunya sendiri dan diharapkan dapat mengendalikan stimulus yang kurang sesuai.
2. Kontrol kognitif adalah kemampuan mengolah informasi yang tidak diinginkan sebagai cara mengukur keadaan sekitar dengan kerangka kognitif untuk mengurangi tekanan, misalnya individu dapat mencegah kondisi yang tidak diharapkan serta individu dapat menangkap kondisi tersebut dari segi positifnya.

3. Kontrol keputusan yaitu kemampuan memilih dan menentukan tindakan yang ingin dilakukan. Dengan adanya kontrol ini, individu memiliki kebebasan dan kesempatan untuk menentukan tindakan yang akan diambil sesuai dengan keinginannya.

Berbeda pendapat yang disampaikan oleh Averill, Patty et al. (2016) menjelaskan kontrol diri memiliki 4 aspek sebagai berikut:

1. Kontrol pada pemikiran (kognitif) yang merupakan sebuah kesanggupan individu dalam mengelola pikirannya sehingga dapat menciptakan sikap yang positif dan memfokuskan pada perilaku yang objektif.
2. Kontrol terhadap impulsif (dorongan lain) dengan suatu kemampuan individu untuk dapat mengarahkan diri dan berperilaku secara bijak pada tiap langkah dorongan hatinya yang bersifat negatif yang muncul secara tidak sadar serta tak terduga.
3. Kontrol dalam emosional adalah keahlian individu yang mempunyai pemahaman diri terhadap emosi dalam kaitannya pada diri individu ataupun orang yang berada di lingkungan sekitarnya.
4. Kontrol unjuk kerja yang dimiliki individu dalam mendapatkan nilai yang lebih positif dengan jangka waktu yang panjang.

Tagney, Baumeister, dan Boone di penelitian Ursia et al. (2013) juga memiliki pendapat sendiri tentang aspek kontrol diri yang terdiri dari lima aspek:

1. *Self – Discipline*

Membentuk kemampuan individu dalam melakukan disiplin diri sendiri yang harus memfokuskan pada saat mengerjakan sesuatu. Individu yang memiliki *self – discipline* akan dapat memahami bagaimana cara dirinya dapat menahan dan mengendalikan hal – hal yang mampu mengganggu konsentrasinya.

2. *Deliberate / Non Impulsive*

Keinginan pada individu dengan cara mengerjakan sesuatu dalam pertimbangan tertentu yang bersifat hati – hati dan tidak terburu – buru. Apabila

individu tersebut sedang melakukan apapun, maka individu akan mudah teralihkan. Individu dengan golongan *Non Impulsive* yang sifatnya lebih tenang dalam setiap mengambil langkah atau keputusan untuk bertindak.

### 3. *Healthy Habits*

Kemampuan pada individu untuk mengelola sebuah pola perilaku yang menjadikan kebiasaan positif, dengan hal itu individu yang memiliki *healthy habits* dipastikan akan selalu bisa memilih mana yang dapat merugikan dirinya, sekalipun hal tersebut yang dapat menyenangkan. Individu yang mempunyai *healthy habits* akan bisa memprioritaskan sesuatu yang baik bagi dirinya, walaupun dampaknya masih tidak dapat diterima secara langsung.

### 4. *Work Ethic*

Berhubungan pada penilaian individu dengan regulasi diri mereka di dalam layanan etika kerja, individu akan mampu menyelesaikan sesuatu dengan baik tanpa adanya pengaruh dari lingkungan sekitarnya, meskipun hal tersebut sifatnya menyenangkan. Individu yang mempunyai *work ethic* mampu fokus pada pekerjaan yang sedang dilakukan.

### 5. *Realibility*

Sebuah aspek yang berkaitan dengan penilaian individu yang lainnya pada kemampuan dirinya dalam mengerjakan suatu rancangan berjangka panjang untuk mencapai tujuan tertentu. Secara stabil individu akan mengontrol segala tindakan perilakunya untuk menciptakan setiap perencanaan yang dibuat individu tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti memilih aspek kontrol diri dari teori yang dikemukakan oleh Averill (1973), karena teori tersebut membagi menjadi tiga aspek utama yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan. Aspek – aspek tersebut dinilai paling relevan untuk memahami bagaimana individu yang khususnya penggemar *K-Pop* mengelola dorongan dalam perilaku mereka serta memberikan penjelasan yang lebih komprehensif tentang proses internal individu dalam mengatur perilaku, pikiran, dan keputusan yang sangat berkaitan dengan kecenderungan mereka dalam berperilaku.

### 3. Faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Kontrol diri disebabkan faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi usia serta tingkat kematangan individu. Semakin usia bertambah, kemampuan dalam kontrol diri akan semakin meningkat. Selain itu, individu yang telah mencapai kematangan psikologis lebih mampu mengendalikan perilakunya dengan mempertimbangkan manfaat serta dampak negatif dari setiap tindakan yang dilakukan.

Sementara itu, faktor eksternal mencakup lingkungan yaitu keluarga serta budaya. Peran orang tua dalam keluarga sangat berpengaruh dalam membentuk kemampuan individu dalam mengontrol diri. Kurangnya keterlibatan orang tua dapat memengaruhi rendahnya kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya. Selain itu, budaya juga berkontribusi dalam membentuk pola kontrol diri seseorang berdasarkan norma dan nilai di masyarakat (Afandi & Aziz, 2012).

Sama halnya seperti yang dijelaskan oleh Risnawita, Nur Ghufron (2010), faktor utama yang memengaruhi kontrol diri adalah:

1. Faktor internal berkaitan dengan usia individu. Kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya berkembang seiring dengan penambahan usia.
2. Faktor eksternal berasal dari lingkungan keluarga, terutama peran orang tua. Penerapan kedisiplinan sejak dini oleh orang tua akan membentuk sikap kontrol diri yang kuat pada anak. Konsistensi dalam memberikan konsekuensi atas tindakan anak yang menyimpang dari aturan yang telah ditetapkan akan menjadi nilai yang terinternalisasi dalam diri individu. Dengan demikian, kontrol diri akan terbentuk secara stabil seiring dengan pertumbuhan individu.

Sesuai penjelasan tersebut, kontrol diri dipengaruhi faktor internal seperti usia serta kematangan psikologis, dan faktor eksternal mencakup lingkungan, seperti keluarga dan budaya, yang turut membentuk serta memengaruhi kemampuan individu untuk mengontrol dirinya.

#### **4. Manfaat Kontrol Diri**

Aini & Mahardayani (2011) menyatakan bahwa masing-masing individu pasti mempunyai tingkat kontrol diri berbeda, baik tinggi ataupun rendah. Oleh karena itu, individu dengan kontrol diri tinggi mampu memanfaatkan waktu dengan efektif dan selalu memfokuskan diri pada tindakan yang lebih penting. Selain itu, mereka juga mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan mengelola kondisi agar tetap berada dalam jalur yang membawa dampak positif.

Menurut Messina dalam Khairunnisa (2013), individu memiliki pengendalian diri yang berfungsi sebagai berikut:

1. Menetapkan ketertarikan individu pada orang lain, dengan kontrol diri dapat lebih fokus terhadap kebutuhannya sendiri tanpa terlalu terpengaruh oleh keinginan orang lain di sekitarnya.
2. Memisahkan hasrat individu untuk mengatur orang lain disekitarnya, individu dengan kontrol diri baik lebih mampu memberikan batas dirinya serta memberi ruang untuk orang lain bertindak secara mandiri.
3. Membatasi sikap individu untuk berperilaku negatif, kontrol diri berperan dalam mencegah individu melakukan tindakan yang tidak sesuai atau merugikan.
4. Mendukung individu memenuhi kebutuhannya agar seimbang, individu dengan kontrol diri baik berusaha memenuhi kebutuhannya secara proporsional agar tercipta keseimbangan dalam kehidupannya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, kesimpulannya individu dengan kontrol diri baik dapat mengelola perilaku pada berbagai aspek kehidupan. Mereka dapat mengelola tindakan serta keputusan dengan lebih baik, menghindari perilaku yang merugikan, dan menciptakan keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhannya.

#### **C. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif**

Menurut Tambunan dalam Haryani & Herwanto (2015) perilaku konsumtif merupakan dorongan individu dalam menggunakan barang atau jasa secara berlebih tanpa didasari kebutuhan mendesak, yang tujuannya mencapai kepuasan diri yang maksimal. Dalam penelitian Munazzah (2016), menyebutkan bahwa

individu dapat dikatakan memiliki perilaku konsumtif apabila kebiasaannya dalam berbelanja tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan hanya untuk kesenangan tanpa pertimbangan rasional. Para fans *K-Pop* cenderung menghabiskan banyak uang untuk membeli pernak – pernik seperti album foto, *photocard*, *lightstick*, dan semacamnya hanya demi mendukung idola yang disukainya serta banyak faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif, faktor internal dan faktor eksternal.

Pendapat tersebut sejalan dengan pernyataan Engel, Blackwell, dan Miniard (2002) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif memiliki beberapa faktor seperti kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, situasi, keluarga, kepribadian, konsep diri, motivasi, pengalaman belajar, serta gaya hidup. Konsumen yang mampu mengendalikan dirinya saat dihadapkan pada faktor penyebab perilaku konsumtif, maka dapat mengurangi risiko kecenderungan untuk berperilaku konsumtif (Anggraini, 2019). Perilaku konsumtif seringkali timbul dari kebanyakan individu yang masih belum bisa adalah dengan menisakan uangnya pribadi untuk menjamin kenyamanan mereka pada jangka panjang, sehingga individu akan melupakan pada tujuannya yang hanya untuk kepuasan sementara dikarenakan individu kurang disiplin diri dalam mengendalikan dirinya sendiri.

Kontrol diri yang baik untuk individu yaitu pada saat mereka dapat menciptakan perilaku yang tidak impulsif dan cenderung lebih berpikir secara rasional terlebih dahulu sebelum bertindak. Sifat atau karakter pada individu yang mengontrol dirinya dengan baik cenderung lebih proaktif dalam mencari serta memanfaatkan informasi untuk mengatur lingkungannya, lebih tahan terhadap pengaruh eksternal, mampu menunda kepuasan, serta memiliki kestabilan emosi yang lebih baik. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri rendah cenderung bersikap pasif, menarik diri dari lingkungan, lebih terpengaruh oleh orang lain, kurang disiplin, menjalani hidup tanpa aturan yang jelas, mudah terdorong oleh keinginan impulsif, emosional, serta memiliki respons yang cenderung kasar dan refleksif (Amalia, 2019).

Dengan adanya kontrol diri individu yang baik diharapkan dapat menjadikan pribadi yang lebih bijak dalam memilih antara kebutuhan yang

memang diperlukan atau hanya sekedar keinginan semata dalam pembelian barang atau dalam penggunaan jasa. Apabila kontrol diri tidak dibentuk, perilaku konsumtif yang akan mengakibatkan individu menjadi rugi baik dalam segi psikologis atau ekonomi individu tersebut.

#### **D. Kerangka Berfikir**

Kerangka berpikir merupakan kerangka kognitif yang menguraikan tentang hubungan antara teori dengan faktor-faktor yang diidentifikasi sebelumnya. Kerangka berfikir akan menggambarkan korelasi antara variabel. Maka, sangat penting untuk menjelaskan hubungan variabel independen dan dependen yang terdapat di dalam konteks teoritis (Sugiyono, 2016).



#### **E. Hipotesis**

H0 : Tidak adanya pengaruh antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop* di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

H1 : Terdapat pengaruh kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop* di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2016) didefinisikan sebagai pendekatan penelitian yang dilakukan pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan dianalisis kuantitatif untuk menguji hipotesis. Data dikumpulkan melalui metode survei, yaitu pengambilan data secara alami dengan berbagai teknik seperti penyebaran kuesioner, tes, serta wawancara terstruktur. Dalam penelitian ini, analisis data menggunakan regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

#### **B. Variabel Penelitian**

Variabel yaitu atribut dari penelitian yang ditentukan oleh peneliti untuk dikaji lebih dalam. Variabel juga dapat diartikan sebagai komponen dari sebuah objek yang memiliki makna, nilai, dan ukuran yang berbeda, sehingga dapat diukur (Ahyar et al., 2020). Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel:

1. Variabel bebas (X) yang mempengaruhi atau menimbulkan perubahan pada variabel lain. Variabel bebas yang digunakan adalah kontrol diri.
2. Variabel terikat (Y) yang dipengaruhi oleh variabel bebas dan menjadi hasil dari perubahan yang ditimbulkan. Variabel terikat yang digunakan yaitu perilaku konsumtif.

#### **C. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional yaitu penjelasan rinci dan praktis tentang bentuk yang digunakan dalam suatu penelitian (Ahyar et al., 2020). Penjelasan ini mencakup arti dari penggunaan istilah-istilah khusus yang relevan dalam konteks penelitian yang dilakukan. Definisi operasional merujuk pada definisi atau spesifikasi aktivitas yang diberikan pada variabel tertentu dengan tujuan mengukurnya dan menjelaskan bagaimana konsep tersebut dioperasikan secara praktis (Sugiyono, 2016).

## **1. Kontrol Diri**

Kontrol diri adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh mahasiswa penggemar *K-Pop* dalam mengatur suatu stimulus yang tidak diinginkan, dapat memproses sebuah informasi yang tidak dibutuhkan dengan baik, serta individu dapat memilih tindakan yang diharapkan sesuai dengan aturan dalam berperilaku dengan pertimbangan dan pemikiran yang rasional. Individu dengan kontrol diri yang tinggi dan baik, maka akan tinggi juga individu tersebut dalam melakukan pengendalian diri terhadap perilakunya. Aspek kontrol diri dari Averill (1973) yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, serta kontrol keputusan, dijadikan landasan bagi peneliti untuk penentuan alat ukur kontrol diri di penelitian ini.

## **2. Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan sebuah perilaku dari mahasiswa penggemar *K-Pop* yang seringkali tidak didasarkan pada suatu pertimbangan yang rasional dan biasanya individu hanya membeli aksesoris atau *merchandise* yang berkaitan dengan idola *K-Pop*, akan tetapi karena adanya keinginan yang sudah mencapai batas tidak rasional lagi, dengan pembelian tersebut individu menjadi impulsif yang mengakibatkan pemborosan dan tidak bisa membedakan antara keinginan yang semata atau kebutuhan individu itu sendiri. Sesuai dengan aspek – aspek perilaku konsumtif dari Engel, Blackwell, dan Miniard (2002) yaitu pembelian impulsif, pemborosan, serta pembelian secara tidak rasional akan menjadi landasan bagi peneliti dalam menentukan alat ukur keputusan pembelian yang digunakan.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi sesuai definisi Sugiyono (2016) yaitu kumpulan subjek yang akan diteliti, terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti agar dianalisis guna memperoleh kesimpulan. Pemilihan populasi sangat penting dalam penelitian. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa penggemar *K-Pop* di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016), sampel yaitu bagian dari populasi yang karakteristik tertentu serta mewakili keseluruhan populasi. Pada penelitian tidak selalu peneliti mengambil keseluruhan jumlah produksi yang ada dikarenakan peneliti tidak mungkin meneliti semua subjek atau objek. Peneliti akan mengambil beberapa populasi yang benar-benar merepresentatif karakteristik yang diteliti agar dapat menghasilkan kesimpulan yang akurat dan tidak menimbulkan kesalahan (Sugiyono, 2016). Sampel dalam penelitian ini diambil dari sebagian populasi mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi fans *K-Pop*. Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan, penelitian ini mengacu pada rumus Lemeshow sebagai dasar dalam menghitung jumlah sampel yang diteliti, dengan perhitungannya:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

Z = Nilai z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi

D = Tingkat kesalahan

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 = 97$$

Berdasarkan hasil penghitungan rumus Lemeshow didapatkan sampel berjumlah 97 responden, tetapi dalam penelitian ini peneliti membulatkan jumlah sample menjadi 100 responden.

### **3. Teknik Sampling**

Penelitian ini menerapkan teknik purposive sampling, metode penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kriteria tertentu antara lain:

1. Mahasiswa aktif UIN Malang
2. Laki-laki atau perempuan
3. Merupakan penggemar *K-Pop* (menyukai dan mengidolakan artis/grup *K-Pop*)
4. Pernah melakukan pembelian barang yang berkaitan dengan idolanya.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yaitu serangkaian prosedur supaya memperoleh data atau informasi yang relevan guna menjawab rumusan masalah. Teknik pengumpulan data bisa dikerjakan dengan berbagai *setting*, sumber serta beragam cara (Sugiyono, 2016). Beberapa teknik yang digunakan mencakup wawancara untuk memahami fenomena secara awal serta kuesioner sebagai metode utama dalam pengumpulan data selama penelitian. Pemilihan teknik ini harus sesuai dengan jenis penelitian, tujuan, sumber data yang tersedia, serta kemampuan peneliti. Teknik yang digunakan pada penelitian ini meliputi:

#### **1. Kuesioner**

Menurut Yusuf (2014), kuesioner yaitu serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian dan diberikan pada responden untuk dijawab guna memperoleh data. Teknik ini memiliki kelebihan efisien ketika diterapkan pada jumlah responden atau sampel yang cukup banyak (Yusuf, 2014). Kuesioner berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup pada responden. Kuesioner menjadi metode utama dalam mengumpulkan data pada penelitian ini.

## **2. Skala**

Skala adalah acuan yang digunakan untuk penentu panjangnya interval dalam alat ukur, sehingga memiliki hasil atau nilai dan memiliki data kuantitatif (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, memakai skala *Likert* guna mengukur respons serta pendapat responden secara cermat dan sistematis terkait variabel yang diteliti. Skala Likert terdiri dari serangkaian pernyataan mengenai pendapat responden terhadap objek penelitian, di mana setiap pernyataan memiliki empat kategori penilaian, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

### **1. Skala Kontrol Diri**

Penelitian ini memakai skala kontrol diri yang di adaptasi dari penelitian Rahmawati (2022) dengan model yang dikembangkan oleh Averill (1973). Skala ini dirancang guna mengukur kontrol diri dengan tiga aspek utama, yaitu kontrol perilaku dengan indikator mengontrol perilaku dan mengontrol situasi yang terdiri dari 4 pernyataan dengan masing-masing memiliki 2 pernyataan favorable dan unfavorable, sama halnya pada kontrol kognitif dengan indikator mengatasi suatu masalah yang memiliki 2 pernyataan favorable dan 2 pernyataan unfavorable sedangkan pada indikator menilai suatu peristiwa memiliki 3 pernyataan favorable dan 3 pernyataan unfavorable, serta kontrol keputusan juga dengan indikator mengambil keputusan dan berpikir sebelum bertindak yang terdiri dari 3 pernyataan dengan masing – masing memiliki 2 pernyataan favorable dan 1 pernyataan unfavorable.

**Tabel 3. 1 Blueprint Skala Kontrol Diri**

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Kontrol Perilaku	Mengontrol perilaku	5 dan 6	3 dan 4	4
	Mengontrol situasi	1 dan 2	7 dan 8	4
Kontrol Kognitif	Mengatasi suatu masalah	21 dan 22	9 dan 10	4
	Menilai suatu peristiwa	14, 15 dan 16	17, 18 dan 19	6
Kontrol Keputusan	Mengambil keputusan	12 dan 20	24	3
	Berpikir sebelum bertindak	13 dan 23	11	3
Jumlah		13	11	24

## 2. Skala Perilaku Konsumtif

Penelitian ini memakai skala perilaku konsumtif yang di adaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2019) didasarkan menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (2002), yang mencakup tiga aspek utama berikut:

### a. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*)

Perilaku individu disaat membeli sesuatu yang didorong oleh hasrat atau keinginan mendadak (spontan), tanpa adanya pertimbangan atau perencanaan yang matang.

b. Pemborosan (*wasteful buying*)

Sikap individu dalam membeli suatu barang dengan menghamburkan banyak uang tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya.

c. Pembelian secara tidak rasional (*non rational buying*)

Perilaku konsumtif ditandai dengan keputusan pembelian berdasarkan keinginan semata, tanpa memperhitungkan kegunaan atau manfaat barang dan jasa yang dibeli.

**Tabel 3. 2 Blueprint Skala Perilaku Konsumtif**

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Impulsif	Perilaku seseorang yang tidak dapat mengontrol diri saat membeli hanya untuk memenuhi keinginan dan kehendaknya tanpa adanya perencanaan	5, 11	12, 4	4
Tidak Rasional	Perilaku membeli barang atau jasa tanpa memikirkan kegunaan dari barang yang telah dibeli karena hanya untuk memenuhi kesenangan dan keinginannya saja.	9, 13	2, 6	4
Pemborosan	Membeli yang dilakukan dengan cara menggunakan uang secara berlebihan hanya untuk memenuhi kesenangan dan kepuasan	1, 3, dan 10	7, 8, 14	6
Jumlah		7	7	14

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu tahapan penyusunan serta mengolah data yang telah didapat dari lapangan untuk diolah secara sistematis, mengajarkannya dalam pembahasan yang detail, dan mengambil kesimpulan atas data-data yang telah didapatkan sebelumnya (Ahyar et al., 2020). Peneliti akan menggunakan teknik analisis untuk mengolah data yang dikumpulkan melalui instrumen penelitian yang telah disusun, dan akan diolah menggunakan aplikasi statistik *SPSS*.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas tujuannya menilai keabsahan suatu item dalam instrumen penelitian. Semakin tinggi nilai dari validitas sebuah instrumen penelitian semakin baik juga instrumen tersebut digunakan. Suatu instrumen dianggap valid apabila data yang diperoleh memiliki kesesuaian dengan kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan. (Sugiyono, 2016). Dalam menguji validitas instrumen terdapat standar dalam pengukuran validitas, yaitu aitem dinyatakan valid jika nilai  $r_{xy} \geq 0,30$ . Pada penelitian ini uji validitas memakai metode uji validitas *product moment*.

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

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisiensi korelasi *product moment*

N : Jumlah Subjek

$\Sigma x$  : Skor Aitem

$\Sigma y$  : Skor Total

### 1. Skala Kontrol Diri

Pengujian validitas pada skala penelitian ini menggunakan nilai rtabel 5% kepada 30 subjek dengan nilai rtabel (0,361). Berdasarkan pengujian, terdapat beberapa aitem yang gugur yang awalnya terdapat 24 aitem menjadi 18 aitem. Adapun rinciannya yaitu:

**Tabel 3. 3 Uji Validitas Kontrol Diri**

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Valid	Aitem Gugur
Kontrol Perilaku	Mengontrol perilaku	5 dan 6	3 dan 4	5,3,4	6
	Mengontrol situasi	1 dan 2	7 dan 8	1,2,7	8
Kontrol Kognitif	Mengatasi suatu masalah	21 dan 22	9 dan 10	21,22,9,10	-
	Menilai suatu peristiwa	14, 15 dan 16	17, 18 dan 19	14,15,18,19	16,17
Kontrol Keputusan	Mengambil keputusan	12 dan 20	24	12,20	24
	Berpikir sebelum bertindak	13 dan 23	11	13,23	11
<b>Jumlah</b>		13	11	18	6

Berdasarkan dari tabel 3.3 terdapat 6 aitem yang tidak valid pada skala kontrol diri, sehingga aitem yang dapat digunakan berjumlah 18 aitem.

## 2. Skala Perilaku Konsumtif

Dalam pengujian validitas skala perilaku konsumtif juga tetap memakai nilai r tabel 5% kepada 30 responden dengan nilai r tabel (0,361). Berikut hasilnya:

**Tabel 3. 4 Uji Validitas Perilaku Konsumtif**

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Valid	Aitem Gugur
Impulsif	Perilaku seseorang yang tidak dapat mengontrol diri saat membeli hanya untuk memenuhi keinginan dan kehendaknya tanpa adanya perencanaan	5 dan 11	4 dan 12	5, 4, 11, 12	-
Tidak Rasional	Perilaku membeli barang atau jasa tanpa memikirkan kegunaan dari barang yang telah dibeli karena hanya untuk memenuhi kesenangan dan keinginannya saja.	9 dan 13	2 dan 6	9, 2, 6	13
Pemborosan	Membeli yang dilakukan dengan cara menggunakan uang secara berlebih-lebihan hanya untuk memenuhi kesenangan dan kepuasan	1, 3, dan 10	7, 8, dan 14	1, 3, 7, 8, 10, 14	-
<b>Jumlah</b>		7	7	13	1

Berdasarkan dari tabel 3.4 terdapat 1 aitem yang tidak valid dalam skala perilaku konsumtif, sehingga yang awalnya 14 aitem menjadi 13 aitem yang dapat digunakan.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu serangkaian pengujian yang tujuannya menilai kestabilan serta konsistensi suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk memberikan konsistensi antara pengukuran yang pertama dan pengukuran yang selanjutnya dengan instrument yang sama. Instrumen akan dikatakan reliabel ketika nilai uji nya mendekati 1.00, sebaliknya jika nilai sebuah instrument jauh dari nilai 1.00 maka instrument tersebut dikatakan kurang reliabel sehingga

instrument tersebut harus diuji kembali. Uji reliabilitas memakai rumus *Cronbach Alpha* pada penelitian ini:

$$\alpha = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\Sigma \sigma^2 b}{\sigma^2 b} \right]$$

Keterangan:

$\alpha$  : Reliabilitas

n : Banyaknya aitem

$\Sigma \sigma^2 b$  : Varians skor tiap aitem

$\sigma^2 b$  : Varians skor total

**Tabel 3. 5 Hasil Uji Coba Reliabilitas**

Uji Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kontrol Diri	0,875
Perilaku Konsumtif	0,874

Berdasarkan hasil tersebut kedua variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* pada kedua variabel menunjukkan  $> 0,7$  dengan nilai reliabilitas kontrol diri di angka 0,875 dan nilai reliabilitas perilaku konsumtif di angka 0,874.

### 3. Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu pengujian guna menentukan data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini menjadi salah satu syarat dalam statistic parameter. Data dapat dianggap baik jika hasil pendistribusiannya normal atau mendekati normal. Data dianggap berdistribusi normal apabila nilai  $P \geq 0,05$  dan  $P \leq 0,05$  berarti data dianggap tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas memakai uji Kolmogorov-Smirnov yaitu:

$$KD : 1,36 \frac{nl+n2}{nl n2}$$

Keterangan:

KD : Jumlah Kolmogorov – Smirnov yang dicari

nl : Jumlah Sampel yang diperoleh

n2 : Jumlah Sampel yang diharapkan

#### **b. Uji Linieritas**

Uji linearitas bertujuan menentukan apakah terdapat hubungan yang linear antar variabel (Ahyar et al., 2020). Uji linieritas dapat dinyatakan linier jika nilai  $P \geq 0,05$ , tetapi jika nilai  $P \leq 0,05$  maka dikatakan tidak linier.

#### **c. Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif tujuannya menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data sebagaimana adanya untuk membuat kesimpulan bersifat umum (Sugiyono, 2016). Jika penelitian dilakukan pada populasi tanpa sampel yang jelas, maka statistik deskriptif menjadi metode analisis yang digunakan. Data disajikan dalam bentuk tabel, grafik, serta perhitungan statistik seperti modus, mean, median, desil, dan persentil guna memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai data.

### **4. Uji Hipotesis**

#### **a. Analisis Regresi**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana guna mengetahui kemungkinan adanya hubungan variabel X dan Y. Langkah pertama dalam analisis ini yaitu mengumpulkan data yang diperlukan untuk pengujian. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis regresi sederhana untuk mengukur sejauh mana variabel X memengaruhi variabel Y (Abdullah Ma'ruf, 2015).

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Penelitian**

##### **1. Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**

Universitas Islam Negeri (UIN) Malang adalah institusi pendidikan tinggi di Indonesia yang beroperasi dibawah Kementerian Agama. Secara akademik juga mendapat pembinaan dari Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Nasional (KEMENDIKBUD). Kampus ini bertempat di Jalan Gajayana No. 50, Kec.Lowokwaru, Kota Malang. Kampus ini mempunyai misi untuk menyediakan pendidikan berkualitas tinggi yang didasarkan pada nilai-nilai Islam. UIN Malang sendiri telah menjadikan posisinya sebagai lembaga pendidikan yang berkomitmen pada pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkualitas dengan memberikan penekanan khusus pada studi-studi Islam.

Universitas Islam Negeri (UIN) Malang didirikan berdasarkan Surat Keputusan Presiden No.50 tanggal 21 Juni 2004. Nama Universitas ini menggunakan nama *Maulana Malik Ibrahim*, salah satu tokoh wali songo yang berada di Indonesia yang lebih di kenal dengan sunan Gresik, yang menyebarkan Islam di Jawa dan menjadi salah satu kampus yang bertemakan Islam terbaik di Indonesia. UIN Malang mempunyai 8 fakultas, 45 jurusan/program studi, 3 pendidikan profesi, juga 6 program doktor. Beberapa fakultas yang ada adalah Tarbiyah, Humaniora, Syari'ah, Ekonomi, Sains, dan Teknologi, Psikologi, Kedokteran, dan Farmasi. Penelitian ini subjeknya yaitu mahasiswa aktif yang tengah menempuh sarjana (S1), karena penggemar *K-Pop* rata-rata usianya dari sarjana (S1).

##### **a) Visi**

Terwujudnya pendidikan tinggi yang integrative dalam memadukan sains dan Islam yang bereputasi Internasional.

### b) Misi

Beberapa misi yang diemban oleh Universitas Islam Negeri (UIN) Malang adalah:

1. Mencetak sarjana yang berkarakter Ulul Albab.
2. Menghasilkan sains, teknologi, seni yang relevan serta budaya saing tinggi.

### c) Tujuan

1. Mencetak sarjana yang berkarakter Ulul Albab
2. Menghasilkan sains, teknologi, seni yang relevan serta budaya saing tinggi.

## 2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Malang (UIN) Malang dan dimulai sejak bulan Desember 2024 sampai bulan Januari 2025. Peneliti melakukan penyebaran skala kepada subjek mahasiswa yang menggemari *K-Pop* melalui aplikasi *google form* yang dilakukan pada tanggal 17 Januari 2025 sampai dengan 28 Januari 2025. Penggunaan *google form* dipilih karena lebih mudah untuk penyebaran kuesioner dalam rangka pengumpulan data langsung berbentuk digital.

## 3. Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan sampel 100 subjek/responden mahasiswa aktif yang sedang menempuh sarjana (S1) yang menggemari idol *K-Pop* di kampus Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Populasinya mencakup mahasiswa yang menggemari idola *K-Pop*.

**Tabel 4. 1 Data Demografi Subjek Penelitian**

Pernah membeli <i>merchandise K-Pop</i>	Frekuensi	Persentase
1 kali – 2 kali	48	48%
3 kali – 5 kali	28	28%
5 kali lebih	24	24%

Berdasarkan tabel 4.1 ditemukan bahwa, terdapat kategori responden yaitu terdapat penggemar *K-Pop* yang pernah membeli *merchandise K-Pop* yaitu sejumlah 48% merupakan penggemar *K-Pop* yang pernah membeli *merchandise* idol *K-Pop* sebanyak 1 kali – 2 kali, sejumlah 28% merupakan penggemar *K-Pop* yang pernah membeli *merchandise* idol *K-Pop* sebanyak 3 kali – 5 kali, dan sejumlah 24% merupakan penggemar *K-Pop* yang pernah membeli *merchandise* idol *K-Pop* sebanyak 5 kali lebih.

#### **4. Hambatan dalam Penelitian**

Peneliti memiliki hambatan dalam penyelesaian penelitian, diantaranya:

- a. Peneliti kurang banyak mengenal mahasiswa penggemar *K-Pop* di UIN Malang sehingga menyebabkan penyebaran kuisisioner memerlukan waktu.
- b. Beberapa penggemar mungkin lebih fokus pada musik *K-Pop* atau perkembangan idola *K-Pop* lewat media sosial, sehingga tidak sampai membeli *merchandise*.

### **B. Hasil Penelitian**

#### **1. Uji Deskriptif**

Pengujian deskriptif tujuannya menggambarkan mengenai subjek yang telah ditemukan di lapangan, mulai dari melihat nilai rata-rata dan *standart deviation* pada skala kontrol diri serta perilaku konsumtif. Analisis deskriptif akan digambarkan melalui rerataan nilai dalam kategori skor. Analisis akan dikelompokkan menjadi kategori rendah, sedang, tinggi.

## a. Analisis Deskriptif

**Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskriptif**

Variabel	Hipotetik			
	Min	Max	Mean	Std.
Kontrol Diri	18,00	72,00	45,0	9,0
Perilaku Konsumtif	13,00	52,00	32,5	6,5

---

Variabel	Empirik			
	Min	Max	Mean	Std.
Kontrol Diri	32,00	72,00	58,38	8,014
Perilaku Konsumtif	13,00	49,00	25,54	7,026

Berdasarkan dari tabel 4.2 uji deskriptif diketahui hasil uji deskriptif hipotetik variabel kontrol diri mendapatkan nilai minimal 18 dan maksimal 72, sedangkan mean dan *standart deviation* nya mendapatkan nilai 45 dan 9. Untuk variabel perilaku konsumtif mendapatkan nilai minimal 13 dan maksimalnya 52, sedangkan untuk mean dan *standart deviation* nya mendapatkan nilai 32,5 dan 6,5.

Pada pengujian deskriptif empirik dapat dilihat bahwa pada variabel kontrol diri diketahui mendapatkan nilai minimum nya 32, nilai maksimum nya 72, nilai mean nya 58,38 dan *standart deviation* sebesar 8. Untuk variabel perilaku konsumtif mendapatkan nilai minimum nya 13, nilai maksimum nya 49, nilai mean nya 25,54 dan *standart deviation* 7.

## a. Deskriptif Kategori Data

**Tabel 4. 3 Kategorisasi Skala Kontrol Diri**

Kategori	Rumus	Hasil
Tinggi	$X \geq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	$X \geq 54$
Sedang	$(\text{Mean} - 1\text{SD}) - (\text{Mean} + 1\text{SD})$	36 - 54
Rendah	$X \leq (\text{Mean} - 1\text{SD})$	$X \leq 36$

Tabel 4.3 menunjukkan hasil kategorisasi dari skala kontrol diri, maka dapat dirumuskan frekuensi dan presentase kontrol diri mahasiswa penggemar *K-Pop* yaitu:

**Tabel 4. 4 Frekuensi Kategori Skala Kontrol Diri**

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Tinggi	$X \geq 54$	70	70%
Sedang	36 – 54	29	29%
Rendah	$X \leq 36$	1	1%

Berdasarkan tabel 4.4, ditemukan dengan kontrol diri tinggi sebanyak 70%, sementara 29% sedang, dan hanya 1% yang tergolong dalam kategori kontrol diri rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa penggemar *K-Pop* memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi.

$$\text{a) Kontrol perilaku} = \frac{1965}{5838} = 0,34$$

$$\text{b) Kontrol kognitif} = \frac{2607}{5838} = 0,44$$

$$\text{c) Kontrol keputusan} = \frac{1266}{5838} = 0,22$$

**Tabel 4. 5 Aspek Pembentuk Kontrol Diri**

Aspek	Skor Total Aspek	Skor Total Variabel	Hasil
Kontrol perilaku	1965	5838	34%
Kontrol kognitif	2607		44%
Kontrol keputusan	1266		22%

Berdasarkan tabel 4.5, aspek utama yang membentuk kontrol diri adalah kontrol kognitif dengan persentase 44%, sedangkan aspek dengan persentase terendah adalah kontrol keputusan, yaitu 22%. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki cukup kemampuan dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan sebagai upaya memahami situasi sekitar melalui kerangka kognitif guna mengurangi tekanan. Sedangkan mahasiswa tidak memiliki kontrol keputusan yang baik, sehingga tidak bisa memilih dan memutuskan sebuah perilaku yang diinginkan.

**Tabel 4. 6 Kategorisasi Skala Perilaku Konsumtif**

Kategori	Rumus	Hasil
Tinggi	$X \geq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	$X \geq 39$
Sedang	$(\text{Mean} - 1\text{SD}) - (\text{Mean} + 1\text{SD})$	26 - 39
Rendah	$X \leq (\text{Mean} - 1\text{SD})$	$X \leq 26$

Tabel 4.6 menunjukkan hasil kategorisasi dari skala perilaku konsumtif, maka dapat dirumuskan frekuensi dan presentase perilaku konsumtif mahasiswa penggemar *K-Pop* yaitu:

**Tabel 4. 7 Frekuensi Kategori Skala Perilaku Konsumtif**

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Tinggi	$X \geq 39$	4	4%
Sedang	26 – 39	35	35%
Rendah	$X \leq 26$	61	61%

Berdasarkan tabel 4.7, ditemukan bahwa 4% tergolong perilaku konsumtif tinggi, 35% termasuk sedang, dan 61% termasuk rendah. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa penggemar *K-Pop* tingkat perilaku konsumtifnya rendah.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas tujuannya menentukan apakah data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak. Pengujian menggunakan spss *For Windows 22.0*. Pengujian normalitas menggunakan teknik *Kolmogrov Smirnov Test* dengan dasar jika nilai sig. > 0,05 maka data dianggap terdistribusi dengan normal, tetapi jika nilai sig. < 0,05 maka data dianggap tidak terdistribusi dengan normal. Berikut hasilnya:

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas**

Asym. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>	0,200
---------------------------------------	-------

Berdasarkan hasil uji normalitas, terlihat bahwa nilai *asym sig. (2-Tailed)* sebesar 0,200 berarti lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan data memiliki distribusi yang normal.

### b. Uji Linearitas

Uji linearitas tujuannya menganalisis apakah ada hubungan linear yang signifikan antara variabel. Pengujian menggunakan spss *For Windows* 22.0 dengan kriteria pengambilan keputusan, apabila nilai *deviation from linearity* > 0,05 artinya hubungan antar variabel berhubungan secara linear. Sedangkan apabila nilai *deviation from linearity* < 0,05 artinya hubungan antar variabel tidak berhubungan secara linear. Berikut adalah hasil uji linearitas:

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Linearitas  
Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif**

Y_Perilaku Konsumtif	Sig.
*X_Kontrol Diri      Deviation from linearity	0,358

Dari hasil pengujian, nilai *deviation from linearity* hasil analisis linearitas antara variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif adalah 0,358 (> 0,05), berarti kedua variabel tersebut terdapat hubungan linear.

### c. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas tujuannya melihat apakah model regresi yang berada dalam penelitian ini terdapat perbedaan varian dari residual satu ke pengamatan lain. Pengambilan keputusan pada uji ini menggunakan metode *glejser*, dimana jika nilai (Sig.) kurang dari 0,05 maka data mengalami gejala heterokedastisitas dalam model regresi, apabila nilai (Sig.) bernilai lebih besar dari 0,05 maka data tersebut tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas**

(Constant)	Sig.
X_Kontrol Diri	0,581

Pada hasil uji heterokedastisitas yang pada tabel 4.10, uji heterokedistisitas mendapatkan nilai sig. 0,581 yang bernilai diatas 0,05, artinya data tidak terjadi adanya gejala heterokedastisitas.

### 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis tujuannya menguji jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian yang dirumuskan berdasar teori yang digunakan dalam menjelaskan pengaruh masing-masing variabel. Pada pengujian hipotesis kali ini peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh dari kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop* di UIN Malang. Pengujian dilakukan dengan analisis regresi sederhana menggunakan aplikasi SPSS *for windows* 22.

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Sederhana**

<b>p</b>	<b><math>\beta</math></b>	<b>Fhit</b>	<b>R Square</b>	<b>Interpretasi</b>
0,000	-0,791	163,326	0,625	H0 ditolak, H1 diterima

Berdasarkan tabel, ditemukan nilai  $p$  (Sig.)  $< \alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang signifikan dengan nilai *R Square* sebesar 0,625 atau adanya 62,5% variasi dalam perilaku konsumtif yang bisa dijelaskan oleh kontrol diri. Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada penggemar *K-Pop* dengan nilai koefisien relasi ( $\beta$ ) sebesar -0,791 yang berarti terdapat pengaruh dalam peningkatan kontrol diri akan menyebabkan penurunan perilaku konsumtif individu atau sebaliknya.

## C. Pembahasan

### 1. Tingkat kontrol diri pada mahasiswa penggemar *K-Pop*

Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata tingkat kontrol diri pada mahasiswa penggemar *K-Pop* termasuk kategori tinggi dari total 100 responden. Sebanyak 70% responden memiliki tingkat kontrol diri tinggi, 29% termasuk kategori sedang, serta 1% memiliki tingkat rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa frekuensi dari kontrol diri mahasiswa penggemar *K-Pop* berada pada kategori tinggi memiliki jumlah yang dominan. Selain itu, berdasarkan data yang dikumpulkan, 12 dari 100 responden dengan tingkat kontrol diri tinggi berasal dari jurusan Psikologi, sementara sisanya berasal dari jurusan lainnya. Hal itu menunjukkan sesuai dengan penelitian oleh (Ulayya & Mujiasih, 2020), karena tingginya kontrol diri mahasiswa jurusan Psikologi yang mampu mengendalikan perilaku konsumtif dengan mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya, bukan sekadar memenuhi keinginan berdasarkan faktor emosional.

Mahasiswa dapat mencegah kondisi yang tidak diharapkan serta dapat menangkap kondisi tersebut dari segi positifnya, sejalan dengan hal itu dibuktikan oleh presentase dari aspek pembentuk kontrol diri mahasiswa aktif UIN Malang yaitu pada aspek kontrol kognitif dengan presentase 44% sehingga mahasiswa dapat mengatasi suatu masalah dan menilai suatu peristiwa yang berada disekitarnya. Sedangkan aspek yang memiliki kontribusi yang rendah adalah aspek kontrol keputusan. Sehubungan dengan hal itu juga menunjukkan bahwa mahasiswa dapat berpikir secara matang dan tidak terpengaruh oleh keadaan sekitar dalam melakukan pembelian apapun. Namun, mahasiswa sering mengalami kesulitan dalam mengontrol keputusannya untuk membeli sesuatu salah satu contohnya pada pembelian *merchandise* idola *K-Pop*.

Menurut penelitian Anggreini & Mariyanti (2014) kontrol diri terbagi menjadi tinggi, sedang, rendah. Individu dengan kontrol diri tinggi bisa mengelola situasi, emosi, serta perilaku secara rasional. Meskipun menerima stimulus seperti perilisan *merchandise* baru, diskon, atau barang edisi terbatas, individu ini tidak mudah tergoda untuk membeli. Individu dengan kontrol diri sedang mampu menghadapi stimulus yang kurang menyenangkan atau tidak diinginkan dengan

cukup baik. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri rendah cenderung sulit mengendalikan emosi, tidak bisa menahan diri pada stimulus yang menggoda, serta membuat keputusan berdasarkan dorongan emosional sesaat.

Mayoritas mahasiswa aktif UIN Malang yang merupakan penggemar *K-Pop* dengan tingkat kontrol diri tinggi, sedangkan hanya 1% dengan tingkat kontrol diri rendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri baik cenderung bisa menetapkan prioritas ketika berbelanja, dengan lebih mengutamakan kebutuhan daripada sekadar keinginan. Seperti penelitian sebelumnya oleh (Dzihan, 2022), menyatakan bahwa individu cenderung mempertimbangkan konsekuensi sebelum membeli barang yang ia inginkan. Apabila produk dianggap tak terlalu penting, individu akan lebih memilih menunda pembelian meskipun memiliki keinginan yang kuat untuk memilikinya. Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa penggemar *K-Pop* di UIN Malang mampu mengendalikan diri mereka dalam mencegah perilaku konsumtif, terutama saat membeli *merchandise* idola *K-Pop*.

## **2. Tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa aktif penggemar *K-Pop* memiliki tingkat perilaku konsumtif rendah, dengan persentase sebesar 61%. Sementara itu, 35% berada pada kategori sedang, dan hanya 4% atau 4 mahasiswa yang menunjukkan perilaku konsumtif tinggi. Sejalan dengan tingginya tingkat kontrol diri mahasiswa penggemar *K-Pop*, perilaku konsumtif yang rendah paling dominan ditemukan pada mahasiswa jurusan Psikologi, dengan jumlah 12 dari 100 responden. Individu dengan tingkat perilaku konsumtif yang rendah cenderung melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan, bukan sekadar keinginan.

Perilaku konsumtif yang rendah juga selaras dengan hasil data demografi dari subjek penelitian yang menunjukkan bahwa individu yang pernah membeli *merchandise* sebanyak 1-2 kali paling tinggi dengan angka 48% atau sekitar 48 responden yang mengindikasikan penggemar *K-Pop* di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang jarang sekali untuk membeli pernak-pernik idola yang disukainya. Kemudian, individu yang pernah membeli 3-5 kali *merchandise*

sebanyak 28% atau terdapat 28 responden yang menandakan bahwa penggemar *K-Pop* tersebut kadang melakukan pembelian barang secara konsumtif di sisi lain juga individu dapat menahan diri untuk tidak membeli barang idolanya mereka. Pada intensitas berikutnya yang menunjukkan bahwa individu penggemar *K-Pop* yang pernah membeli *merchandise* sebanyak 5 kali lebih sebesar 24% atau 24 responden yang sering kali tidak dapat mengontrol dirinya sehingga menyebabkan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif yang terjadi pada individu cenderung dianggap hal yang sepele dan biasa, padahal yang sebenarnya mereka berperilaku seperti itu dikarenakan pengendalian diri yang masih kurang baik dan kurang bisa dengan menilai manfaat barang yang mereka beli secara berlebihan. Pada saat penggemar *K-Pop* memiliki perilaku konsumtif yang tinggi, maka mereka nantinya akan berhadapan dalam keadaan dimana mereka mengalami kesulitan dalam hal material ataupun psikologisnya. Seperti yang diketahui bahwa penggemar *K-Pop* dengan perilaku konsumtif yang tinggi biasanya akan membeli barang (*merchandise*) yang mahal menggunakan segala cara agar bisa mendapatkan barang yang individu inginkan

Mereka juga lebih mempertimbangkan barang yang akan dibeli serta mengikuti daftar belanja yang telah disusun sebelumnya. Kemampuan ini penting dimiliki oleh setiap individu agar dapat mengontrol diri dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Risnawita, Nur Ghufron (2010) mengemukakan bahwa bahwa rendahnya tingkat perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa penggemar *K-Pop* dipengaruhi beberapa faktor internal, seperti usia dan kematangan. Seiring bertambahnya usia, individu cenderung lebih memprioritaskan hal-hal yang bermanfaat bagi dirinya serta lebih berhati-hati dalam menghindari tindakan yang dapat merugikan. Sementara itu, individu yang telah mencapai tingkat kematangan yang baik mampu membedakan antara kebutuhan sehari-hari dan sekadar keinginan, sehingga lebih bijak dalam mengambil keputusan terkait konsumsi.

### **3. Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai (Sig.) 0,000 serta nilai *R-Square* 0,625. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa aktif yang menggemari *K-Pop*. Artinya, perilaku konsumtif akan sangat bergantung pada tingkat kontrol diri yang dimiliki individu tersebut.

Mahasiswa dengan kontrol diri yang baik cenderung memiliki kemampuan untuk lebih menahan diri, dan apabila individu dengan kontrol diri yang kurang baik maka akan kesulitan menahan diri. Hal itu dikarenakan individu pada masa dewasa awal termasuk mahasiswa yang mulai mengetahui apa yang menjadi prioritasnya dan lebih mandiri, sehingga perilaku konsumtif yang dimilikinya sudah mulai berkurang (Simalango, 2020).

Sejalan dengan itu, pada masa dewasa awal individu juga tidak lagi bergantung pada orang tuanya, serta masa untuk bekerja bahkan sampai merantau di kota lain, terlibat dalam interaksi sosial, dan membangun hubungan dengan lawan jenis. Individu yang menggemari *K-Pop* dengan kontrol diri rendah cenderung lebih konsumtif, karena mereka mudah terpengaruh pada berbagai faktor yang mendorong mereka untuk terus berbelanja. Sebagai contoh, individu dengan kontrol diri lemah akan selalu membeli *merchandise* idola *K-Pop* nya untuk memuaskan keinginan semata. *Merchandise* tersebut dijadikan individu sebagai simbol yang bisa didapatkan untuk memenuhi kebahagiaannya serta sebagai identitas penggemar *K-Pop*.

Menurut Amalia (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat memicu cemas dan rasa tidak aman, sebab dorongan untuk membeli produk bukan sekadar memenuhi kebutuhan, melainkan lebih didasarkan pada keinginan untuk memperoleh kepuasan. Keinginan ini disebabkan faktor emosional yang berasal dari diri individu. Individu pada masa dewasa awal atau mahasiswa seharusnya dapat mengendalikan dirinya sendiri dan memiliki kepribadian atau karakteristik yang baik serta masa adaptasi mereka dengan

kehidupan lebih terarah dengan tujuannya, dimana individu sudah mulai membangun apa yang seharusnya ada pada dirinya.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dengan judul “Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop* di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang” yang telah dilakukan, kesimpulannya yaitu:

1. Tingkat kontrol diri mahasiswa penggemar *K-Pop* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menunjukkan hasil yang tinggi, yaitu persentase mencapai 70%. Mayoritas dari mereka berasal dari Jurusan Psikologi, yaitu 12 dari 100 responden. Hal itu mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki kontrol diri yang baik atau kuat pada perilaku konsumtif sehingga mereka dapat menahan dirinya untuk tidak membeli *merchandise* idola *K-Pop* nya secara berlebihan. Mahasiswa akan mengendepankan kebutuhan pribadinya terlebih dahulu dibandingkan dengan keinginan semata.
2. Tingkat perilaku konsumtif mahasiswa penggemar *K-Pop* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagian besar tergolong rendah yaitu persentase 61%, di mana mayoritas berasal dari Jurusan Psikologi, yaitu 12 dari 100 responden. Hal ini dapat diartikan bahwa mahasiswa tidak akan melakukan pembelian yang impulsif, dapat berpikir rasional, dan mampu untuk berhemat. Secara tidak langsung individu dapat memilih kebutuhan yang menjadi prioritasnya, membeli hal-hal bermanfaat, dan menghindari pemborosan.
3. Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop* di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat dibuktikan melalui nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 dan nilai *R-Square* sebesar 0,625. Hasil ini menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh yang negatif terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien relasi ( $\beta$ ) sebesar -0,791. Dengan kata lain, semakin tinggi kontrol diri individu, maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya, dan

sebaliknya, semakin rendah kontrol diri, maka semakin tinggi perilaku konsumtif individu tersebut.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyampaikan beberapa saran kepada beberapa pihak, sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang diharapkan setelah membaca penelitian ini dapat mempertahankan kontrol diri yang baik tersebut dengan cara menguatkan aspek pembentuk utama dari variabel kontrol diri. Karena dalam kontrol diri, aspek pembentuk utama yaitu kontrol kognitif. Mahasiswa dapat memahami keadaan sekitar untuk mengurangi tekanan, sehingga dapat mengambil suatu situasi dan kondisi dari segi positifnya serta individu tidak perlu tergesah-gesah dalam mendapatkan sebuah informasi.
2. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Peneliti hanya terfokus pada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa penggemar *K-Pop* di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang saja sehingga disarankan agar lebih memperluas jangkauan penelitian untuk melakukan penelitian terhadap mahasiswa se-Malang Raya.
  - b. Peneliti hanya membahas variabel perilaku konsumtif pada faktor pembelian *merchandise* sehingga diharapkan untuk peneliti selanjut dapat meningkat pada perilaku konsumtif dengan cara mengetahui faktor yang lebih luas, mungkin dapat berupa penggemar *K-Pop* yang sering menonton konser idolanya atau yang lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla, M., & Agus, I. (2021). Keputusan Pembelian Online Saat Pandemi Covid 19 di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dharma Andalas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 86.
- Abdullah Ma'ruf. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Afandi, A., & Aziz, N. (2012). Pengaruh Pelatihan Mindfulness Terhadap Peningkatan Kontrol Diri Siswa SMA. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 5(1), 19–27.
- Ahyar, H., Andriani, H., & Sukmana, D. J. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Aini, A. N., & Mahardayani, I. H. (2011). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Prokrastinasi dalam Menyelesaikan Skripsi pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus. *Jurnal Psikologi Pitutur*, 1(2), 65–71. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/PSI/article/view/26/25>
- Amalia, I. (2019). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal. *Rabit: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 1(1), 2019.
- Anggraini, I. (2019). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal. *Universitas Negeri Jakarta*, 1–154.
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul Jurnal Psikologi*, 12, 34–42. [https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-22839-11\\_2150.pdf](https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-22839-11_2150.pdf)
- Averill, J. R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli and It's Relationship to Stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303.

<https://doi.org/10.1037/h0034845>

- Dewi, N. L. P. K., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Unmas. *Jurnal Emas*, 2(3), 74–86.
- Dwi Marsela, R., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69. [http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative\\_counseling](http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling)
- Dzihan, F. (2022). *Belanja Online Produk Kecantikan Pada Mahasiswi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Estetika, M. (2017). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan Pendidikan Ekonomi*, 3(1), 1–10.
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (K-Popers) (Studi pada Penggemar K-Pop di Yogyakarta). In *Gender and Development* (Vol. 120, Issue 1). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Firdaus, Y., Pebrianti, Y., & Andriyani, T. (2018). Pengaruh Kecanduan Game Online Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Pengguna Game Online. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 2(2), 169–181.
- Fitriana, K. (2009). Kerajinan Berbelanja Pada Wanita Bekerja Fenomena. *Jurnal Psikologi: Universitas Gajah Mada, Volume 7 N*, 48–57.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 11, 5–11.
- Hidayat, A., & Kurniawan, C. (2016). Pengaruh Konsep Diri Dan Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Fakultas Hukum Non Reguler Universitas Islam Riau. *An-Nafs*, 10(01), 1–10. <http://jurnal.uir.ac.id/index.php/JAN/article/view/787>

- Jasmadi, J., & Azzama, A. (2017). Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Banda Aceh. *Psikoislamedia : Jurnal Psikologi*, 1(2), 325–334. <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i2.919>
- Khairunnisa, A. (2013). Hubungan Religiusitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Seksual Pranikah Remaja di MAN 1 Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(3), 126–131. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i3.3322>
- Kivetz, R., & Simonson, I. (2002). Self-Control For The Righteous: Toward a Theory Of Precommitment to Indulgence. *Journal of Consumer Research*, 29(2), 199–217. <https://doi.org/10.1086/341571>
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(Vol. 13 No. 4 (2017): Jurnal Media Wahana Ekonomika, 4, Januari 2017), 1–12. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709/2520>
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, 2(4), 5–13. [journal.uui.ac.id](http://journal.uui.ac.id)
- Luh, N., Putri, T., Bakar, R. M., & Hamid, A. N. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(5), 868–874.
- Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 1–18. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>
- Munazzah, Z. (2016). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. In *Media Konservasi* (Vol. 2, Issue 1). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Nisrina, D., Widodo, I. A., Larassari, I. B., Rahmaji, F., Kinanthi, G., & Adi, H.

- (2020). Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Antropologi Sosial. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 78–88.
- Patty, S., Wijono, S., & Setiawan, A. (2016). Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya, Kontrol Diri, dan Jenis Kelamin Dengan Prestasi Belajar Siswa di SMA Kristen YPKPM Ambon. *Psikodimensia*, 15(2), 204–235.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan Fanatisme pada Remaja Korean Wave. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 84–90. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3286>
- Pompian, M. (2006). Behavioral Finance and Wealth Management – How to Build Optimal Portfolios That Account for Investor Biases. *Financial Markets and Portfolio Management*, 21(4), 491–492. <https://doi.org/10.1007/s11408-007-0065-3>
- Putri, A. W., & Nindias, N. K. (2018). *Menyelami Militansi K-Popers*. Tirto.Id. <https://tirto.id/menyelami-militansi-k-popers-dacd>
- Rahmawati, K. (2022). *Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian online mahasiswa psikologi uin maulana malik ibrahim malang pada masa pandemi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Risnawita, R., & Gufron, N. (2010). *Teori - Teori Psikologi* (K. Rose (ed.); I). AR-RUZZ MEDIA.
- Simalango, W. (2020). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop* (Vol. 2507, Issue February). Universitas Bosowa Makassar.
- Simbar, F. K. (2016). Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda Di Kota Manado. *Jurnal Holistik*, 10(18), 1–20.
- Solihat, N. A., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup

Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos : Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 141–152.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Issue January).

Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>

Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 9(4), 271–279. <https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950>

Ursia, N. R., Siaputra, I. B., & Sutanto, N. (2013). Academic Procrastination and Self-Control in Thesis Writing Students of Faculty of Psychology, Universitas Surabaya. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.7454/mssh.v17i1.1798>

Wastuti, S. N. Y., & Pangaribuan, A. H. (2020). Upaya Pencegahan Perilaku Konsumtif Melalui Layanan Informasi Menggunakan Teknik Audio Visual. *Consilium : Berkala Kajian Konseling Dan Ilmu Keagamaan*, 6(2), 43. <https://doi.org/10.37064/consilium.v6i2.6367>

Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N. W. S. (2016). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 6(2), 102. <https://doi.org/10.26740/jppt.v6n2.p102-106>

Willems, Y. E., Li, J., Bartels, M., Amsterdam, V. U., & Finkenauer, C. (2018). *The Heritability of Self-Control: a Meta-Analysis*. October. <https://doi.org/10.31234/osf.io/eaz3d>

- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89–99. <https://doi.org/10.24843/jpu.2015.v02.i01.p09>
- Yusuf, M. (2014). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. In *Kencana* (4th ed.). PT Fajar Interpratama Mandiri. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>

## **LAMPIRAN**

### LAMPIRAN SKALA KONTROL DIRI

Sebelum mengisi angket, mohon untuk mengisi kolom identitas terlebih dahulu:

Nama/Inisial :

Jenis Kelamin :

Jurusan :

Apakah Anda adalah seorang penggemar *K-Pop*?

Jika iya, seberapa sering Anda membeli *merchandise* yang berhubungan dengan idola *K-Pop*?

Pilihlah dari salah satu pilihan yang sesuai dengan situasi Anda dan terdapat empat opsi jawaban yaitu sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Pilihlah jawaban yang sangat sesuai dengan Anda!

No.	Aitem	STS	TS	S	SS
1.	Saya mampu mengontrol diri saat melakukan pembelian barang idola <i>K-Pop</i>				
2.	Saya mampu mengendalikan diri meskipun sudah membeli barang idola <i>K-Pop</i>				
3.	Saya mengeluarkan uang bulanan secara berlebihan dengan membeli barang idola <i>K-Pop</i> , sehingga habis sebelum waktunya				
4.	Saya mudah tergoda membeli barang idola <i>K-Pop</i> yang sedang diskon				
5.	Saya menggunakan uang dengan membeli hal-hal yang bermanfaat				
6.	Saya sering berpikir negatif disaat tidak membeli barang idola <i>K-Pop</i>				
7.	Saya mudah belanja barang idola <i>K-Pop</i> yang kurang bermanfaat tanpa harus merencanakannya				
8.	Saya sering membeli barang idola <i>K-Pop</i> tanpa memikirkan semua kemungkinan yang akan terjadi				
9.	Saya tidak akan membeli barang atau produk idola <i>K-Pop</i> dikarenakan tidak ada manfaat yang diberikan				
10.	Saya hanya membeli barang yang dibutuhkan				
11.	Saya cenderung membandingkan barang idola <i>K-Pop</i> sebelum akhirnya membeli				
12.	Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli barang idola <i>K-Pop</i>				
13.	Saya langsung membeli apapun yang saya inginkan saat				

	berbelanja barang idola <i>K-Pop</i>				
14.	Saya langsung membeli barang idola <i>K-Pop</i> daripada harus berpikir dahulu				
15.	Saya mampu mengambil keputusan yang saya inginkan disaat membeli barang				
16.	Saya mencari tahu dulu manfaat dari setiap barang idola <i>K-Pop</i> yang hendak saya beli terlebih dahulu				
17.	Saya mencari informasi tentang barang langka idola <i>K-Pop</i> yang hendak saya beli sebelum akhirnya membeli				
18.	Saya mampu mengelola keuangan untuk kebutuhan sendiri				

### SKALA PERILAKU KONSUMTIF

Sebelum mengisi angket, mohon untuk mengisi kolom identitas terlebih dahulu:

Nama/Inisial :

Jenis Kelamin :

Jurusan :

Apakah Anda adalah seorang penggemar *K-Pop*?

Jika iya, seberapa sering Anda membeli *merchandise* yang berhubungan dengan idola *K-Pop*?

Pilihlah dari salah satu pilihan yang sesuai dengan situasi Anda dan terdapat empat opsi jawaban yaitu sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Pilihlah jawaban yang sangat sesuai dengan Anda!

No.	Aitem	STS	TS	S	SS
1.	Memiliki seluruh versi album atau <i>photocard</i> idola <i>K-Pop</i> , memberikan kesenangan dan kepuasan tersendiri untuk saya				
2.	Sebelum membeli barang yang berhubungan dengan idola <i>K-Pop</i> , saya selalu mempertimbangkan kegunaannya				
3.	Saya akan membeli banyak barang idola <i>K-Pop</i> yang sama, jika dibutuhkan untuk mengikuti undian bertemu dengan idola <i>K-Pop</i>				
4.	Saya akan berpikir panjang sebelum membeli pernak-pernik idola <i>K-Pop</i>				
5.	Jika idola <i>K-Pop</i> saya mengeluarkan produk baru, saya langsung membelinya berapa pun harganya				
6.	Sebelum membeli pernak-pernik idola <i>K-Pop</i> , saya membuat daftar prioritas terlebih dahulu				
7.	Saya ragu mengeluarkan uang yang banyak demi pernak-pernik idola <i>K-Pop</i>				
8.	Saya merasa puas walau hanya memiliki satu pernak-pernik idola <i>K-Pop</i> saja				
9.	Membeli pernak-pernik idola <i>K-Pop</i> penting dilakukan, walaupun belum tentu digunakan				
10.	Saya rela mengeluarkan biaya lebih banyak untuk membeli pernak-pernik idola <i>K-Pop</i> yang langka ( <i>limited edition</i> )				
11.	Saya selalu membeli produk baru idola <i>K-Pop</i> walaupun koleksi				

	barang saya sudah banyak				
12.	Saya tidak akan tergoda dengan barang idola <i>K-Pop</i> yang baru				
13.	Saya adalah orang yang bisa berhemat meskipun barang idola <i>K-Pop</i> baru dirilis				

## LAMPIRAN

## UJI VALIDITAS KONTROL DIRI

		Correlations																								TOTAL			
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24				
X1	Pearson Correlation	1	.446*	.474**	.199	.530**	-.213	.047	-.396	.481**	.251	-.344	.515**	.598**	.368	.566**	.145	-.049	.257	.457	.016	.293	.246	.234	.088	.571**			
	Sig. (2-tailed)		.013	.008	.293	.003	.257	.804	.031	.007	.181	.063	.004	.000	.046	.001	.444	.797	.170	.011	.934	.116	.191	.214	.643	.001			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X2	Pearson Correlation	.446*	1	.735**	.255	.478**	-.095	.299	.357	.467**	.620**	-.452	.376	.667**	.669**	.680**	.149	.373	.251	.490**	.326	.611**	.241	.285	.039	.753**			
	Sig. (2-tailed)	.013		.000	.174	.008	.616	.109	.053	.009	.000	.012	.040	.000	.000	.000	.431	.042	.181	.006	.079	.000	.199	.127	.837	.000			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X3	Pearson Correlation	.474**	.735**	1	.109	.401*	.058	.293	.106	.418**	.520**	-.110	.236	.750**	.626**	.473	.364	.013	.446	.450	.269	.642**	.336	.091	.020	.736**			
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.568	.028	.759	.116	.578	.022	.003	.564	.208	.000	.000	.008	.048	.944	.013	.013	.151	.000	.070	.633	.915	.000			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X4	Pearson Correlation	.199	.255	.109	1	.400*	.148	-.008	-.069	.432*	.337	-.305	.510**	.264	.157	.504**	-.206	.341	.273	.381*	.286	.272	.137	.475**	-.033	.476**			
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.174	.568		.029	.434	.966	.718	.017	.069	.101	.004	.158	.407	.005	.275	.065	.144	.038	.125	.146	.472	.008	.863	.008		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X5	Pearson Correlation	.530**	.478**	.401*	.400*	1	.021	-.039	.050	.683**	.417	-.259	.457	.588**	.384	.718	.054	-.025	.263	.645**	.271	.394	.569**	.538**	-.181	.673**			
	Sig. (2-tailed)	.003	.008	.028	.029		.910	.839	.794	.000	.022	.166	.011	.001	.036	.000	.777	.897	.161	.000	.147	.031	.001	.002	.339	.000			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X6	Pearson Correlation	-.213	-.095	.058	.148	.021	1	-.241	-.365	.088	.195	.411	.026	.091	-.203	-.095	.467**	-.305	.113	.087	-.265	.094	-.164	.021	-.211	.082			
	Sig. (2-tailed)	.257	.616	.759	.434	.910		.200	.047	.723	.301	.024	.891	.633	.283	.616	.009	.101	.551	.646	.156	.623	.385	.910	.264	.666			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X7	Pearson Correlation	.047	.299	.293	-.008	-.039	-.241	1	.587**	.291	.298	-.057	.149	.117	.178	.061	-.002	.277	.267	.061	.463**	-.130	-.212	.069	.043	.327			
	Sig. (2-tailed)	.804	.109	.116	.966	.839	.200		.001	.119	.109	.765	.432	.538	.346	.750	.991	.138	.153	.750	.010	.494	.261	.719	.823	.077			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X8	Pearson Correlation	.396	.357	.106	-.069	.050	-.365	.587**	1	.185	.153	-.356	.209	.178	.242	.116	-.041	.420	-.044	.092	.152	-.098	-.173	.267	.024	.254			
	Sig. (2-tailed)	.031	.053	.578	.718	.794	.047	.001		.328	.420	.054	.267	.347	.198	.540	.829	.021	.816	.628	.424	.605	.360	.154	.900	.175			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X9	Pearson Correlation	.481**	.467**	.418	.432	.683**	.068	.291	.185	1	.564**	-.081	.503**	.516**	.343	.656**	.110	.196	.440	.724**	.490**	.361*	.389	.313	-.150	.782**			
	Sig. (2-tailed)	.007	.009	.022	.017	.000	.723	.119	.328	.001	.672	.005	.004	.063	.000	.563	.412	.015	.000	.006	.050	.034	.092	.428	.000	.000			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X10	Pearson Correlation	.251	.620**	.520**	.337	.417*	-.195	.298	.153	.564**	1	-.212	.648**	.657**	.407	.620**	.194	.161	.607**	.778**	.197	.703**	.161	.082	-.235	.782**			
	Sig. (2-tailed)	.181	.000	.003	.069	.022	.301	.109	.420	.001		.260	.000	.000	.026	.000	.305	.397	.000	.000	.297	.000	.397	.666	.212	.000			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X11	Pearson Correlation	-.344	-.452	-.110	-.305	-.259	.411*	-.057	-.356	-.081	-.212	1	-.363	-.203	-.474**	-.537**	.209	-.368	.007	-.130	-.136	-.209	-.158	-.413	-.065	-.255			
	Sig. (2-tailed)	.063	.012	.564	.101	.166	.024	.765	.054	.672	.280		.049	.281	.008	.002	.268	.046	.970	.492	.475	.267	.406	.023	.732	.174			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X12	Pearson Correlation	.515**	.376	.236	.510**	.457**	.026	.149	.209	.503**	.648**	-.363	1	.566**	.364	.596**	.217	.151	.482**	.617**	.141	.420**	.151	.259	-.163	.677**			
	Sig. (2-tailed)	.004	.040	.208	.004	.011	.891	.432	.267	.005	.000	.049		.001	.048	.001	.250	.427	.007	.000	.457	.021	.427	.167	.334	.000			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X13	Pearson Correlation	.598**	.667**	.750**	.264	.568**	.091	.117	.178	.516**	.657**	-.203	.566**	1	.645**	.667**	.297	.075	.505**	.779**	.193	.714**	.344	.260	-.320	.832**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.158	.001	.633	.538	.347	.004	.000	.281	.001		.000	.000	.110	.695	.004	.000	.307	.000	.063	.166	.085	.000			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X14	Pearson Correlation	.368	.669**	.626**	.157	.384**	-.203	.178	.242	.343	.407	-.474**	.364	.645**	1	.543**	.290	.233	.204	.386	.326	.516**	.545**	.327	-.011	.641**			
	Sig. (2-tailed)	.046	.000	.000	.407	.036	.283	.346	.198	.063	.026	.008	.048	.000		.000	.121	.215	.280	.035	.078	.003	.002	.077	.955	.000			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X15	Pearson Correlation	.566**	.680**	.473**	.504**	.718**	-.095	.061	.116	.656**	.620**	-.537**	.596**	.667**	.543**	1	.065	.241	.342	.735**	.432	.611**	.504**	.526**	-.142	.797**			
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.008	.005	.000	.616	.750	.540	.000	.000	.002	.001	.000	.002		.000	.002	.734	.199	.065	.000	.017	.000	.004	.000			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X16	Pearson Correlation	.145	.149	.364	-.206	.054	.497**	-.002	-.041	.110	.194	.209	.217	.297	.290	.065	1	-.330	-.002	.129	-.095	.276	.087	-.022	-.170	.284			
	Sig. (2-tailed)	.444	.431	.048	.275	.777	.009	.991	.829	.563	.305	.268	.250	.110	.121	.734		.075	.990	.496	.617	.139	.649	.907	.369	.128			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X17	Pearson Correlation	-.049	.373	.013	.341	-.025	-.305	.277	.420	.166	.161	-.366	.151	.075	.233	.241	-.330	1	.205	.101	.567**	.108	.027	.420	.019	.272			
	Sig. (2-tailed)	.797	.042	.944	.065	.897	.101	.138	.021	.412	.397	.046	.427	.695	.215	.199	.075		.277	.597	.001	.571	.887	.021	.922	.147			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30			
X18	Pearson Correlation	.257	.251	.446*	.273	.263	.113	.267	-.044	.440**	.607**	.007	.482**	.505**	.204	.342	-.002	.205	1	.555**	.349	.371*	.668**	.174	1	.430**	.098	-.223	.661**
	Sig. (2-tailed)	.170	.181	.013	.144	.161	.551	.153	.816	.015	.000	.970	.007	.004	.280	.065	.990	.277		.001	.059	.043	.277	.680	.798	.000	.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
X19	Pearson Correlation	.457**	.490**	.450**	.381*	.645**	.087	.061	.092	.724**	.778**	-.130	.617**	.779**	.386**	.735**	.129	.101	.555**	1	.325	.668**	.403	.184	-.278	.813**			

**LAMPIRAN**  
**UJI VALIDITAS PERILAKU KONSUMTIF**

		Correlations														
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.264	.135	.280	.544**	-.049	.643**	.368	.321	.445	.598**	.296	-.085	.202	.585**
	Sig. (2-tailed)		.159	.477	.134	.002	.799	.000	.046	.083	.014	.000	.112	.653	.285	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.264	1	.077	.476**	.439	.680**	.608**	.253	.672**	.550**	.442	.275	-.110	.367	.702**
	Sig. (2-tailed)	.159		.687	.008	.015	.000	.000	.178	.000	.002	.015	.141	.564	.046	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.135	.077	1	.173	.264	.002	.244	.002	.140	.366	.344	-.277	.259	-.188	.330
	Sig. (2-tailed)	.477	.687		.359	.158	.990	.194	.990	.461	.047	.063	.139	.167	.319	.075
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.280	.476**	.173	1	.466**	.400	.646**	.174	.555**	.732**	.679**	.447	.140	.220	.776**
	Sig. (2-tailed)	.134	.008	.359		.009	.028	.000	.358	.001	.000	.000	.013	.462	.243	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.544**	.439	.264	.466**	1	.350	.640**	.172	.629**	.695**	.763**	.224	.146	.352	.797**
	Sig. (2-tailed)	.002	.015	.158	.009		.058	.000	.363	.000	.000	.000	.233	.440	.056	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	-.049	.680**	.002	.400	.350	1	.453	.039	.544**	.200	.204	.099	.022	.247	.482**
	Sig. (2-tailed)	.799	.000	.990	.028	.058		.012	.837	.002	.289	.281	.801	.908	.188	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.643**	.608**	.244	.646**	.640**	.453	1	.299	.626**	.702**	.693**	.453	-.032	.268	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.194	.000	.000	.012		.109	.000	.000	.000	.012	.868	.156	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.368	.253	.002	.174	.172	.039	.299	1	.158	.270	.362	-.164	-.241	.247	.331
	Sig. (2-tailed)	.046	.178	.990	.358	.363	.837	.109		.403	.149	.049	.387	.199	.188	.074
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.321	.672**	.140	.555**	.629**	.544**	.626**	.158	1	.692**	.681**	.239	-.026	.163	.785**
	Sig. (2-tailed)	.083	.000	.461	.001	.000	.002	.000	.403		.000	.000	.203	.890	.389	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.445	.550**	.366	.732**	.695**	.200	.702**	.270	.692**	1	.834**	.352	.144	.318	.890**
	Sig. (2-tailed)	.014	.002	.047	.000	.000	.289	.000	.149	.000		.000	.056	.449	.087	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	.598**	.442	.344	.679**	.763**	.204	.693**	.362	.681**	.834**	1	.322	.114	.308	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.063	.000	.000	.281	.000	.049	.000	.000		.083	.548	.098	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.296	.275	-.277	.447	.224	.099	.453	-.164	.239	.352	.322	1	.252	-.007	.416
	Sig. (2-tailed)	.112	.141	.139	.013	.233	.801	.012	.387	.203	.056	.083		.179	.973	.022
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	-.085	-.110	.259	.140	.146	.022	-.032	-.241	-.026	.144	.114	.252	1	-.196	.146
	Sig. (2-tailed)	.653	.564	.167	.462	.440	.908	.888	.199	.890	.449	.548	.179		.298	.441
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y14	Pearson Correlation	.202	.367	-.188	.220	.352	.247	.266	.247	.163	.318	.308	-.007	-.196	1	.356
	Sig. (2-tailed)	.285	.046	.319	.243	.056	.188	.156	.188	.388	.087	.098	.973	.298		.053
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.585**	.702**	.330	.776**	.797**	.482**	.868**	.331	.785**	.890**	.889**	.416	.146	.356	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.075	.000	.000	.007	.000	.074	.000	.000	.000	.022	.441	.053	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**LAMPIRAN**  
**UJI RELIABILITAS KONTROL DIRI**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	24

**LAMPIRAN**  
**UJI RELIABILITAS PERILAKU KONSUMTIF**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	14

## LAMPIRAN

### UJI ASUMSI

#### Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.30247172
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.046
	Negative	-.042
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

#### Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Kontrol_Diri	Between Groups	(Combined)	3635.700	30	121.190	6.684	.000
		Linearity	3054.225	1	3054.225	168.440	.000
		Deviation from Linearity	581.475	29	20.051	1.106	.358
Within Groups			1251.140	69	18.132		
Total			4886.840	99			

#### Uji Heterokedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.497	1.861		2.416	.018
	Kontrol_Diri	-.017	.032	-.056	-.553	.581

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## Uji Hipotesis

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 <sup>a</sup>	.625	.621	4.324

a. Predictors: (Constant), Kontrol\_Diri

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3054.225	1	3054.225	163.326	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1832.615	98	18.700		
	Total	4886.840	99			

a. Dependent Variable: Perilaku\_Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Kontrol\_Diri

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	66.004	3.196		20.655	.000
	Kontrol_Diri	-.693	.054	-.791	-12.780	.000

a. Dependent Variable: Perilaku\_Konsumtif

**LAMPIRAN**  
**SKORING RESPONDEN KONTROL DIRI**

NO	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18
1	3	3	2	1	3	4	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3
2	4	4	1	1	4	4	1	1	3	4	1	4	1	1	4	4	4	4
3	4	3	1	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3
4	3	3	3	1	4	3	1	2	2	3	3	3	2	3	3	1	3	3
5	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
6	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3
9	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	2	3	1	3
10	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	3	3	2	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4
13	4	3	4	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
14	2	3	3	1	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	4	3	4	3
15	2	3	3	1	2	4	1	2	1	2	3	3	1	2	3	2	3	4
16	3	2	3	1	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2
17	4	4	1	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	2	4
18	3	1	4	1	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	1	1	4
19	4	4	4	4	3	4	4	1	1	3	3	3	3	3	1	3	3	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
22	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	2	3	3	4
23	3	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4
24	4	3	3	1	4	2	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3
25	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	1	4	4	4	2	4
27	1	1	1	1	1	4	3	4	4	4	3	4	1	1	1	1	1	4
28	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4
30	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
33	4	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3
34	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3
35	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3
36	3	2	3	3	4	4	1	2	1	3	3	3	2	2	3	2	4	4

37	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
38	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3
39	4	4	4	1	4	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2
40	4	4	3	1	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3
41	4	4	1	1	4	1	1	1	3	4	3	4	1	1	3	4	3	4
42	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	2	4	2	3
43	2	4	4	1	4	4	2	4	1	1	4	4	3	4	1	1	1	4
44	3	3	2	1	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4
45	3	3	1	3	4	1	1	1	1	2	3	3	1	1	3	3	3	3
46	3	3	4	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3
47	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
48	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	3	1	4
49	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	4
50	4	4	4	1	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	3	4	1	4
51	3	2	3	1	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	1	3
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	1	3
54	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	1	3
55	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	3	4	3	3	4	2
56	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
57	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
58	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3
59	4	4	4	3	4	4	2	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4
60	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	3	2	3	2	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
62	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4
63	3	3	3	2	4	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
64	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	1	4	1	4
65	3	2	4	2	3	4	2	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3
66	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4
67	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
68	4	4	1	3	4	1	1	2	3	4	4	4	2	2	3	4	4	4
69	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3
70	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	3	3	2	3	4	2	3	4
72	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2
73	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	4	4	1	1	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	3	3	3	4
75	4	4	4	1	4	4	2	2	2	3	3	4	4	4	4	2	2	4
76	4	3	1	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3
77	3	4	2	4	3	4	3	4	1	3	4	3	3	4	3	3	3	4

78	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	3	4
79	4	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
80	4	4	3	4	4	2	3	4	2	4	2	2	1	3	3	2	4	2
81	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	1	3
82	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
83	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4
84	3	3	4	1	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
85	4	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	3
86	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
87	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3
88	3	3	2	3	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3
89	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	1	4
90	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
91	4	3	4	3	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	2	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
93	4	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
94	1	1	1	1	3	3	1	1	2	4	1	3	1	1	3	1	1	3
95	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	3	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	2
97	3	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3
98	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
99	3	3	4	2	3	3	3	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3
100	4	4	4	1	4	4	3	4	4	3	1	4	4	4	3	4	4	2

**LAMPIRAN**  
**SKORING RESPONDEN PERILAKU KONSUMTIF**

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13
1	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4
2	2	4	1	4	1	4	4	3	1	1	1	2	4
3	1	2	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	2
4	3	2	4	2	3	4	3	1	4	2	3	4	2
5	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2
6	1	4	1	2	3	3	2	4	2	2	3	3	2
7	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	3	3	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1
10	3	2	1	1	1	3	1	1	1	4	1	4	1
11	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	2
12	3	3	2	4	1	1	1	2	1	1	1	3	2
13	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	3	1
14	4	2	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2
15	4	2	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	2
16	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3
17	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	4	4	1	2	1	2	2	1	2	3	1	2	4
19	1	1	1	1	1	2	2	3	1	1	2	3	2
20	2	1	3	1	1	1	1	2	1	3	1	2	1
21	2	1	3	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
22	3	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1
23	3	3	2	3	2	4	2	2	1	1	2	3	1
24	3	2	2	1	1	1	1	3	2	2	2	3	1
25	2	4	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
26	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	4	4
27	2	1	2	1	1	4	3	2	4	4	3	3	1
28	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2
29	3	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1	1
30	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
31	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
33	2	3	3	3	1	3	3	4	2	2	2	3	4
34	4	4	1	4	1	1	2	1	2	1	1	2	2
35	4	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1
36	4	2	4	3	4	2	3	3	2	4	4	4	2
37	2	1	3	1	1	2	1	2	3	1	2	2	1

38	2	4	2	1	1	3	1	1	1	1	1	2	1
39	3	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2
40	3	1	2	1	4	2	2	2	2	2	1	3	2
41	2	4	1	4	1	4	1	4	1	1	1	4	4
42	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	2
43	4	4	1	2	1	4	2	4	3	1	1	4	1
44	4	2	4	2	2	1	2	1	3	3	1	2	2
45	4	3	2	4	2	3	4	3	1	2	2	1	2
46	3	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	3	2
47	3	4	1	1	1	3	1	1	1	4	1	3	1
48	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49	2	1	2	1	1	3	2	2	4	2	2	2	2
50	4	1	4	1	3	1	2	1	2	4	1	4	1
51	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
52	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2
53	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	4
54	3	3	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2
55	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1
56	4	1	4	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1
57	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
58	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1
59	3	1	2	1	2	2	3	2	2	2	2	3	1
60	1	1	1	1	2	1	1	1	2	4	4	4	4
61	3	2	1	1	3	1	1	2	1	3	1	2	2
62	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3
63	3	1	4	1	3	2	2	4	3	3	3	3	2
64	4	3	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1
65	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	4	2
66	3	3	1	2	1	1	1	1	2	3	1	2	1
67	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3
68	3	4	3	4	2	4	3	4	2	3	2	2	3
69	3	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1
70	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
71	4	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
72	3	3	4	3	2	2	3	1	3	3	3	3	3
73	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
74	3	4	2	1	2	2	3	2	2	3	2	3	3
75	4	3	2	3	1	3	1	1	1	2	2	2	1
76	2	4	1	3	1	1	2	1	2	1	2	3	2
77	4	2	3	3	1	1	2	3	3	1	2	2	1
78	3	1	2	1	2	1	2	1	3	3	2	3	1

79	3	1	1	1	2	3	2	2	1	4	1	2	1
80	4	1	4	1	1	3	2	2	2	1	3	4	4
81	3	1	1	1	1	4	1	1	2	1	1	3	1
82	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2
83	3	2	3	2	1	1	2	1	2	4	3	2	2
84	3	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2
85	3	4	4	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1
86	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
87	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2
88	2	2	2	3	1	1	2	1	1	1	2	3	2
89	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
90	3	4	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1
91	3	1	2	1	1	2	3	1	3	2	2	2	1
92	3	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	3	2
93	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3
94	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4
95	2	1	2	2	2	1	1	3	1	3	2	2	1
96	3	3	1	2	2	2	2	3	3	1	3	3	2
97	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2
98	3	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
99	3	4	1	4	2	2	2	2	1	3	2	4	2
100	2	3	1	2	1	2	2	1	1	1	3	3	3

FIX FIXXX SKRIPSI FULL ADAM FAUZAN MUHFTI TERBARU.docx

## ORIGINALITY REPORT

<b>24%</b>	<b>24%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>11%</b>
<b>2</b>	<b>repository.unj.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>etheses.uinmataram.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Queensland University of Technology</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>dspace.uil.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Southville International School and Colleges</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>Submitted to Universitas Negeri Malang</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>10</b>	<b>eprints.uny.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>11</b>	<b>etheses.iainponorogo.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>12</b>	<b>repository.radenintan.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>