

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA
PRODUK *FASHION* MAHASISWA
DI KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh

Laily Faridatul Awalín

18410202

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

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA
PRODUK FASHION MAHASISWA DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada

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

Oleh

Laily Faridatul Awalinn

NIM 18410202

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

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA PRODUK *FASHION* MAHASISWA DI KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh
Laily Faridatul Awalín
NIM 18410202

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Dosen Pembimbing I <u>Elok Faiz El-Fahmi, M.Si</u> NIP.199109082019032008		14 Juni 2025

Malang, Juli 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi


Kusni Ratu Agung, M.A
NIP.198010202015031002

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA
PRODUK *FASHION* MAHASISWA
DI KOTA MALANG

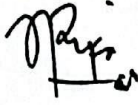
SKRIPSI

Oleh

Lally Faridatul Awaln

NIM 18410202

DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Sekretaris Penguji <u>Elok Faiz El-Fahmi, M.Si</u> NIP.199109082019032008		29 JUNI 2025
Ketua Penguji <u>Abdul Hamid Cholili, M.Psi</u> NIP. 19890602201911201270		29 JUNI 2025
Penguji Utama <u>Prof. Dr.Hj. Rifa Hidayah, M.Si, Psikolog</u> NIP.197611282002122001		28 JUNI 2025



Disahkan oleh,
Dekan


Prof. Dr.Hj. Rifa Hidayah, M.Si, Psikolog
NIP.197611282002122001

NOTA DINAS

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

Assalāmu 'alaikum wr.wb

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

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA
PRODUK *FASHION* MAHASISWA**

DI KOTA MALANG

Yang ditulis oleh :

Nama : Laily Faridatul Awalinn

NIM : 18410202

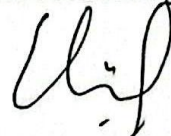
Program : Psikologi

Sebagaimana yang disarankan dalam Seminar Proposal Skripsi dan proses pembimbingan, saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Skripsi dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Psikologi.

Wassalāmu 'alaikum wr.wb.

Malang, Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Elok Faiz Fatma El Fahmi

NIP. 199109082019032008

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Laily Faridatul Awalín

NIM : 18410202

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan **PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA PRODUK *FASHION* MAHASISWA DI KOTA MALANG** adalah benar- benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada claim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan Pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian Surat pernyataanya ini saya buat dengan sebenar- benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi

Malang, Juni 2025

Penulis



Laily Faridatul Awalín
NIM 18410202

MOTTO

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.

Al-Isrā' [17]:27

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamiin

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 Mashuri dan Ibu Sri Susiowati 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.

Serta adik ku tercinta Devy Hikmatul Tiarawati yang selalu memberi kepercayaan semangat dan menjadi pendengar yang baik suka maupun duka

Tidak lupa juga, kepada teman-teman saya Elma Dwiana & Siti Nahrotun Nikmah 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

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

1. Prof. Dr. H. M Zainuddin, M.A selaku rector dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M. Si selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memberikan bimbingan serta motivasi
3. Elok Faiz Fatma El Fahmi, M.Si selaku dosen pembimbing dan wali dosen yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar dan berbagai arahan dalam menulis skripsi
4. Segenap dewan penguji yang telah memberikan arahan dan masukannya bagi penulis
5. Segenap civitas akademika Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, terutama pada seluruh dosen, terima kasih atas segala ilmu dan bimbingannya.
6. Seluruh keluarga besar Bani Rusdy, kedua orang tua saya Bapak Mashuri dan Ibu Sri Susiowati, adik ku tercinta Devy Hikmatul Tiarawati serta saudara-saudara saya yang senantiasa memberi dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

7. Seluruh responden dan pihak-pihak yang telah bersedia berkontribusi dalam penelitian ini dengan penuh ikhlas.
8. Kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan juga terlebih khusus untuk sahabat, kakak saya Elma Dwiana & Siti Nahrotun Nikmah serta temen-teman Griya Kos Si Merah yang selalu mendukung.

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, Juli 2025
Penulis

Laily Faridatul Awalina
NIM 18410202

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis.....	11
2. Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Perilaku Konsumtif	12
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	12
2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	13
3. Faktor- Faktor Perilaku Konsumtif	14
B. Kontrol Diri	15
1. Pengertian Kontrol Diri.....	15
2. Aspek-Aspek Kontrol Diri	16
3. Faktor-Faktor Kontrol Diri.....	17
C. Pengertian Produk <i>Fashion</i>	18
D. Pengertian Mahasiswa	19
E. Ayat Berkaitan Dengan Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam.....	20
F. Pengaruh Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif	21
G. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Desain Penelitian	24
B. Jenis Penelitian.....	25
C. Variabel Penelitian.....	25
1. Variabel Bebas (Kontrol Diri).....	25
2. Variabel Terikat (Perilaku Konsumtif).....	26
D. Definisi Operasional Variabel penelitian.....	26
1. Kontrol Diri.....	26
2. Perilaku Konsumtif	26
E. Populasi dan Sampel Teknik Pengambilan Sampel.....	27
1. Populasi	27

2. Sampel Penelitian	28
F. Teknik Pengumpulan Data	29
G. Instrumen Penelitian	30
1. Skala Perilaku Konsumtif.....	31
2. Skala Kontrol Diri	32
H. Validitas dan Realibilitas	33
1. UjiValiditas	33
2. Uji Realibilitas.....	37
3. Uji Normalitas	37
4. Uji Linearitas.....	38
I. Analisis Data	38
1. Analisis Reegresi Sederhana	38
2. Koefisien Determinasi	39
3. .	
4. Uji Normalitas	40
5. Uji T	40
BAB IV Hasil Penelitian	41
A. Pelaksanaan Penelitian.....	41
1. Lokasi Penelitian.....	41
2. Waktu dan Tempat Penelitian	41
3. Jumlah Subjek Penelitian	42
4. Prosedur Pengambilan Data	42
5. Hambatan-hambatan	42
B. Hasil Penelitian	43
1. Tingkat Kontrol Diri Pada Produk <i>Fashion</i>	43
a. Uji Deskripsi Karakteristik Responden	43
b. Kategorisas.....	44
2. Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Produk <i>Fashion</i>	45
a. Kategorisasi.....	45
3. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Produk <i>Fashion</i> Mahasiswa di Kota Malang.....	46
a. Uji Normalitas.....	46
b. Uji Linearitas	47
c. Analisis Regresi Sederhana	48
d. Koefisien Determinasi	49
e. Uji T	50
C. Pembahasan.....	51
1. Tingkat Kontrol Diri Pada Produk <i>Fashion</i>	51
2. Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Produk <i>Fashion</i>	52
3. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Produk <i>Fashion</i> Mahasiswa di Kota Malang	53
BAB V PENUTUP	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	57

1. Bagi Mahasiswa	57
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skor Skala Likert.....	30
Tabel 3. 2 Blue Print Perilaku Konsumtif.....	31
Tabel 3. 3 Blue print Kontrol Diri.....	32
Tabel 3. 4 Uji Validitas Perilaku Konsumtif.....	33
Tabel 3. 5 Uji Validitas Kontrol Diri	35
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif	34
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Kontrol Diri.....	36
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 3. 9 Hasil Koefisien Determinasi.....	39
Tabel 4. 1 Hasil Uji Deskripsi Karakteristik Responden.....	44
Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskripsi Kontrol Diri.....	45
Tabel 4. 3 Hasil Uji Deskripsi Perilaku Konsumtif	46
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas Dengan Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov	47
Tabel 4. 5 Table Uji Linieritas.....	48
Tabel 4. 6 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	49
Tabel 4. 7 Hasil Koefisien Determinasi.....	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Parsial	50

ABSTRAK

Laily Faridatul Awal, 18410202, Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Produk Fashion Mahasiswa Kota Malang, Skripsi, Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 2025

Dosen Pembimbing : Elok Faiz Fatma El Fahmi, M.Si

Kebiasaan mengonsumsi di antara mahasiswa adalah sebuah fenomena yang menarik untuk diselidiki, terutama karena pengaruhnya yang besar pada kondisi keuangan pribadi dan masyarakat. Keinginan untuk terlihat mengikuti tren dan mendapatkan pengakuan dari teman sebaya sering kali menjadi pendorong fenomena ini. Mahasiswa yang aktif pada media sosial sering kali lebih dipengaruhi oleh iklan serta gaya hidup para influencer, yang biasanya menunjukkan kehidupan yang mewah dan barang-barang mahal. Hal ini menimbulkan tekanan untuk mengikuti mode, sehingga mahasiswa merasa terdorong untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Tujuan dari penelitian ini untuk Mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswa, tingkat perilaku konsumtif pada kebutuhan pada mahasiswa, serta pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data regresi sederhana. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling, yang menggunakan kuota sampling berjumlah 250 Mahasiswa di Kota Malang. Teknik yang digunakan berupa angket/ kuesioner. Angket di gunakan untuk dapat mengetahui pengaruh adanya kontrol diri terhadap perilaku konsumtif produk fashion terhadap Mahasiswa di Kota Malang.

Dengan hasil Koefisien konstanta sebesar 127,581 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari kontrol diri maka dapat diprediksi nilai perilaku konsumtif sebesar 127,581. Dengan Koefisien kontrol diri sebesar -0,920 menunjukkan adanya pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, artinya semakin rendah kontrol diri yang dimiliki responden akan berpengaruh signifikan terhadap semakin tinggi perilaku konsumtif responden tersebut. Hasil koefisien determinasi didapatkan nilai R Square sebesar 0,486 artinya bahwa besar pengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif yang dijelaskan oleh kontrol diri adalah sebesar 48,6%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

Kata Kunci : Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Laily Faridatul Awal, 18410202, The Influence of Self-Control on Consumptive Behavior Toward Fashion Products Among Students in Malang City, Thesis, Faculty of Psychology, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2025

Supervisor: Elok Faiz Fatma El Fahmi, M.Si

The habit of consumption among university students is an interesting phenomenon to investigate, especially due to its significant impact on personal and societal financial conditions. The desire to appear trendy and gain recognition from peers often drives this phenomenon. Students who are active on social media are frequently more influenced by advertisements and the lifestyles of influencers, who typically showcase luxurious lives and expensive goods. This creates pressure to follow trends, causing students to feel compelled to purchase items they do not actually need.

The purpose of this study is to determine the level of self-control among students, the level of consumptive behavior regarding their needs, as well as the influence of self-control on students' consumptive behavior. This research uses a quantitative method, with a simple regression analysis design. The sampling method used in this study is nonprobability sampling, specifically quota sampling. The researcher used a sample of 250 university students in Malang City. Data collection in this study was carried out using questionnaires. The questionnaire was used to determine the effect of self-control on consumptive behavior towards fashion products among university students in Malang City.

The results show a constant coefficient of 127.581, indicating that without the influence of self-control, the predicted value of consumptive behavior is 127.581. The self-control coefficient of -0.920 indicates a negative influence on consumptive behavior, meaning that the lower the self-control possessed by the respondents, the higher their consumptive behavior will be. The determination coefficient (R Square) is 0.486, which means that the influence of self-control on consumptive behavior is 48.6%, while the remaining percentage is explained by other factors.

Keywords: Self-Control, Consumptive Behavior

المُلخَص

ليلي فريدا تول أوالين، 18410202، تأثير ضبط النفس على السلوك الاستهلاكي في منتجات الأزياء لدى طلاب مدينة مالانغ، رسالة بكالوريوس، كلية علم النفس، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانغ 2025
المشرفة الأكاديمية: إيلوك فايز فاطمة الفهمي، ماجستير في العلوم

عادة الاستهلاك بين طلاب الجامعات هي ظاهرة مثيرة للاهتمام للتحقيق، خاصة بسبب تأثيرها الكبير على الأوضاع المالية الشخصية والمجتمعية. غالبًا ما يكون الرغبة في الظهور بمظهر مواكب للموضة والحصول على اعتراف من الأقران دافعًا لهذه الظاهرة. الطلاب النشطون على وسائل التواصل الاجتماعي غالبًا ما يتأثرون بالإعلانات وأنماط حياة المؤثرين الذين يعرضون عادة حياة فاخرة وسلعًا باهظة الثمن. هذا يخلق ضغطًا لمتابعة الصيحات، مما يدفع الطلاب إلى شراء أشياء لا يحتاجونها فعليًا.

هدف هذه الدراسة هو معرفة مستوى ضبط النفس لدى الطلاب، ومستوى السلوك الاستهلاكي فيما يتعلق باحتياجاتهم، بالإضافة إلى تأثير ضبط النفس على السلوك الاستهلاكي للطلاب. استخدمت هذه الدراسة المنهج الكمي، مع تصميم تحليل الانحدار البسيط. طريقة أخذ العينات المستخدمة في هذه الدراسة هي أخذ العينات غير الاحتمالية، وتحديدًا أخذ عينات الحصص. استخدم الباحث عينة من 250 طالبًا جامعيًا في مدينة مالانغ. تم جمع البيانات في هذه الدراسة من خلال الاستبيانات. تم استخدام الاستبيان لمعرفة تأثير ضبط النفس على السلوك الاستهلاكي لمنتجات الموضة بين طلاب الجامعات في مدينة مالانغ.

أظهرت النتائج أن معامل الثابت بلغ 127.581، مما يشير إلى أنه بدون تأثير ضبط النفس، فإن القيمة المتوقعة للسلوك الاستهلاكي هي 127.581. يشير معامل ضبط النفس البالغ -0.920 إلى وجود تأثير سلبي على السلوك الاستهلاكي، أي أنه كلما انخفض ضبط النفس لدى المستجيبين، زاد سلوكهم الاستهلاكي بشكل ملحوظ. أما معامل R^2 ، فقد بلغ 0.486، مما يعني أن تأثير ضبط النفس على السلوك الاستهلاكي يساوي 48.6% (R Square) التحديد. بينما يتم تفسير النسبة المتبقية بواسطة عوامل أخرى.

مشرف البحث: إلوك فايز فاطمة الفهمي، م.س

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan kemudahan akses informasi telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku konsumsi, khususnya di kalangan mahasiswa. Mahasiswa, sebagai kelompok usia produktif dan adaptif terhadap tren, sering kali menjadi target utama industri fashion. Fenomena ini memicu kecenderungan perilaku konsumtif, yakni perilaku membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan melainkan keinginan, yang didorong oleh faktor emosional dan sosial seperti keinginan tampil modis atau mengikuti tren terbaru (Vira Krisnayanti et al., 2023).

Perilaku berbelanja yang berlebihan menjadi salah satu masalah besar bagi generasi Z, terutama terkait dengan pengeluaran untuk produk *fashion* dan gaya hidup modern. Generasi Z, yang tumbuh di zaman digital, sangat terbiasa dengan kemudahan teknologi dan belanja online, sehingga mereka rentan terhadap perilaku konsumtif yang didorong oleh keinginan sementara tanpa memikirkan stabilitas finansial jangka panjang. Salah satu aspek penting yang memengaruhi perilaku konsumtif ini adalah kemampuan untuk mengendalikan diri, yaitu kemampuan seseorang untuk mengatur dorongan impulsif dan mengelola keinginan berbelanja agar tidak berlebihan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa minimnya kemampuan mengendalikan diri sangat berkontribusi terhadap tingginya pola konsumsi pada generasi Z, yang sering kali menghabiskan uang untuk kesenangan

jangka pendek dan kesulitan dalam mengatur keuangan dengan bijak(Prihatini & Irianto, 2021).

Selain itu fenomena berbelanja secara berlebihan semakin marak terjadi dimana salah satu pemicunya ialah *Fear of Missing Out* (FOMO), seseorang merasa harus memiliki barang agar tidak tertinggal dengan tren yang ada. FOMO dapat mendorong seseorang untuk berbelanja secara impulsif. Dimana lingkungan sosial juga mempunyai peran penting dalam mendorong individu tersebut membeli sesuatu hal yang sebetulnya tidak begitu dibutuhkan. Ketika seseorang individu memiliki kontrol diri yang rendah, maka individu tersebut sangat mudah dipengaruhi oleh faktor eksternal, baik dari keluarga maupun teman (Zulfiana Uun, 2025).

Kebiasaan mengonsumsi di antara mahasiswa adalah sebuah fenomena yang menarik untuk diselidiki, terutama karena pengaruhnya yang besar pada kondisi keuangan pribadi dan masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak penelitian mengungkapkan bahwa mahasiswa sering mengeluarkan uang mereka untuk barang-barang yang bukan kebutuhan utama, seperti pakaian, gadget terbaru, dan makanan di kafe. Keinginan untuk terlihat mengikuti tren dan mendapatkan pengakuan dari teman sebaya sering kali menjadi pendorong fenomena ini.

Salah satu temuan dari studi ini adalah adanya kaitan antara aktivasi media sosial dan perilaku konsumtif. Mahasiswa yang aktif pada media sosial sering kali lebih dipengaruhi oleh iklan serta gaya hidup para influencer, yang biasanya menunjukkan kehidupan yang mewah dan barang-barang mahal. Hal ini

menimbulkan tekanan untuk mengikuti mode, sehingga mahasiswa merasa terdorong untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan.

Di samping itu, penelitian ini juga mengungkap bahwa kurangnya pemahaman finansial di kalangan mahasiswa berkontribusi pada pola pengeluaran yang berlebihan. Banyak dari mereka tidak memiliki pengetahuan yang memadai mengenai pengelolaan keuangan, sehingga mereka lebih cenderung menghabiskan uang tanpa memikirkan dampak jangka panjang. Situasi ini menunjukkan pentingnya pendidikan keuangan yang lebih baik di kampus untuk mendukung mahasiswa dalam membuat pilihan yang lebih bijaksana terkait pengeluaran mereka.

Dalam penelitian mengenai perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, ada beberapa kekurangan yang harus diperhatikan untuk meningkatkan pemahaman tentang fenomena ini. Salah satu kekurangan yang penting adalah minimnya penelitian yang menjelaskan faktor psikologis yang mempengaruhi kebiasaan belanja. Walaupun banyak penelitian yang menekankan pengaruh sosial, seperti teman sebaya dan media sosial, masih jarang yang membahas motivasi dari dalam diri dan emosi yang memengaruhi keputusan membeli. Mengetahui bagaimana faktor psikologis ini saling berhubungan dapat memberikan pandangan yang lebih lengkap tentang kebiasaan belanja mahasiswa.

Selain itu, terdapat gap dalam penelitian yang menggeneralisasi perilaku konsumtif mahasiswa tanpa mempertimbangkan perbedaan antara program studi. Setiap jurusan memiliki ciri khas dan tuntutan yang berbeda, yang bisa memengaruhi cara

mahasiswa berbelanja. Maka dari itu, sangat penting untuk meneliti bagaimana latar belakang pendidikan dan bidang studi tertentu dapat memengaruhi reaksi mahasiswa terhadap tekanan dari iklan dan lingkungan sosial, serta bagaimana ini berkontribusi terhadap perilaku konsumsi mereka.

Efek jangka panjang dari perilaku konsumsi juga merupakan hal yang masih jarang diteliti. Banyak penelitian saat ini berfokus pada pola konsumsi mahasiswa selama kuliah, tetapi sedikit yang meneliti bagaimana kebiasaan ini dapat berpengaruh terhadap kondisi keuangan mereka setelah mereka lulus. Penelitian lebih lanjut sangat diperlukan untuk memahami dampak jangka panjang dari perilaku konsumsi, agar mahasiswa bisa lebih menyadari tentang konsekuensi dari pilihan finansial yang mereka buat.

Seseorang yang memiliki control diri yang rendah dan terlalu mengikuti budaya *fomo* dapat memicu terjadinya perilaku doom spending. Cambridge Dictionary mendefinisikan kata *doom* dimana dengan menjadi sebab seseorang atau sesuatu mengalami akhir yang buruk. Kemudian doom juga berkaitan dengan sesuatu yang tidak menyenangkan hingga membuat sesuatu yang buruk pasti terjadi. Sementara *Spending* ialah uang yang digunakan untuk tujuan tertentu. Hal inilah yang membuat istilah doom spending atau perilaku konsumtif berkaitan dengan pengeluaran keuangan. Bahkan perilaku doom spending juga membuat tidak sedikit orang menganggap menabung tidak akan membantu mereka untuk bisa membeli rumah. Tidak sampai di situ, ada juga pelaku doom spending yang menganggap pengeluaran yang mereka gunakan tidak mengurangi tabungan untuk masa depan (detik.com,2024).

Pernyataan ini sama halnya yang telah terjadi di lapangan dari wawancara yang telah dilakukan pada 3 mahasiswa di Kota Malang pada tanggal 20 April 2025, yang menunjukkan bahwa 3 mahasiswa sering berbelanja online seperti produk kecantikan, kebutuhan sehari-hari dan paling sering untuk di beli ialah produk *fashion* .

Alasan responden sering berbelanja *online* pada produk *fashion* ialah responden tidak mampu mengontrol perilakunya untuk tidak berbelanja sesuai kebutuhan dengan alasan tidak mau tertinggal tren serta adanya promo diskon yang tersebar di media sosial. Dari ke 3 responden mengakui setiap bulan mengalami kekurangan uang bulanan karena sering membeli barang yang kurang dibutuhkan, terutama pada pembelian produk *fashion*.

Peneliti melakukan wawancara secara acak kepada mahasiswa di Kota Malang berikut merupakan hasil wawancara yang telah dilakukan

“Awal pertama menerima gaji saya sudah membagi beberapa uang saya namun, terkadang beberapa pengeluaran tak terduga dimana seperti di bulan ini service motor juga terkadang ada beberapa diskon besar besaran di offline store dan barang tersebut memang di butuhkan karena barang yang lalu sudah perlu diganti contohnya sepatu ku agak sedikit pudar warnanya ya... meskipun masibisa di pakek tapi aku nya kurang percaya diri jadi tiap bulan ada saja pengeluaran yang tidak bisa tahan kadang sampai di bulan ini tidak ada tabungan” (Wawancara dengan SN , 10 Mei 2025)

“ Saya sering pergi kemana- mana bersama teman-teman saya dan saya sering ikut walaupun uang saya sudah tinggal di titik darah penghabisan hehehe, jelek ku gak bisa nolak ajakan buat gak nongkrong kak jadi sering di akhir bulan uangku minus, jadi kadang pinjam dulu sama temen aku terus kalo belanja baju biasanya wajib minimal 1 bulan sekali belinya di tanggal kembar biar agak murah hihi” (Wawancara dengan RF, 11 Mei 2025)

“Setiap membeli barang aku biasanya nunggu tanggal kembar entah di shope atau tiktok nah referensi nya dari fyp tiktok ku hehe jadi setiap ada barang yang unik terutama baju, sepatu, aksesoris dll aku beli minimal 1 bulan itu ada 3 barang tapi juga itu kadang lebih, kebanyakan baju sama skincare si hehhe biasa cewek, ya gitu deh” (Wawancara dengan ED, 11 Mei 2025)

Berdasarkan contoh diatas apabila dikaji secara islam, perilaku konsumtif merupakan perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam pandangan Islam, tindakan konsumtif yang berlebihan tidak sejalan dengan kebutuhan dan bisa merugikan diri sendiri maupun orang lain. Ajaran Islam mengajarkan untuk mengendalikan keinginan dan menciptakan keseimbangan antara apa yang dibutuhkan dan diinginkan agar tidak terjadi pemborosan (israf) yang dilarang oleh Al-Qur'an. Jika nafsu untuk berbelanja tidak dikendalikan, hal ini dapat mengakibatkan efek negatif bagi mahasiswa dan menurunkan tingkat produktivitas (Rasyid, 2019).

Perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai kecenderungan dari individu untuk mengonsumsi barang atau benda yang dimana seharusnya kurang perlu untuk dibeli dengan cara berlebihan sehingga mendapat kepuasan secara maksimal.

Perilaku konsumtif yang dilakukan individu cenderung membuat individu mengeluarkan biaya yang sangat besar karena kecenderungan tidak untuk terpenuhi kebutuhan primer tetapi lebih untuk memenuhi tuntutan ataupun keinginan diri. Perilaku konsumtif juga memiliki hubungan akan aktivitas yang dilakukan individu dalam mengonsumsi atau membeli barang ataupun jasa yang cenderung berlebihan (Luas et al., 2023). Konsekuensi buruk dari kebiasaan belanja online yang berlebihan dialami oleh mahasiswi yang tidak dapat menyeimbangkan

pendapatan dan pengeluarannya, yang sering dianggap sebagai sikap pemboros. Orang-orang yang berperilaku tidak pantas cenderung membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan atau tidak penting bagi mereka. Perilaku ini sama halnya dengan aspek perilaku konsumtif, antara lain : a) Pembelian impulsif (*impulsive buying*), terjadi saat seseorang berbelanja hanya karena dorongan mendadak atau keinginan sesaat, tanpa memikirkan kebutuhan yang lebih penting. Ini biasanya terjadi ketika seseorang merasa senang atau marah., b) Pembelian tidak rasional (*non-rational buying*), adalah ketika seseorang membeli barang hanya untuk mencari kesenangan belaka, c) Pemborosan (*wasteful buying*), adalah ketika individu berperilaku negatif dengan membuang-buang uang tanpa alasan yang jelas. (Engel, Blackwell, dan Miniard 1994) dalam (Anggraini, 2019)

Di samping itu, penelitian ini juga ingin menunjukkan perbedaan dengan mengkaji perilaku konsumsi yang bervariasi di antara mahasiswa dari berbagai jurusan. Studi-studi sebelumnya seringkali mengambil pendekatan umum terhadap perilaku konsumsi tanpa mempertimbangkan berbagai konteks akademis. Dengan memberikan perhatian pada perbedaan ini, penelitian ini berupaya untuk memberi pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana latar belakang akademis dapat memengaruhi pola konsumsi, serta bagaimana mahasiswa dari jurusan yang berbeda bereaksi terhadap tekanan sosial dan iklan.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki efek jangka panjang dari kebiasaan belanja mahasiswa terhadap keadaan keuangan mereka setelah menyelesaikan studi. Penelitian sebelumnya sering kali hanya menekankan perilaku belanja saat ini, tanpa memperhatikan hasil jangka panjang yang mungkin

muncul. Dengan memahami efek jangka panjang tersebut, studi ini bertujuan untuk memberikan saran yang lebih baik bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka selama dan setelah kuliah.

Studi ini akan menyelidiki pengaruh teknologi terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa, yang merupakan topik yang belum banyak diteliti sebelumnya. Dengan meningkatnya penggunaan aplikasi belanja online dan platform media sosial, sangat penting untuk memahami bagaimana teknologi mempengaruhi perilaku konsumsi dan keputusan belanja mahasiswa. Penelitian ini akan menganalisis aspek-aspek tertentu dalam aplikasi belanja yang bisa mendorong pengeluaran yang tidak perlu, serta bagaimana mahasiswa berinteraksi dengan teknologi dalam konteks berbelanja.

Melalui metode yang lebih komprehensif dan fokus pada elemen-elemen yang kurang diteliti, studi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penting dalam memahami pola konsumsi di kalangan mahasiswa serta memberikan solusi yang lebih efisien untuk mengatasi isu ini.

Peneliti melakukan wawancara secara acak kepada mahasiswa di Kota Malang berikut merupakan hasil wawancara yang telah dilakukan

“Awal pertama menerima gaji saya sudah membagi beberapa uang saya namun, terkadang beberapa pengeluaran tak terduga dimana seperti di bulan ini service motor juga terkadang ada beberapa diskon besar besaran di offline store dan barang tersebut memang di butuhkan karena barang yang lalu sudah perlu diganti contohnya sepatu ku agak sedikit pudar warnanya ya... meskipun masibisa di pakek tapi aku nya kurang percaya diri jadi tiap bulan ada saja pengeluaran yang tidak bisa tahan kadang sampai di bulan ini tidak ada tabungan”
(Wawancara dengan SN , 10 Mei 2025)

“ Saya sering pergi kemana- mana bersama teman-teman saya dan saya sering ikut walaupun uang saya sudah tinggal di titik darah penghabisan hehehe, jelek ku gak bisa nolak ajakan buat gak nongkrong kak jadi sering di akhir bulan uangku minus, jadi kadang pinjam dulu sama temen aku terus kalo belanja baju biasanya wajib minimal 1 bulan sekali belinya di tanggal kembar biar agak murah hihi”(Wawancara dengan RF, 11 Mei 2025)

“Setiap membeli barang aku biasanya nunggu tanggal kembar entah di shope atau tiktok nah referensi nya dari fyp tiktok ku hehe jadi setiap ada barang yang unik terutama baju, sepatu, aksesoris dll aku beli minimal 1 bulan itu ada 3 barang tapi juga itu kadang lebih, kebanyakan baju sama skincare si hehe biasa cewek, ya gitu deh” (Wawancara dengan ED, 11 Mei 2025)

Ada juga penelitian yang dilakukan oleh Faudaty Adz Dzihan pada tahun 2022 dengan judul “Dampak Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Belanja Online Produk Kecantikan di Kalangan Mahasiswa”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh dari variabel bebas (kontrol diri) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif) mencapai 22. 4%. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki dampak pada perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Namun, beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa gaya hidup dan media sosial memberi dampak 86,5% yang lebih besar terhadap perilaku konsumtif dibandingkan dengan kontrol diri. Penelitian ini disajikan oleh Fikri Al Farasyi pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif.”

Penjelasan diatas di dukung oleh penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa yang dilakukan oleh Rima Dwi Afrianti dengan judul penelitian “ Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang” tahun 2024, hasil temuan dari penelitian ini menjelaskan bahwa tingkat kontrol diri pada mahasiswa tergolong rendah dengan persentase sebesar 56 %. Sedangkan untuk tingkat perilaku konsumtif mahasiswa tergolong sedang

dengan persentase sebesar 60 %. Ditemukan juga hasil bahwa faktor lain yang berpengaruh tinggi terhadap perilaku konsumtif yakni pembelian tanpa rencana.

Perbedaan penelitian ini dibandingkan dengan studi sebelumnya terletak pada pendekatan yang lebih menyeluruh untuk memahami perilaku konsumsi di antara mahasiswa. Penelitian yang lalu biasanya lebih menekankan pada faktor-faktor luar, seperti dampak teman sebaya dan iklan, tanpa melihat aspek psikologis yang ada di balik keputusan untuk berbelanja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengisi celah tersebut dengan menyelidiki bagaimana motivasi internal, perasaan, dan tekanan sosial saling berkaitan dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh Kontrol Diri terhadap perilaku konsumtif serta sejauh mana dampaknya pada lingkungan mahasiswa. Dari penjelasan di atas, peneliti merasa tertarik untuk menyelidiki mengenai “Dampak Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashion Mahasiswa di Kota Malang.”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kontrol diri pada mahasiswa di Kota Malang?
2. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif membeli barang pada mahasiswa di Kota Malang?
3. Bagaimana pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswa.
2. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada kebutuhan pada mahasiswa.
3. Mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan secara teoritis pada penelitian ini lebih khusus pada bidang psikologi konsumen yang dimana dalam penelitian ini terkhusus pada kontrol diri dan perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Individu berperilaku konsumtif seringkali membeli barang yang tidak dibutuhkan, dimana diantaranya memiliki 3 ciri; a) Pembelian impulsif (*impulsive buying*), menunjukkan individu membeli sesuatu semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat dan dilakukan tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu, serta tidak memikirkan apa yang akan terjadi selanjutnya dan biasanya bersifat emosional; b) Pembelian tidak rasional (*non-rational buying*), suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu semata-mata untuk mencari kesenangan; dan c) Pemborosan (*wasteful buying*), perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) dalam (Anggraini, 2019).

Perilaku konsumtif maka konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhannya dan keinginannya. Perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi, hal ini dikenal dengan istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja), dimana orang yang terjebak di dalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan keinginan (Mujahidah, 2020)

Perilaku konsumtif seseorang ditandai dengan kehidupan mewah dan berlebihan. Untuk memenuhi perilaku konsumtif memerlukan biaya yang tidak sedikit, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal mampu memberikan kepuasan dan kesenangan bagi orang yang menganutnya. Perilaku Konsumtif dilakukan untuk menunjukkan status sosial, kekayaan, prestige, dan untuk mendapatkan kepuasan bagi penganutnya. Terbentuknya perilaku konsumtif sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup seseorang. Beberapa aspek perilaku konsumtif diantaranya ialah pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan (Fransisca & Erdiansyah, 2020)

Perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, sebuah produk yang dipakai seseorang belum habis namun telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau membeli barang karena tertarik dengan hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Hal ini diperkuat dengan pendapat yang dikemukakan yang menyatakan bahwa remaja yang berstatus sosial ekonomi rendah tidak luput dari perilaku konsumtif yang hanya untuk menutupi kekurangan mereka (Melinda et al., 2021)

2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek perilaku konsumtif dibagi menjadi 3 menurut Engel, Blackwell dan Miniard, 1994 dalam (Dzihan, 2022)

- a. Impulsive Buying / pembelian impulsif Dimana aspek ini memperlihatkan apabila seseorang sebagai seorang pembeli yang sedang melaksanakan kegiatan berbelanja sekedar hanya atas dasar adanya keinginan sesaat

maupun nafsu yang tiba-tiba muncul. Seseorang tersebut tidak sama sekali memikirkan dan mereka tidak memikirkan dahulu hal apa yang seharusnya lebih penting di waktu dekat. Kegiatan ini biasanya bersifat emosi, baik emosi senang maupun marah.

- b. Non-Rational Buying / pembelian tidak rasional Pada aspek ini memperlihatkan apabila seseorang menjadi seorang konsumen yang sedang melaksanakan kegiatan berbelanja tidak berdasarkan kebutuhan (needs), namun hanya adanya persaingan sungkan dan gengsi ataupun perasaan yang ingin mengikuti tren yang sedang terjadi. Seseorang ini ingin terkesan sebagai seorang yang modern
- c. Wasteful Buying / Pemborosan Dimana pada aspek ini memperlihatkan seseorang menjadi pembeli yang melaksanakan kegiatan berbelanja tanpa memikirkan kebutuhan yang penting dan mereka hanya ingin menghasbiskan uang atau menghambur-hamburkan uang saja.

3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif terbagi atas 2 diantaranya

- a. Faktor Internal
 - 1) Konsep diri, yaitu dalam membeli barang disesuaikan dengan penilaian diri sendiri.
 - 2) Gaya hidup, yaitu dalam membeli barang selalu mengikuti perkembangan zaman.
- b. Faktor Eksternal yang menyebabkan perilaku konsumtif adalah kelompok referensi.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol

Kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya untuk mencegah atau mengurangi dampak dari dorongan sesaat, sehingga mampu menciptakan keadaan yang lebih baik Averil (1973) dalam (Ghufron, M. N., & Risnawita, 2010). Kontrol diri merupakan salah satu fungsi utama yang berada dalam diri individu untuk mencapai sebuah kesuksesan. Perilaku yang ditampilkan oleh individu tersebut adalah hasil dari proses pengendalian diri yang telah dilakukan. kontrol diri diartikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif (Pedhu & Date Doni, 2022). Kontrol diri merupakan kemampuan tubuh dan pikiran untuk melakukan apa yang mestinya dilakukan. Dalam hal ini kontrol diri membuat individu mampu mengambil pilihan yang tepat ketika menghadapi godaan, walaupun pada saat itu muncul pikiran dan ide buruk dikepalanya. Pengendalian diri adalah salah satu fungsi penting dalam diri seorang individu untuk meraih kesuksesan (Pedhu & Date Doni, 2022)

Kontrol diri adalah kemampuan untuk mengendalikan impuls seseorang ketika dihadapkan dengan tantangan dan godaan, dan dikaitkan dengan kesejahteraan fisiologis dan psikologis, serta sebagai kapasitas untuk mengubah impuls dan perilaku yang tidak diinginkan (Siallagan et al., 2021). Kontrol diri adalah kemampuan individu baik fisik maupun pikiran agar dapat melakukan apa yang semestinya dilakukan. Hal tersebut membuat individu mampu mengambil pilihan yang tepat saat menghadapi godaan di saat pikiran dan ide buruk muncul.

Selain itu, dengan adanya kontrol diri yang baik individu dapat memikirkan apa yang akan terjadi jika mengambil pilihan yang berbahaya. Kontrol diri adalah proses dimana individu dapat mengendalikan atau mengubah pikiran, emosi, dan perilaku. Meskipun individu memiliki kapasitas untuk mengendalikan selera dan impuls saat terlibat dalam suatu tindakan sehingga mampu mengarahkan tindakannya sesuai dengan hasil yang diinginkan, namun banyak individu yang memiliki masalah dengan pengendalian diri dari waktu ke waktu (Firdaus, 2020). Kontrol diri juga sebagai kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku impulsif (Natalia Gunawan, 2017).

2. Aspek-Aspek Kontrol Diri

Menurut Averil (1973) dalam (Ghufron, M. N., & Risnawita, 2010) kontrol diri dengan sebutan kontrol personal, yaitu kontrol perilaku (Behavior Control), kontrol kognitif (Cognitif Contro), dan mengontrol keputusan (Decesional Control).

- a. Kontrol Perilaku (Behavior Control), kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, ialah mengatur pelaksanaan (regulated administration) dan kemampuan memodifikasi stimulus (Stimulus Modifiability). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa mengendalikan situasi atau keadaan. Kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi.

- b. Kontrol kognitif (Cognitive Control) ialah kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri atas dua komponen, yaitu memperoleh informasi (informasi gain) dan melakukan penilaian (appraisal). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.
- c. Mengontrol Keputusan (Decisional Control) Mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol Diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri menurut Averill (1973) dalam (Ghufron, M. N., & Risnawita, 2010) antara lain:

- a. Faktor Internal. Faktor internal yang mempengaruhi kontrol diri adalah kondisi emosi dalam diri seorang individu, kemampuan kognitif, kepribadian, minat dan usia. Faktor internal adalah faktor yang

mempengaruhi kontrol diri seorang individu yang berasal dari dalam diri sendiri.

- b. Faktor eksternal. Faktor eksternal diantaranya adalah lingkungan. Lingkungan keluarga dan lingkungan masyarakat menjadi faktor yang mempengaruhi kontrol diri seorang individu.

C. Pengertian Produk Fashion

Mary D. Troxell dan Elaine Stone menyatakan dalam Fashion Merchandising (1981) bahwa fashion merupakan tren yang diterima dan dipakai oleh banyak orang dalam suatu komunitas pada periode tertentu. Oleh karena itu, produk fashion adalah barang yang dibuat melalui proses pembuatan seperti pakaian, celana, tas, sepatu, dan aksesoris lain yang mendukung penampilan dan menggambarkan cara hidup Detik.com.

Secara sederhana, fashion merupakan cara mengekspresikan diri melalui pilihan pakaian, aksesoris, dan gaya hidup. Fashion bukan hanya soal mengikuti tren atau memakai barang mahal, tetapi bagaimana seseorang menunjukkan identitas dan pesan melalui penampilan

D. Pengertian Mahasiswa

Seorang mahasiswa adalah seseorang yang aktif belajar dan terdaftar di suatu lembaga pendidikan tinggi, seperti akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, atau universitas (Hartaji, 2012). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswa dijelaskan sebagai orang-orang yang menuntut ilmu di institusi pendidikan tinggi. Dapat dikatakan bahwa mahasiswa adalah orang yang sedang menjalani proses pendidikan di tingkat perguruan tinggi, baik yang dikelola oleh

pemerintah maupun yang bersifat swasta, atau institusi lain yang setara dengan perguruan tinggi (Hartaji, 2012)

E. Ayat Berkaitan Dengan Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku

Konsumtif dalam Perpektif Islam.

Seseorang dapat menikmati kebebasan untuk berbelanja, tetapi tidak boleh melanggar prinsip-prinsip ajaran Islam. Dalam konteks Islam, perilaku konsumtif dapat dipandang sebagai tindakan yang sangat bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam mengenai konsumsi. Dalam ajaran Islam, perilaku konsumtif dilarang karena dianggap berlebihan, hanya fokus pada kepuasan material, dan dapat menyebabkan kesombongan. Islam mengajarkan cara berbelanja yang seimbang dalam berbagai aspek kehidupan, sesuai dengan kebutuhan, dan memberikan manfaat berdasarkan logika. Artinya, jika seseorang memahami dengan baik pola konsumsi yang dijelaskan dalam Islam, ia bisa menahan diri dari keinginan yang berlebihan dan hanya memenuhi kebutuhan dan kepentingan yang bermanfaat, sehingga dapat mengurangi perilaku boros, pelit, dan sombong (Rohayedi & Maulina, 2020).

Menekankan kontrol diri atau mujahadah an nafs adalah hal yang penting dalam perjuangan melawan keinginan untuk mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan atau israf. Ayat-ayat seperti QS. Al-Isra':27 dan QS. Al-Anfal:72 memberikan dasar bahwa cara konsumsi haruslah bijak dan sesuai kebutuhan, bukan hanya untuk memuaskan keinginan.

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya. Al-Isrā' [17]:27(Kemenag.go.id).

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَهَاجَرُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ أَوْوَا وَنَصَرُوا أُولَٰئِكَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ ۗ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يُهَاجِرُوا مَا لَكُمْ مِنْ شَيْءٍ حَتَّىٰ يُهَاجِرُوا ۚ وَإِنِ اسْتَنْصَرُوكُمْ فِي الدِّينِ فَعَلَيْكُمُ النَّصْرُ إِلَّا عَلَىٰ قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُم مِّيثَاقٌ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Sesungguhnya orang-orang yang beriman, berhijrah, dan berjihad dengan harta dan jiwanya pada jalan Allah, serta orang-orang yang memberikan tempat kediaman dan memberi pertolongan (kepada Muhajirin), mereka itu sebagiannya merupakan pelindung³¹⁸) bagi sebagian yang lain. Orang-orang yang beriman tetapi belum berhijrah, maka tidak ada kewajiban sedikit pun atas kamu untuk melindungi mereka sehingga mereka berhijrah. (Akan tetapi,) jika mereka meminta pertolongan kepadamu dalam (urusan pembelaan) agama (Islam), wajib atas kamu memberikan pertolongan, kecuali dalam menghadapi kaum yang telah terikat perjanjian antara kamu dengan mereka. Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan. Al-Anfāl [8]:72 (Kemenag.go.id).

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa memiliki kontrol diri yang baik dapat mengurangi perilaku konsumtif, sejalan dengan ajaran Islam yang mengedepankan keseimbangan dan pengendalian diri dalam hal berbelanja dan konsumsi (WIDYAWATI, 2023).

F. Pengaruh Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif

Kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk mengatur dirinya sendiri agar dapat mengurangi atau menghindari pengaruh dari dorongan yang datang tiba-tiba, sehingga menghasilkan situasi yang lebih baik Averill (1973) dalam (Ghufron, M. N., & Risnawita, 2010). Kemampuan mengendalikan diri terlihat dari bagaimana seseorang mengendalikan dorongan yang datang, berpikir sebelum bertindak, dan memilih keputusan terbaik dari beberapa opsi yang tersedia. Ada beberapa aspek dalam pengendalian diri, yaitu pengendalian perilaku, pengendalian kognitif, dan pengendalian saat mengambil keputusan. Penelitian ini menunjukkan bahwa Mahasiswa yang memiliki perilaku baik cenderung berusaha untuk membimbing, mengatur, dan mengarahkan diri dalam membeli barang yang sesuai dengan kebutuhannya. Hasilnya, mereka tidak mudah melakukan pembelian yang tidak memberikan manfaat. Kemampuan untuk mengontrol perilaku ini akan membantu mahasiswa untuk menghindari sifat konsumtif. Sebaliknya, mahasiswa yang kurang mampu mengendalikan perilakunya akan lebih rentan untuk melakukan pembelian yang berlebihan dan tidak perlu karena lebih fokus pada keinginan untuk memiliki barang tersebut. Kemunculan perilaku konsumtif tidak hanya terkait dengan pengendalian perilaku, tetapi juga dipengaruhi oleh adanya kontrol kognitif yang dimiliki oleh mahasiswa. Kontrol kognitif adalah kemampuan

seseorang dalam memanfaatkan proses berpikir atau strategi saat menghadapi suatu masalah. Siswa yang memiliki pengendalian diri yang lemah merupakan mereka yang kesulitan dalam mengelola informasi yang diterima (Anggreini & Mariyanti, 2014). Saat mereka melihat barang-barang dengan diskon, mahasiswa yang menunjukkan perilaku konsumtif lebih cenderung untuk membeli barang tersebut tanpa mempertimbangkan apakah mereka benar-benar memerhatikan. Begitu pula dengan mahasiswa yang memiliki kontrol kognitif yang baik, yang akan menyalakan dan berpikir terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Strategi promosi yang melibatkan pemberian kupon gratis dan diskon dapat mempengaruhi pilihan pembelian seseorang (Hidayat & Riofita, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa siswa perlu memiliki kontrol yang baik dalam pengambilan keputusan agar tidak terjebak dalam pembelian yang berlebihan. Mahasiswa yang memiliki kontrol yang baik dalam pengambilan keputusan akan membuat pilihan berdasarkan pertimbangan dan proses berpikir yang telah dilakukan sebelumnya, serta tidak terburu-buru dalam memilih keputusan terbaik di antara beberapa pilihan yang ada. Saat melihat tawaran potongan harga di mal, pelajar yang mampu mengendalikan keputusan mereka biasanya akan cenderung membeli hanya barang yang benar-benar mereka perlukan. Sebaliknya, pelajar yang kurang bisa mengatur pengambilan keputusan lebih mungkin untuk membeli barang-barang hanya karena mereknya atau karena barang tersebut terlihat menarik, tanpa mempertimbangkan manfaat dan kebutuhan dari barang tersebut.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan yang diajukan dalam penelitian. Pertanyaan-pertanyaan itu sebelumnya telah dirumuskan dengan jelas. Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H0: Hipotesis pada penelitian ini yaitu terdapat Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Produk Fashion Mahasiswa di Kota Malang

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini, menggunakan metode kuantitatif untuk menguji hipotesis tentang hubungan antar variabel. Dengan pengumpulan data numerik dan menganalisis secara statistik

untuk menjawab pertanyaan penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif, dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu, pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis secara empiris. Data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik, mengacu pada teori-teori yang relevan. Pendekatan deduktif-induktif digunakan dalam penelitian ini, di mana kami memulai dengan kerangka teori yang ada, kemudian mengumpulkan data untuk menguji dan mengembangkan teori tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang kuat untuk mendukung atau menolak hipotesis yang diajukan, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ini.

B. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian Deskriptif , Metode yang bertujuan untuk secara sistematis, faktual, dan akurat menggambarkan karakteristik sebuah fenomena, objek, atau populasi yang diteliti, tanpa adanya manipulasi atau pengujian hubungan sebab-akibat. Fokus dari penelitian ini adalah pada pertanyaan “apa”, “siapa”, “di mana”, dan “kapan” yang berkaitan dengan subjek yang diteliti. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh akan berupa deskripsi yang rinci dan menyeluruh, berdasarkan data yang langsung diambil dari lapangan.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah Komponen penting dalam sebuah studi adalah variabel penelitian. Variabel dapat diartikan sebagai konsep, karakteristik, atau nilai yang dapat berubah atau diukur. Studi yang berkualitas harus mampu mengenali dan mengelola variabel-variabel yang berkaitan dengan tujuan penelitian tersebut. Ada beberapa jenis variabel, yaitu variabel independent, variabel dependen, dan variabel kontrol, yang masing-masing memiliki tugas khusus dalam kerangka penelitian (Sugiyono, 2020).

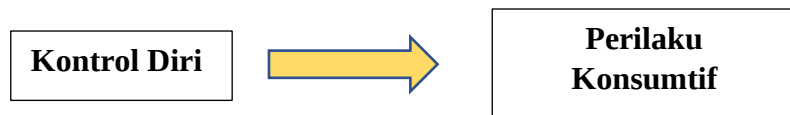
1. Variable Independen (X)

Variabel dimana dapat mempengaruhi atau terjadinya perubahan pada variable dependen. Maka pada penelitian ini, variable Independen (X) di tunjukkan dengan Kotrol Diri.

2. Variable Dependen (Y)

Variable yang mana nilainya dipengaruhi atau menjadi hasil dari variable Independen. Pada penelitian ini, variable dependen ditunjukkan pada Perilaku Konsumtif.

Keterkaitan antara variabel pada rancangan penelitian adalah sebagaimana berikut:



Gambar 3.1

Rancangan Penelitian

D. Definisi Operasional

Definisi operasional merujuk pada pemahaman mengenai variabel yang telah disusun berdasarkan sifat-sifat variabel yang dapat dilihat. Dalam penelitian ini, definisi operasionalnya adalah:

1. Kontrol Diri Kontrol Diri ialah suatu hal dimana dapat berfungsi sebagai kendali diri terhadap individu untuk mencapai kesuksesan dimana didalamnya, terdapat kontrol diri pada individu serta mampu mengarahkan, membimbing pada bentuk pencapaian positif didalamnya.
2. Perilaku Konsumtif Perilaku Konsumtif ialah suatu tindakan dimana individu melakukan kegiatan membeli suatu barang berlebihan tanpa memikirkan barang atau jasa penting tidaknya untuk di gunakan bahkan hal tersebut di

lakukan para mahasiswa atau individu yang status sosial ekonominya rendah untuk dapat menutupi kekurangan mereka.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian merujuk pada area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan sifat spesifik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis, lalu diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Pada penelitian kuantitatif, populasi terdiri dari sekelompok subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang sedang diteliti. Pada penelitian ini dilakukan di Kota Malang dengan menggunakan subyek Mahasiswa aktif di kota Malang memiliki perilaku konsumtif dimana jumlah tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan sekelompok individu yang diambil dari total dan sifat-sifat yang ada dalam populasi. Sampel ini juga berarti dapat menjadi perwakilan bagi populasi yang sedang ditelaah. Untuk menentukan berapa besar sampel yang dibutuhkan, tidak ada aturan yang tetap. Berdasarkan pernyataan Sudjana (2016) dan Hadi (2015), tidak ada panduan atau rumus yang pasti mengenai persentase yang harus dipilih dari populasi.

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling, yang menggunakan kuota sampling. Quota sampling adalah cara untuk memilih sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu sampai mencapai jumlah yang diinginkan. Metode ini dapat digunakan ketika peneliti tidak memiliki kejelasan tentang jumlah populasi yang akan diteliti, sambil

tetap mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan ketika menentukan jumlah informasi kuota sampel. Peneliti menggunakan 250 Mahasiswa di Kota Malang. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuota sampling.

Dengan rumus :

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

n_i : Jumlah sampel dari sub kelompok iii

N_i : Jumlah populasi dalam subkelompok iii

N : Total Populasi

n : Total sampel yang diinginkan

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling, yang menggunakan kuota sampling.dengan kriteria:

1. Mahasiswa di Kota Malang
2. Mahasiswa yang menggunakan Market Place (Shopee,Tiktok, Lazada, Tokopedia).

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data dalam penelitian ini berupa angket/ kuesioner. Angket di gunakan untuk dapat mengetahui pengaruh adanya kontrol diri terhadap perilaku konsumtif produk fashion terhadap Mahasiswa di Kota Malang. Mahasiswa akan mengisi angket tersebut secara online. Kuesioner ini bersifat tertutup, artinya alternatif jawaban sudah disediakan sehingga mahasiswa tinggal memilih alternatif jawaban yang sesuai. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan dua alat ukur, yaitu skala untuk perilaku konsumtif, skala untuk kontrol diri dengan 2 jenis pernyataan yaitu favorable dan unfavorable. Skala Likert berfungsi untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terkait fenomena sosial (Sugiyono, 2020).

Dengan menggunakan skala yang dirancang dalam bentuk Likert, terdapat empat pilihan jawaban yang kemudian dibagi menjadi pernyataan yang menguntungkan dan merugikan. Kuesioner ini menggunakan skala Likert yang menawarkan 4 opsi jawaban yaitu: (SS) Sangat Setuju, (S) Setuju, (TS) Tidak Setuju, (STS) Sangat Tidak Setuju. Dalam kuesioner ini , peneliti tidak memasukkan pilihan (N) Netral karena menurut : 1) Jawaban yang bersifat netral belum memberikan jawaban yang jelas atau menunjukkan tajam. 2) Pilihan jawaban netral di antara pilihan lainnya membuat responden cenderung memilih jawaban yang berada di tengah. 3) Pilihan jawaban SS-S-TS-STs menunjukkan untuk melihat kecenderungan pendapat responden. Jika ada jawaban netral, itu akan mengurangi banyak data penelitian dan mengurangi informasi yang diperoleh (Prihandrijanti, 2016).

Tabel 3. 1 Skor Skala Likert

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

G. Instrumen Pengumpulan Data

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini bertujuan untuk mengukur tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa. Skala ini dirancang untuk menilai sejauh mana perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, yang mencakup 3 aspek menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) dalam tulisan (Anggraini, 2019), yaitu: pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, dan pembelian yang boros. Terdapat 30 item dalam skala perilaku konsumtif ini, yang disusun berdasarkan ketiga aspek tersebut. Total nilai yang diperoleh dari skala ini akan menggambarkan tingkat perilaku konsumtif yang dimiliki oleh mahasiswa.

Tabel 3. 2 Blue Print Perilaku Konsumtif

No			No Aitem		Jumlah
	Aspek	Indikator	Favourable	Unfavourable	
1	Pembelian Impulsif	Membeli produk secara tiba-tiba	1,2,3,8,9	4,5,6,7,10	10
2	Pembelian Non-Rasional	Mengutamakan perasaan gengsi dari pada kebutuhan	11,12,16, 17,18	13,14,15,19, 20	10
3	Pemborosan	Mengahamburkan uang karena tidak dapat menentukan skala prioritas	23,24,25, 28,29	21,22,26, 27, 30	10
Total					30

2. Skala Kontrol Diri

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

Tabel 3. 3 Blue print Kontrol Diri

			No.Aitem		
No	Aspek	Indikator	Favourable	Unfavourable	Jumlah
1	Kontrol Perilaku	1. Mengendalikan keinginan dalam Diri.			
		2. Mengendalikan situasi di luar dirinya	1,4,5	2,3	5
		3. Dapat mengendalikan Situasi			
2	Kontrol Kognitif	1. Menilai keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif secara objektif.	7,9,11,14	6,8,10,12,13	9
		2. Mengantisipasi keadaan yang tidak menyenangkan			
3	Kontrol dalam pengambilan keputusan	1. Memilih tindakan berdasarkan apa yang di yakini	16,20,21,22	15,17,18,19,23	9
		2. Menentukan pilihan sebelum bertindak			
Total					23

H. Validitas dan Realibilitas

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu perilaku konsumtif dan kontrol diri. Untuk memperoleh data dari variabel tersebut, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat ukur atau alat untuk memperoleh jawaban dari responden. Untuk menilai kualitas kuesioner, maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian untuk mengetahui valid tidaknya setiap item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner. Item dinyatakan valid jika nilai r hitung item lebih dari nilai r tabel. Pengujian dilakukan menggunakan uji *Pearson Correlation* dengan hasil sebagai berikut:

a. Skala Perilaku Konsumtif

Tabel 3. 4 Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Aspek	Keterangan	Jumlah	Aitem
Pembelian Impulsif	Valid	10	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Pembelian Non Rasional	Valid	10	11,12,13,14,15,16,17,18,19,20
Pemborosan	Valid	10	21,22,23,24,25,26,27,28,29,30
Total		30	30

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif

No	r hitung	r tabel	Ket.
1	0.531	>0.361	Valid
2	0.523	>0.361	Valid
3	0.456	>0.361	Valid
4	0.432	>0.361	Valid
5	0.418	>0.361	Valid
6	0.396	>0.361	Valid
7	0.395	>0.361	Valid
8	0.516	>0.361	Valid
9	0.529	>0.361	Valid
10	0.429	>0.361	Valid
11	0.505	>0.361	Valid
12	0.675	>0.361	Valid
13	0.363	>0.361	Valid
14	0.414	>0.361	Valid
15	0.456	>0.361	Valid
16	0.505	>0.361	Valid
17	0.675	>0.361	Valid
18	0.523	>0.361	Valid
19	0.361	>0.361	Valid
20	0.504	>0.361	Valid
21	0.406	>0.361	Valid
22	0.507	>0.361	Valid
23	0.562	>0.361	Valid
24	0.614	>0.361	Valid
25	0.489	>0.361	Valid
26	0.361	>0.361	Valid
27	0.406	>0.361	Valid
28	0.627	>0.361	Valid
29	0.493	>0.361	Valid
30	0.404	>0.361	Valid

b. Skala Kontrol Diri

Tabel 3. 6 Uji Validitas Kontrol Diri

Aspek	Keterangan	Jumlah	Aitem
Kontrol Perilaku	Valid	5	1,2,3,4,5
Kontrol Kognitif	Valid	9	6,7,8,9,10,11,12,13,14
Kontrol Dalam Pengambilan Keputusan	Valid	9	15,16,17,18,19,20,21,22,23
Total		23	23

Hasil uji validitas dengan Korelasi Pearson terhadap angket perilaku konsumtif dan kontrol diri diperoleh hasil bahwa seluruh item tersebut adalah valid dengan ketentuan nilai r hitung lebih dari r tabel ($r_{hit} > r_{tabel}$) sehingga seluruh item tersebut dapat digunakan di penelitian.

Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Kontrol Diri

No	r Hitung	r Tabel	Ket
1	0.535	>0.361	Valid
2	0.563	>0.361	Valid
3	0.689	>0.361	Valid
4	0.369	>0.361	Valid
5	0.398	>0.361	Valid
6	0.481	>0.361	Valid
7	0.569	>0.361	Valid
8	0.537	>0.361	Valid
9	0.558	>0.361	Valid
10	0.515	>0.361	Valid
11	0.372	>0.361	Valid
12	0.647	>0.361	Valid
13	0.566	>0.361	Valid
14	0.613	>0.361	Valid
15	0.572	>0.361	Valid
16	0.580	>0.361	Valid
17	0.444	>0.361	Valid
18	0.372	>0.361	Valid
19	0.363	>0.361	Valid
20	0.427	>0.361	Valid
21	0.462	>0.361	Valid
22	0.549	>0.361	Valid
23	0.510	>0.361	Valid

Hasil uji validitas dengan Korelasi Pearson terhadap angket perilaku konsumtif dan kontrol diri diperoleh hasil bahwa seluruh item tersebut adalah valid dengan ketentuan nilai r hitung lebih dari r tabel ($r_{hit} > r_{tabel}$) sehingga seluruh item tersebut dapat digunakan di penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian untuk mengetahui keseluruhan item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner reliabel atau tidak. Teknik Alpha Cronbach digunakan untuk menguji keandalan sistem. Nilai cronbach alpha harus lebih dari 0,05 agar instrumen dianggap reliabel untuk uji signifikansi yang dilakukan pada taraf signifikansi 0,05.

Pengujian dilakukan menggunakan uji *Cronbach Alpha* dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas

No	Pernyataan	Cronbach's Alpha	Syarat	Ket.
1	Perilaku Konsumtif	0.887	>0.600	Reliabel
2	Kontrol Diri	0.867	>0.600	Reliabel

Hasil uji reliabilitas dengan Cronbach Alpha terhadap angket perilaku konsumtif dan kontrol diri diperoleh hasil bahwa seluruh item tersebut adalah reliabel dengan ketentuan nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,600 sehingga seluruh item tersebut dapat digunakan di penelitian.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dengan menggunakan syarat bahwa suatu distribusi dianggap normal jika $p > 0,05$, uji

normalitas memeriksa apakah suatu distribusi normal atau tidak. Distribusi dianggap normal jika uji normalitas distribusi memiliki $p > 0,05$.

4. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier atau tidak. Untuk menguji asumsi linieritas digunakan uji *Curve Estimation*.

I. Analisis Data

Informasi yang diperoleh dari penelitian akan dijelaskan melalui cara pengolahan data menggunakan software. Proses yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linier bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara keseluruhan (simultan) maupun secara individu (parsial). Berikut disajikan hasil regresi linier sederhana antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan

Y = variabel dependen (yang diprediksi)

X = variabel independen (prediktor)

a = intercept (konstanta), yaitu nilai Y saat $X=0$

b = koefisien regresi (slope), menunjukkan perubahan rata-rata $\bar{Y}$ untuk setiap kenaikan satu unit $\bar{X}$

e = error term (residu), selisih antara nilai observasi dan nilai prediksi

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yang semakin besar atau mendekati satu menunjukkan semakin besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut disajikan hasil koefisien determinasi dengan menggunakan R^2 .

Tabel 3. 9 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.697 ^a	0.486	0.484	4.127

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Hasil koefisien determinasi didapatkan nilai R Square sebesar 0,486 artinya bahwa besar pengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif yang dijelaskan oleh kontrol diri adalah sebesar 48,6 persen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

3. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier atau tidak. Untuk menguji asumsi linieritas digunakan uji *Curve Estimation*.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji asumsi normalitas digunakan grafik Normal P-P Plot dan uji Kolmogorov-Smirnov.

5. Uji T

Uji t atau uji simultan menjelaskan ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (parsial). Berikut disajikan hasil pengujian pengaruh secara parsial dengan menggunakan uji t.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian di lakukan di Kota Malang dengan mengambil beberapa mahasiswa dari berbagai macam kampus di Kota Malang. Kota Malang adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia, dan merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya serta kota terbesar ke-12 di Indonesia¹. Kota ini berdiri sejak masa pemerintahan Belanda pada 1 April 1914 dan terletak di dataran tinggi dengan luas sekitar 110-145 km², sehingga memiliki udara yang sejuk. Malang dikenal sebagai tempat belajar dengan lebih dari 60 universitas terkenal seperti Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, dan UIN Maulana Malik Ibrahim yang menarik ratusan ribu pelajar dari berbagai daerah di Indonesia. Kota ini juga menjadi lokasi penting untuk bisnis, layanan, dan pariwisata di Jawa Timur, dikelilingi oleh pegunungan dan dipenuhi dengan banyak taman serta bunga, sehingga mendapat julukan “Kota Bunga”.

2. Waktu Dan Tempat Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Malang, penelitian ini dilakukan pada bulan Mei dan pengambilan data di lakukan pada tanggal 1-20 tahun 2025.

3. Jumlah Subjek Penelitian

Subjek Penelitian dalam hal ini menggunakan mahasiswa aktif di Kota Malang. Jumlah sampel yang di gunakan sebanyak 250 subkjek mahasiswa.

4. Prosedur Pengambilan Data

Data-data penelitian yang diperoleh dengan mengguankan penyebaran kuesioner terkait pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada produk *fashion* mahasiswa di Kota Malang dengan kriteria yang sudah di tentukan dan mendapatkan responden sebanyak 250 orang. Kedua kuesioner tersebut disebarkan dalam satu *googleform* secara bersamaan dengan cara menghubungi secara personal masing masing subjek melalui aplikasi *whatsapp*. Dalam penyebaran skala peneliti juga mendapatkan bantuan dari teman-teman yang berbeda angkatan untuk penyebaran link skala penelitian.

5. Hambatan-Hambatan

- a. Pengumpulan data juga dilaksanakan secara daring dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Peneliti tidak mengetahui keadaan responden saat mereka mengisi kuesioner, sehingga ada kemungkinan munculnya bias.
- b. Saat peneliti membagikan tautan untuk mengisi kuesioner di *googleform*, responden tidak langsung mengerjakan kuesioner itu dan kemudian lupa untuk mengisinya. Oleh karena itu, peneliti harus mengingatkan mereka satu per satu.

B. Hasil Penelitian

1. Tingkat Kontrol Diri Pada Produk Fashion Mahasiswa di Kota Malang

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh deskripsi statistik untuk setiap variabel yang diteliti. Peneliti dalam studi ini menggunakan metode uji deskriptif. Ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk melakukan analisis menggunakan SPSS . Dari langkah-langkah tersebut, peneliti mendapatkan nilai rata-rata dan deviasi standar untuk setiap variabel. Selanjutnya, dari hasil tersebut, peneliti dapat mengelompokkan menjadi tiga kategori: tinggi, sedang, dan rendah. Hasil perhitungan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

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

a. Uji Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden merupakan pengujian untuk mengetahui gambaran umum dari demografi responden yang diamati. Pengujian dilakukan menggunakan uji distribusi frekuensi dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Deskripsi Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah	Persen
Usia			
1	<20 tahun	22	8.8%
2	21-25 tahun	151	60.4%
3	26-30 tahun	72	28.8%
4	>30 tahun	5	2.0%
Jenis Kelamin			
1	Laki Laki	116	46.4%
2	Perempuan	134	53.6%
Total		250	100%

Hasil deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh 22 orang atau 8,8 persen berusia <20 tahun, 151 orang atau 60,4 persen berusia 21-25 tahun, 72 orang atau 28,8 persen berusia 26-30 tahun, dan 5 orang atau 2,0 persen berusia >30 tahun. Deskripsi berdasarkan jenis kelamin diperoleh 116 orang atau 46,4 persen laki-laki dan 134 orang atau 53,6 persen perempuan.

b. Kategorisasi

Dalam menganalisis tingkat kontrol diri masing-masing subyek penelitian:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskripsi Kontrol Diri

No	Kategori	Rentang Skor	Jumlah	Persen
1	Rendah	30-60	187	74.8%
2	Sedang	61-90	63	25.2%
3	Tinggi	91-120	0	0.0%
Total			250	100%

Hasil deskripsi kontrol diri diperoleh 187 orang atau 74,8 persen memiliki kontrol diri rendah, 63 orang atau 25,2 persen memiliki kontrol diri sedang, dan tidak ada yang memiliki kontrol diri tinggi. Dengan demikian mayoritas responden yang diamati memiliki kontrol diri yang rendah.

2. Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Produk Fashion Mahasiswa di Kota Malang

Analisis data perilaku konsumtif, peneliti menggunakan SPSS dan mendapatkan gambaran tingkat perilaku konsumtif sebagai berikut

a. Kategorisasi

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

Tabel 4. 3 Hasil Uji Deskripsi Perilaku Konsumtif

No	Kategori	Rentang	Jumlah	Persen
1	Rendah	23-46	0	0.0%
2	Sedang	47-69	47	18.8%
3	Tinggi	70-92	203	81.2%
Total			250	100%

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Hasil deskripsi perilaku konsumtif diperoleh tidak ada yang memiliki perilaku konsumtif rendah, 47 orang atau 18,8 persen memiliki perilaku konsumtif sedang, dan 203 orang atau 81,2 memiliki perilaku konsumtif tinggi. Dengan demikian mayoritas responden yang diamati memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

3. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Produk Fashion Mahasiswa di Kota Malang

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

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji asumsi normalitas digunakan grafik Normal P-P Plot dan uji Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas Dengan Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		250
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.99798995
Most Extreme Differences	Absolute	0.044
	Positive	0.044
	Negative	-0.042

Hasil uji normalitas residual menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 sehingga nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($p > 0,05$) artinya residual mengikuti distribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier atau tidak. Untuk menguji asumsi linieritas digunakan uji *Curve Estimation*.

Tabel 4. 5 Table Uji Linieritas

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Model Summary						Parameter Estimates	
Equation	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	0.486	234.437	1	248	0.000	127.581	-0.920

The independent variable is Kontrol Diri.

Hasil uji linieritas menggunakan uji curve estimation diperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) sehingga dinyatakan bahwa bentuk hubungan antara perilaku konsumtif dan kontrol diri adalah linier sehingga asumsi linieritas terpenuhi.

c. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linier bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara keseluruhan (simultan) maupun secara individu (parsial). Berikut disajikan hasil regresi linier sederhana antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 4. 6 Hasil Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	127.581	3.553		35.911	0.000
	Kontrol Diri	-0.920	0.060	-0.697	-15.311	0.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil persamaan regresi linier sederhana antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif disajikan sebagai berikut.

$$Y = 127,581 - 0,920 X + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Koefisien konstanta sebesar 127,581 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari kontrol diri maka dapat diprediksi nilai perilaku konsumtif sebesar 127,581.
- Koefisien kontrol diri sebesar -0,920 menunjukkan adanya pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, artinya semakin rendah kontrol diri yang dimiliki responden akan berpengaruh signifikan terhadap semakin tinggi perilaku konsumtif responden tersebut.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yang semakin besar atau mendekati satu menunjukkan semakin besar kemampuan

variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut disajikan hasil koefisien determinasi dengan menggunakan R^2 .

Tabel 4. 7 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.697 ^a	0.486	0.484	4.127

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil koefisien determinasi didapatkan nilai R Square sebesar 0,486 artinya bahwa besar pengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif yang dijelaskan oleh kontrol diri adalah sebesar 48,6 persen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

e. Uji T

Uji t atau uji simultan menjelaskan ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (parsial). Berikut disajikan hasil pengujian pengaruh secara parsial dengan menggunakan uji t.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Parsial

Model		t	Sig.
1	(Constant)	35.911	0.000
	Kontrol Diri	-15.311	0.000

Uji parsial diperoleh nilai t hitung sebesar 15,311 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sebagai perbandingan diperoleh nilai t tabel pada derajat bebas 248 dan alpha 5 persen sebesar 1,970. Hasil tersebut menunjukkan nilai t hitung lebih dari nilai t tabel ($t_{hit} > t_{tabel}$) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($sig < 0,05$) sehingga dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif secara parsial.

C. Pembahasan

Berdasarkan uraian penjelasan penelitian diatas, berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut bagaimana pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada produk *fashion* mahasiswa di Kota Malang.

1. Tingkat Kontrol Diri

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa tingkat kontrol diri pada kategori rendah sejumlah 74,8% dengan frekuensi sebanyak 187 orang, 63 orang berada pada kategori sedang sekitar 25,2% serta 0 orang atau 0,0% berada pada kategori tinggi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tingkat kontrol diri pada mahasiswa di Kota Malang mayoritas berada pada kategori rendah karena memiliki presentasi 74,8% artinya mahasiswa yang menunjukkan perilaku konsumtif tinggi.

Sedangkan kemampuan mengendalikan diri membuat seseorang lebih mampu menentukan prioritas dalam berbelanja, seperti mengutamakan kebutuhan sebelum keinginan. Mereka biasanya akan memikirkan dampak dari pembelian sebelum memutuskan untuk membeli barang yang diinginkan. Jika suatu produk dianggap tidak terlalu penting, mahasiswi sering kali memilih untuk menunda pembelian produk *fashion* meskipun keinginan untuk memilikinya sangat besar. Namun,

mahasiswi juga bisa tergoda oleh penawaran menarik di situs jual beli karena banyaknya diskon dan promosi yang tersedia. Kemampuan pengendalian diri adalah keterampilan individu dalam memahami keadaan diri dan lingkungan serta kemampuan untuk mengatur dan mengelola perilaku sesuai dengan situasi yang ada agar dapat menampilkan diri dengan baik saat berinteraksi sosial. Pengendalian diri mencakup pengelolaan aspek fisik, psikologis, dan perilaku yang membentuk kepribadian seseorang (Ghufron, M. N., & Risnawita, 2010). Dapat dilihat bahwa hasil analisis deskriptif pada penelitian ini sebanyak 250 responden, dimana kriteria yaitu mahasiswa aktif di Kota Malang.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswi di Kota Malang belum dapat mengendalikan diri saat berbelanja terutama pada produk *fashion*. Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tingkat kontrol diri mahasiswi berada pada kategori rendah, dengan frekuensi 187 dan persentase 74,8%. Berdasarkan hasil tersebut kontrol diri pada mahasiswa tergolong rendah dikarenakan mahasiswa masi banyak terpengaruh untuk membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan dibandingkan barang yang menjadi kebutuhan utama.

2. Tingkat Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa di Kota Malang tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini dibuktikan dengan presentasi 81,2% berada pada kategori tinggi, 18,8% berada pada kategori sedang. Sehingga dapat disimpulkan rata-rata dari 250 mahasiswa yang sudah diteliti memiliki perilaku konsumtif sedang hingga tinggi, jadi

mahasiswa pada penelitian ini masih cenderung berbelanja secara berlebihan tanpa memperhitungkan konsekuensi. Adapun bentuk perilaku konsumtif yang tinggi adalah jika mereka sering membeli produk kecantikan yang tidak sesuai kebutuhan, secara tiba-tiba membeli karena alasan terdapat promo atau diskon.

Mahasiswi yang menunjukkan perilaku konsumsi berlebihan dapat dikenali dari tindakan mereka yang membeli barang tanpa memperhatikan kebutuhan. Mereka tidak mempertimbangkan produk apa yang akan dibeli di kemudian hari atau hanya membeli barang sesuai dengan daftar yang sudah dibuat.

Berdasarkan paparan diatas perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Malang dapat di simpulkan terbilang tinggi , hal tersebut berarti perilaku konsumtif mahasiswi di Kota Malang yang mengacu pada aspek dan faktor terkait tersebut . Bahwasanya mahasiswa belum bisa mengontrol kebutuhan utama dibandingkan dengan keinginan sementara, sehingga menimbulkan pembelian yang tidak terencana, pembelian tidak rasional dan pemborosan yang berlebihan.

3. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Produk *Fashion* Mahasiswa di Kota Malang.

Berdasarkan dari hasil uji linearitas, penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa terhadap produk fashion di kota Malang. Analisis mengenai pengaruh kontrol diri pada perilaku konsumsi mahasiswa menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang didapat adalah 0. 000, di mana $R^2 = 0. 486$. Hal ini menandakan bahwa kontrol diri tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di Kota Malang, dengan pengaruh tidak lebih dari

48,6%. Ini berarti jika kontrol diri semakin rendah, perilaku konsumsi akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika kontrol diri meningkat, perilaku konsumsi akan menurun. Oleh karena itu, penting bagi setiap individu untuk memiliki kontrol diri agar dapat menghindari perilaku yang berlebihan.

Hal ini dapat dilihat pada penelitian lain dari Faudaty Adz Dzihan pada tahun 2022 yang berjudul “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Produk Kecantikan Pada Mahasiswa”, membuktikan/menunjukkan bahwa pengaruh variable bebas (kontrol diri) terhadap variable terikat (perilaku konsumtif) adalah sebesar 22.4%. Sehingga dapat dikatakan bahwa kontrol diri dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Ada studi lain yang dilakukan pada mahasiswa Tata Busana di Universitas Negeri Malang menemukan bahwa ketika kontrol diri meningkat, perilaku untuk membeli produk fashion secara online meningkat. Penelitian ini menyoroti betapa pentingnya pendidikan dan sosialisasi untuk membantu mahasiswa meningkatkan kontrol diri mereka, sehingga dapat menurunkan perilaku konsumtif.

Artinya Mahasiswa di Kota Malang pada penelitian ini tingkat kontrol diri pada setiap individu sangat rendah sehingga dapat memunculkan perilaku impulsive pada diri mereka dan hal tersebut merupakan hal yang kurang baik atau tidak menguntungkan pada diri sendiri.

Berdasarkan teori dan hasil yang ada, dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan mengendalikan diri memainkan peran krusial dalam mengatur perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Malang, terutama dalam hal pembelian

produk fashion secara daring. Semakin baik kemampuan mereka dalam mengontrol diri, semakin kecil kecenderungan untuk bersikap konsumtif. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan temuan ini dengan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kemampuan mengendalikan diri dan perilaku konsumtif di berbagai perguruan tinggi di Malang.

Untuk mengurangi perilaku konsumtif yang dapat berdampak buruk pada kondisi finansial dan psikologis mahasiswa, sangat disarankan untuk meningkatkan kontrol diri melalui pendidikan, sosialisasi, dan penguatan literasi finansial.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Produk Fashion Mahasiswa Di Kota Malang sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 74,8% Mahasiswa di Kota Malang memiliki tingkat kontrol diri yang rendah dalam berbelanja produk *fashion*. Mahasiswa di kota Malang memiliki tingkat kontrol diri yang rendah di dapat diartikan bahwa Mahasiswa di Kota Malang kurang dapat menahan rasa ingin berbelanja seperti *makeup*, *skincare*, baju,sepatu, hal yang sering ditemui ialah dengan berbelanja produk *fashion*.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 81,2% Mahasiswa di Kota Malang memiliki perilaku konsumtif yang cenderung tinggi dalam berbelanja produk fashion. Mahasiswa di Kota Malang memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi dapat diartikan bahwa masih banyak Mahasiswa di Kota Malang Ketika membeli barang tidak dapat memilih mana kebutuhan Utama, banyak mahasiswa membeli suatu barang terutama barang fashion dengan keinginan bukan kebutuhan.
3. Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kota Malang dalam berbelanja produk fashion. Berdasarkan hasil perhitungan regresi sederhana menunjukkan bahwa tingkat signifikannya $0,00 < 0,05$ dan dengan nilai R Square sebesar 0,486% artinya bahwa besar pengaruh terhadap variabel

perilaku konsumtif yang dijelaskan oleh kontrol diri adalah sebesar 48,6%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa

Temuan dari studi ini bisa dijadikan alat untuk mahasiswi dalam mengevaluasi diri mereka. Setiap mahasiswi perlu membuat daftar kebutuhan serta mencatat tiap harinya yang menjadi prioritas utama pada diri mereka sendiri. Selain itu, faktor-faktor dari lingkungan seperti orang tua, dosen, dan mahasiswi lain berperan penting dalam meningkatkan serta mengendalikan diri saat berbelanja online produk-produk *fashion*. Diharapkan, peserta dalam penelitian ini dapat menjaga kontrol diri mereka untuk bisa mengatur perilaku belanja online di bidang *fashion*. Bagi mereka yang memiliki kecenderungan untuk berbelanja secara berlebihan, penting untuk berlatih dan memperkuat pengendalian diri guna mengatur kebiasaan konsumsi. Hal ini sangat diperlukan agar mahasiswi dapat berlatih dalam mengontrol perilaku konsumtif ketika berbelanja online produk *fashion* mereka.

2. Peneliti Selanjutnya

Dengan merujuk pada hasil yang ditemukan di penelitian ini, ada pengaruh antara kemampuan mengendalikan diri dan perilaku konsumtif. Namun, hasil dari penelitian ini belum bisa menjelaskan berbagai macam gaya hidup yang dimiliki setiap individu. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan pengembangan dengan mengeksplorasi perilaku konsumtif bersama variabel lain seperti konformitas, harga diri, citra diri, dan lain-lain.

Dengan demikian, penelitian ini bisa memberikan pengetahuan lebih kepada masyarakat dan berkontribusi dalam dunia akademis psikologi.

DAFTAR PUSTAKA

- 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 Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 34–42.
<https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1461> Dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 34–42.
<https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1461>
- Diani, T. (2019). *PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE MAHASISWA*. 1–23.
- Dzihan, F. A. (2022). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Produk Kecantikan Pada Mahasiswi*. 31–32.
- Fikri Al Farasyi, H. I. (2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL, E-LIFESTYLE DAN BUDAYA DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Firdaus, M. (2020). *Kontrol Diri Pada Mahasiswa Selama Pembelajaran Jarak*. 14(1).
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>

Ghufron, M. N., & Risnawita, R. S. (2010). *Teori-teori Psikologis* (p. 202). AR-RUZZ MEDIA.

Hartaji. (2012). MOTIVASI BERPRESTASI PADA MAHASISWA YANG BERKULIAH DI JURUSAN PILIHAN ORANG TUA. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 22–31.

Hidayat, F., & Riofita, H. (2024). *Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce The Influence of Discounts and Promotions on Impulsive Purchasing Behavior in the Digital Era on E-Commerce Platforms*. 7(11), 4196–4201.
<https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6400>

Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>

Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2021). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.

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*, 4. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>

Natalia Gunawan, L. (2017). *Kontrol Diri dan Penyesuaian Diri dengan Kedisiplinan Siswa CORE View metadata, citation and similar papers at*

core.ac.uk provided by eJournals System Universitas Mulawarman. 5(1), 16–24.

Norvilitis, J. M., & MacLean, M. (2010). "The Role of Financial Literacy in the Financial Behavior of College Students." *Journal of Financial Counseling and Planning*, 21(1), 1-10.

Pedhu, Y., & Date Doni, A. M. (2022). Kontrol Diri Dan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa. *Psiko Edukasi*, 20(2), 165–175.

<https://doi.org/10.25170/psikoedukasi.v20i2.3540>

Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(1), 24.

<https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11035>

Rasyid, A. (2019). Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 172–186.

<https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/yurisprudentia/article/view/2128>

Rohayedi, E., & Maulina, M. (2020). Konsumerisme Dalam Perspektif Islam.

Transformatif, 4(1), 31–48. <https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>

Siallagan, A. M., Derang, I., & ... (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan.

Jurnal Darma Agung

<http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/95>

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*.
Pearson.

Richins, M. L. (2011). "Materialism and Its Role in Consumer Behavior." *Journal of Consumer Research*, 37(1), 1-16.

Vira Krisnayanti, N. P., Ratih Andhini, L. P., & Noviana Utami, N. M. S. (2023).
Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi
Belanja Online Mahasiswa Fashion Design. *Psikologi Prima*, 6(2), 109–114.
<https://doi.org/10.34012/psychoprime.v6i2.4141>

WIDYAWATI, M. (2023). PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL
DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Mahasiswa UIN
Raden Intan Lampung). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–
19.

<https://quran.kemenag.go.id/>

LAMPIRAN

Lampiran Analisis

A. Uji Validitas

1. Perilaku Konsumtif

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y
Y.1 Pearson Correlation	1	0.889**	0.759**	-0.300	-0.296	-0.336	0.531**
Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.107	0.112	0.069	0.003
N	30	30	30	30	30	30	30
Y.2 Pearson Correlation	0.889**	1	0.819**	-0.258	-0.257	-0.224	0.523**
Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.168	0.171	0.235	0.003
N	30	30	30	30	30	30	30
Y.3 Pearson Correlation	0.759**	0.819**	1	-0.295	-0.370*	-0.194	0.456*
Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.113	0.044	0.304	0.011
N	30	30	30	30	30	30	30
Y.4 Pearson Correlation	-0.300	-0.258	-0.295	1	0.638**	0.822**	0.432*
Sig. (2-tailed)	0.107	0.168	0.113		0.000	0.000	0.017
N	30	30	30	30	30	30	30
Y.5 Pearson Correlation	-0.296	-0.257	-0.370*	0.638**	1	0.611**	0.418*
Sig. (2-tailed)	0.112	0.171	0.044	0.000		0.000	0.021
N	30	30	30	30	30	30	30
Y.6 Pearson Correlation	-0.336	-0.224	-0.194	0.822**	0.611**	1	0.396*
Sig. (2-tailed)	0.069	0.235	0.304	0.000	0.000		0.030
N	30	30	30	30	30	30	30

Y	Pearson Correlation	0.531**	0.523**	0.456*	0.432*	0.418*	0.396*	1
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.003	0.011	0.017	0.021	0.030	
	N	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).

Correlations

		Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y
Y.7	Pearson Correlation	1	-0.056	-0.101	0.642**	-0.196	-0.020	0.395*
	Sig. (2-tailed)		0.769	0.595	0.000	0.300	0.916	0.031
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	-0.056	1	0.647**	-0.197	0.552**	0.792**	0.516**
	Sig. (2-tailed)	0.769		0.000	0.296	0.002	0.000	0.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.9	Pearson Correlation	-0.101	0.647**	1	-0.217	0.822**	0.672**	0.529**
	Sig. (2-tailed)	0.595	0.000		0.249	0.000	0.000	0.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.10	Pearson Correlation	0.642**	-0.197	-0.217	1	-0.249	-0.041	0.429*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.296	0.249		0.185	0.831	0.018
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.11	Pearson Correlation	-0.196	0.552**	0.822**	-0.249	1	0.649**	0.505**
	Sig. (2-tailed)	0.300	0.002	0.000	0.185		0.000	0.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.12	Pearson Correlation	-0.020	0.792**	0.672**	-0.041	0.649**	1	0.675**

	Sig. (2-tailed)	0.916	0.000	0.000	0.831	0.000		0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	0.395*	0.516**	0.529**	0.429*	0.505**	0.675**	1
	Sig. (2-tailed)	0.031	0.003	0.003	0.018	0.004	0.000	
	N	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).

Correlations

		Y.13	Y.14	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	Y
Y.13	Pearson Correlation	1	0.595**	0.786**	-0.339	-0.278	-0.352	0.363*
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.000	0.067	0.138	0.056	0.048
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.14	Pearson Correlation	0.595**	1	0.515**	-0.196	-0.020	-0.185	0.414*
	Sig. (2-tailed)	0.001		0.004	0.300	0.916	0.327	0.023
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.15	Pearson Correlation	0.786**	0.515**	1	-0.117	-0.081	-0.279	0.456*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.004		0.540	0.672	0.136	0.011
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.16	Pearson Correlation	-0.339	-0.196	-0.117	1	0.649**	0.738**	0.505**
	Sig. (2-tailed)	0.067	0.300	0.540		0.000	0.000	0.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.17	Pearson Correlation	-0.278	-0.020	-0.081	0.649**	1	0.741**	0.675**
	Sig. (2-tailed)	0.138	0.916	0.672	0.000		0.000	0.000

N		30	30	30	30	30	30	30
Y.18	Pearson Correlation	-0.352	-0.185	-0.279	0.738**	0.741**	1	0.523**
	Sig. (2-tailed)	0.056	0.327	0.136	0.000	0.000		0.003
N		30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	0.363*	0.414*	0.456*	0.505**	0.675**	0.523**	1
	Sig. (2-tailed)	0.048	0.023	0.011	0.004	0.000	0.003	
N		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).

Correlations

		Y.19	Y.20	Y.21	Y.22	Y.23	Y.24	Y
Y.19	Pearson Correlation	1	0.611**	0.273	0.408*	-0.042	-0.281	0.361*
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.145	0.025	0.825	0.133	0.050
N		30	30	30	30	30	30	30
Y.20	Pearson Correlation	0.611**	1	0.617**	0.511**	0.092	-0.097	0.504**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.004	0.631	0.611	0.005
N		30	30	30	30	30	30	30
Y.21	Pearson Correlation	0.273	0.617**	1	0.692**	-0.198	0.003	0.406*
	Sig. (2-tailed)	0.145	0.000		0.000	0.295	0.987	0.026
N		30	30	30	30	30	30	30
Y.22	Pearson Correlation	0.408*	0.511**	0.692**	1	-0.139	0.026	0.507**
	Sig. (2-tailed)	0.025	0.004	0.000		0.464	0.892	0.004
N		30	30	30	30	30	30	30

Y.23	Pearson Correlation	-0.042	0.092	-0.198	-0.139	1	0.610**	0.562**
	Sig. (2-tailed)	0.825	0.631	0.295	0.464		0.000	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.24	Pearson Correlation	-0.281	-0.097	0.003	0.026	0.610**	1	0.614**
	Sig. (2-tailed)	0.133	0.611	0.987	0.892	0.000		0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	0.361*	0.504**	0.406*	0.507**	0.562**	0.614**	1
	Sig. (2-tailed)	0.050	0.005	0.026	0.004	0.001	0.000	
	N	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).

Correlations

		Y.25	Y.26	Y.27	Y.28	Y.29	Y.30	Y
Y.25	Pearson Correlation	1	-0.252	-0.203	0.512**	0.627**	-0.310	0.489**
	Sig. (2-tailed)		0.180	0.283	0.004	0.000	0.095	0.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.26	Pearson Correlation	-0.252	1	0.273	-0.229	-0.097	0.691**	0.361*
	Sig. (2-tailed)	0.180		0.145	0.223	0.611	0.000	0.050
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.27	Pearson Correlation	-0.203	0.273	1	-0.037	-0.292	0.674**	0.406*
	Sig. (2-tailed)	0.283	0.145		0.844	0.117	0.000	0.026
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.28	Pearson Correlation	0.512**	-0.229	-0.037	1	0.507**	-0.111	0.627**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.223	0.844		0.004	0.558	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.29	Pearson Correlation	0.627**	-0.097	-0.292	0.507**	1	-0.297	0.493**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.611	0.117	0.004		0.111	0.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.30	Pearson Correlation	-0.310	0.691**	0.674**	-0.111	-0.297	1	0.404*
	Sig. (2-tailed)	0.095	0.000	0.000	0.558	0.111		0.027
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	0.489**	0.361*	0.406*	0.627**	0.493**	0.404*	1
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.050	0.026	0.000	0.006	0.027	
	N	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).

2. Kontrol Diri

Correlations

	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X
X.1 Pearson Correlation	1	-0.040	0.098	0.614**	0.614**	-0.200	0.535**
Sig. (2-tailed)		0.835	0.608	0.000	0.000	0.289	0.002
N	30	30	30	30	30	30	30
X.2 Pearson Correlation	-0.040	1	0.763**	-0.120	0.070	0.387*	0.563**
Sig. (2-tailed)	0.835		0.000	0.528	0.715	0.034	0.001
N	30	30	30	30	30	30	30
X.3 Pearson Correlation	0.098	0.763**	1	0.066	-0.017	0.497**	0.689**
Sig. (2-tailed)	0.608	0.000		0.730	0.928	0.005	0.000
N	30	30	30	30	30	30	30
X.4 Pearson Correlation	0.614**	-0.120	0.066	1	0.461*	-0.261	0.369*
Sig. (2-tailed)	0.000	0.528	0.730		0.010	0.163	0.045
N	30	30	30	30	30	30	30
X.5 Pearson Correlation	0.614**	0.070	-0.017	0.461*	1	-0.259	0.398*
Sig. (2-tailed)	0.000	0.715	0.928	0.010		0.167	0.030
N	30	30	30	30	30	30	30
X.6 Pearson Correlation	-0.200	0.387*	0.497**	-0.261	-0.259	1	0.481**
Sig. (2-tailed)	0.289	0.034	0.005	0.163	0.167		0.007
N	30	30	30	30	30	30	30
X Pearson Correlation	0.535**	0.563**	0.689**	0.369*	0.398*	0.481**	1
Sig. (2-tailed)	0.002	0.001	0.000	0.045	0.030	0.007	
N	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).

Correlations

		X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X
X.7	Pearson Correlation	1	-0.058	0.753**	-0.002	0.690**	0.081	0.569**
	Sig. (2-tailed)		0.759	0.000	0.991	0.000	0.670	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.8	Pearson Correlation	-0.058	1	-0.112	0.581**	0.003	0.592**	0.537**
	Sig. (2-tailed)	0.759		0.555	0.001	0.989	0.001	0.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.9	Pearson Correlation	0.753**	-0.112	1	-0.125	0.529**	0.021	0.558**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.555		0.511	0.003	0.913	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.10	Pearson Correlation	-0.002	0.581**	-0.125	1	-0.255	0.741**	0.515**
	Sig. (2-tailed)	0.991	0.001	0.511		0.174	0.000	0.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.11	Pearson Correlation	0.690**	0.003	0.529**	-0.255	1	-0.293	0.372*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.989	0.003	0.174		0.116	0.043
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.12	Pearson Correlation	0.081	0.592**	0.021	0.741**	-0.293	1	0.647**
	Sig. (2-tailed)	0.670	0.001	0.913	0.000	0.116		0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X	Pearson Correlation	0.569**	0.537**	0.558**	0.515**	0.372*	0.647**	1
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.002	0.001	0.004	0.043	0.000	
	N	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).

Correlations

		X.13	X.14	X.15	X.16	X.17	X.18	X
X.13	Pearson Correlation	1	0.165	0.740**	0.096	0.433*	0.450*	0.566**
	Sig. (2-tailed)		0.385	0.000	0.615	0.017	0.013	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.14	Pearson Correlation	0.165	1	0.119	0.690**	-0.174	-0.042	0.613**
	Sig. (2-tailed)	0.385		0.532	0.000	0.358	0.827	0.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.15	Pearson Correlation	0.740**	0.119	1	0.027	0.591**	0.514**	0.572**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.532		0.888	0.001	0.004	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.16	Pearson Correlation	0.096	0.690**	0.027	1	-0.154	-0.103	0.580**
	Sig. (2-tailed)	0.615	0.000	0.888		0.418	0.589	0.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.17	Pearson Correlation	0.433*	-0.174	0.591**	-0.154	1	0.591**	0.444*
	Sig. (2-tailed)	0.017	0.358	0.001	0.418		0.001	0.014
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.18	Pearson Correlation	0.450*	-0.042	0.514**	-0.103	0.591**	1	0.372*
	Sig. (2-tailed)	0.013	0.827	0.004	0.589	0.001		0.043
	N	30	30	30	30	30	30	30
X	Pearson Correlation	0.566**	0.613**	0.572**	0.580**	0.444*	0.372*	1
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.001	0.001	0.014	0.043	
	N	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).

Correlations

		X.19	X.20	X.21	X.22	X.23	X
X.19	Pearson Correlation	1	-0.228	-0.131	-0.157	0.345	0.363*
	Sig. (2-tailed)		0.226	0.491	0.409	0.062	0.049
	N	30	30	30	30	30	30
X.20	Pearson Correlation	-0.228	1	0.769**	0.662**	-0.243	0.427*
	Sig. (2-tailed)	0.226		0.000	0.000	0.197	0.019
	N	30	30	30	30	30	30
X.21	Pearson Correlation	-0.131	0.769**	1	0.751**	-0.052	0.462*
	Sig. (2-tailed)	0.491	0.000		0.000	0.784	0.010
	N	30	30	30	30	30	30
X.22	Pearson Correlation	-0.157	0.662**	0.751**	1	0.038	0.549**
	Sig. (2-tailed)	0.409	0.000	0.000		0.840	0.002
	N	30	30	30	30	30	30
X.23	Pearson Correlation	0.345	-0.243	-0.052	0.038	1	0.510**
	Sig. (2-tailed)	0.062	0.197	0.784	0.840		0.004
	N	30	30	30	30	30	30
X	Pearson Correlation	0.363*	0.427*	0.462*	0.549**	0.510**	1
	Sig. (2-tailed)	0.049	0.019	0.010	0.002	0.004	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

B. Uji Reliabilitas

1. Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.887	30

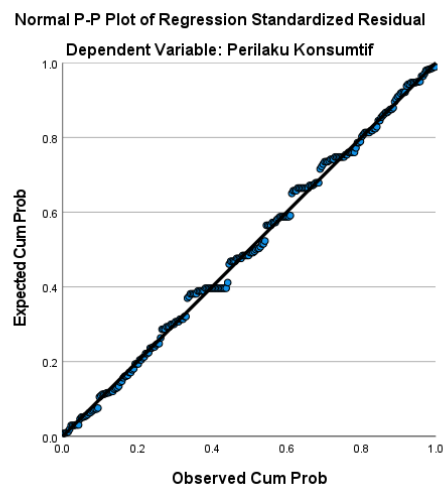
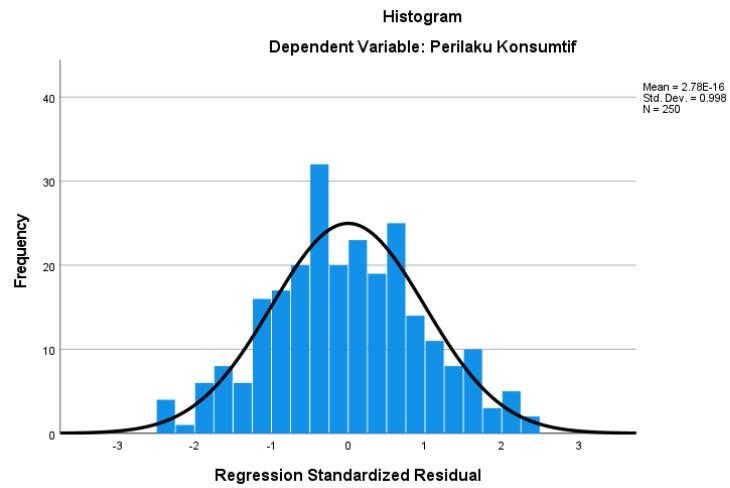
2. Kontrol Diri

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.867	23

C. Uji Asumsi Klasik

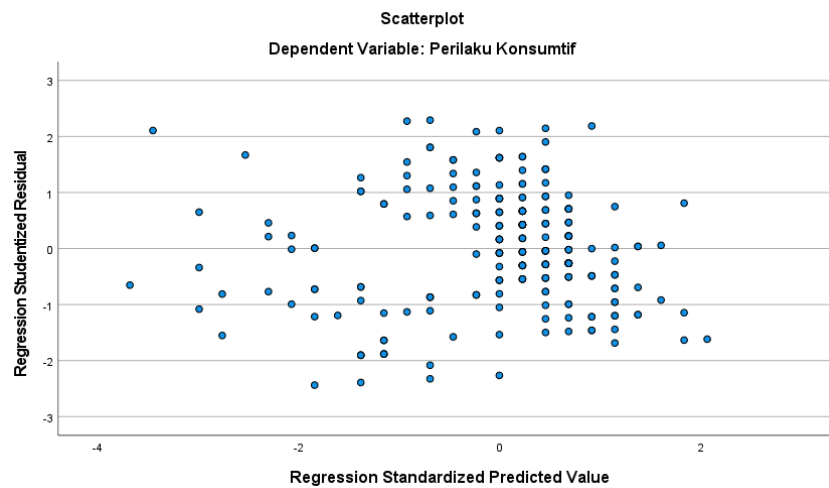
1. Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardize d Residual
N		250
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.99798995
Most Extreme Differences	Absolute	0.044
	Positive	0.044
	Negative	-0.042

2. Uji Heteroskedastisitas



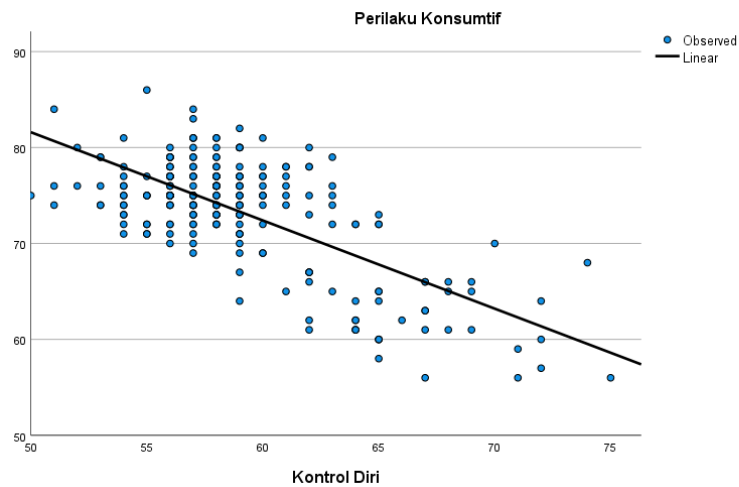
3. Uji Linieritas

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Model Summary						Parameter Estimates	
Equation	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	0.486	234.437	1	248	0.000	127.581	-0.920

The independent variable is Kontrol Diri.



D. Uji Regresi Linier

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.697 ^a	0.486	0.484	4.127

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3993.212	1	3993.212	234.437	0.000 ^b
	Residual	4224.232	248	17.033		
	Total	8217.444	249			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Kontrol Diri

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	127.581	3.553		35.911	0.000
	Kontrol Diri	-0.920	0.060	-0.697	-15.311	0.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Blue Print

Tabel 3.3

Blue Print Perilaku Konsumtif

No			Indikator	No Aitem		Jumlah
				Favourable	Unfavourable	
1	Pembelian Impulsif		Membeli produk secara tiba-tiba	1,2,3,8,9	4,5,6,7,10	10
2	Pembelian Non-Rasional		Mengutamakan perasaan gengsi dari pada kebutuhan	11,12,16, 17,18	13,14,15,19, 20	10
3	Pemborosan		Mengahamburkan uang karena tidak dapat menentukan skala prioritas	23,24,25, 28,29	21,22,26, 27, 30	10
Total						30

Tabel 3.4
Blueprint Kontrol Diri

			No.Aitem		
No	Aspek	Indikator	Favourable	Unfavourable	Jumlah
1	Kontrol Perilaku	1. Mengendalikan keinginan dalam Diri.			
		2. Mengendalikan situasi di luar dirinya	1,4,5	2,3	5
		3. Dapat mengendalikan Situasi			
2	Kontrol Kognitif	1. Menilai keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif secara objektif.	7,9,11,14	6,8,10,12,13	9
		2. Mengantisipasi keadaan yang tidak menyenangkan			
3	Kontrol dalam pengambilan keputusan	1. Memilih tindakan berdasarkan apa yang di yakini	16,20,21,22	15,17,18,19,23	9
		2. Menentukan pilihan sebelm bertindak			
Total					23

Tabel 3. 10 Skor Skala Likert

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

Tabel 3. 11 Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Aspek	Keterangan	Jumlah	Aitem
Pembelian Impulsif	Valid	10	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10
Pembelian Non Rasional	Valid	10	11,12,13,14,15,16,17,18,19,20
Pemborosan	Valid	10	21,22,23,24,25,26,27,28,29,30
Total		30	30

Tabel 3. 12 Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Aspek	Keterangan	Jumlah	Aitem
Kontrol Perilaku	Valid	5	1,2,3,4,5
Kontrol Kognitif	Valid	9	6,7,8,9,10,11,12,13,14
Kontrol Dalam Pengambilan Keputusan	Valid	9	15,16,17,18,19,20,21,22,23
Total		23	23

Tabel 3. 13 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif

No	r hitung	r tabel	Ket.
1	0.531	>0.361	Valid
2	0.523	>0.361	Valid
3	0.456	>0.361	Valid
4	0.432	>0.361	Valid
5	0.418	>0.361	Valid
6	0.396	>0.361	Valid
7	0.395	>0.361	Valid
8	0.516	>0.361	Valid
9	0.529	>0.361	Valid
10	0.429	>0.361	Valid
11	0.505	>0.361	Valid
12	0.675	>0.361	Valid
13	0.363	>0.361	Valid
14	0.414	>0.361	Valid
15	0.456	>0.361	Valid
16	0.505	>0.361	Valid
17	0.675	>0.361	Valid
18	0.523	>0.361	Valid
19	0.361	>0.361	Valid
20	0.504	>0.361	Valid
21	0.406	>0.361	Valid
22	0.507	>0.361	Valid
23	0.562	>0.361	Valid
24	0.614	>0.361	Valid
25	0.489	>0.361	Valid
26	0.361	>0.361	Valid
27	0.406	>0.361	Valid
28	0.627	>0.361	Valid
29	0.493	>0.361	Valid
30	0.404	>0.361	Valid

Tabel 3. 14 Hasil Uji Validitas Kontrol Diri

No	r Hitung	r Tabel	Ket
1	0.535	>0.361	Valid
2	0.563	>0.361	Valid
3	0.689	>0.361	Valid
4	0.369	>0.361	Valid
5	0.398	>0.361	Valid
6	0.481	>0.361	Valid
7	0.569	>0.361	Valid
8	0.537	>0.361	Valid
9	0.558	>0.361	Valid
10	0.515	>0.361	Valid
11	0.372	>0.361	Valid
12	0.647	>0.361	Valid
13	0.566	>0.361	Valid
14	0.613	>0.361	Valid
15	0.572	>0.361	Valid
16	0.580	>0.361	Valid
17	0.444	>0.361	Valid
18	0.372	>0.361	Valid
19	0.363	>0.361	Valid
20	0.427	>0.361	Valid
21	0.462	>0.361	Valid
22	0.549	>0.361	Valid
23	0.510	>0.361	Valid

Tabel 3. 15 Hasil Uji Reliabilitas

No	Pernyataan	Cronbach's Alpha	Syarat	Ket.
1	Perilaku Konsumtif	0.887	>0.600	Reliabel
2	Kontrol Diri	0.867	>0.600	Reliabel

Tabel 3. 16 Table Uji Linieritas

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Model Summary						Parameter Estimates	
Equation	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	0.486	234.437	1	248	0.000	127.581	-0.920

The independent variable is Kontrol Diri.

Tabel 3. 17 Hasil Uji Normalitas dengan Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		250
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.99798995
Most Extreme Differences	Absolute	0.044
	Positive	0.044
	Negative	-0.042

Tabel 3. 18 Hasil Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	127.581	3.553		35.911
	Kontrol Diri	-0.920	0.060	-0.697	-15.311

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Tabel 3. 19 Hasil Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.697 ^a	0.486	0.484	4.127

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Tabel 4. 9 Hasil Uji Deskripsi Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jumlah	Persen
Usia			
1	<20 tahun	22	8.8%
2	21-25 tahun	151	60.4%
3	26-30 tahun	72	28.8%
4	>30 tahun	5	2.0%
Jenis Kelamin			
1	Laki Laki	116	46.4%
2	Perempuan	134	53.6%
Total		250	100%

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Tabel 4. 10 Hasil Uji Deskripsi Kontrol Diri

No	Kategori	Rentang Skor	Jumlah	Persen
1	Rendah	30-60	187	74.8%
2	Sedang	61-90	63	25.2%
3	Tinggi	91-120	0	0.0%
Total			250	100%

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Tabel 4. 11 Hasil Regresi Linier Sederhana**Coefficients^a**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	127.581	3.553		35.911
	Kontrol Diri	-0.920	0.060	-0.697	-15.311

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.697 ^a	0.486	0.484	4.127

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Penelitian Diolah (2025)

Tabel 4. 13 Uji linearitas

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Model Summary						Parameter Estimates	
Equation	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	0.486	234.437	1	248	0.000	127.581	-0.920

The independent variable is Kontrol Diri.