

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA PAKAIAN *ONLINE* PADA MAHASISWI

Mazidatus Salamah

Universitas Muhammadiyah Gresik

E-mail : mazidasalamah@gmail.com

Abstract

This study examines the relationship of self-control with the consumptive behavior of online shopping on the University students. The hypothesis proposed in this study is is there a relationship of self-control with the behavior of online clothing shopping for university student of the Faculty of Economics and Business. The subjects of this study were 256 university student of the Faculty of Economics and Business using simple random sampling technique. Based on the results of the study said that between self-control with consumptive behavior there is a relationship with the value of $\rho = -0.182$ and $p = 0.004$ in sig. (2-tailed) which means the correlation is significant because it is smaller than 0.05 ($p < 0.05$). The correlation is concluded that there is a significant relationship between self-control and consumptive behavior of online shopping with the value of $r (0.182)$ negative. In this study, the average university student of the Faculty of Economics and Business had a moderate level of consumptive behavior which was 72.7%. While the average level of self control of the university students of the Faculty of Economics and Business has a tendency of moderate self- control level of 60.9%.

Keywords: *Consumptive Behavior, Self-Control, Students*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah adakah hubungan kontrol diri dengan perilaku belanja pakaian *online* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebanyak 256 mahasiswa dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Berdasarkan hasil penelitian mengatakan bahwa antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terdapat hubungan dengan nilai $\rho = -0,182$ dan $p = 0,004$ pada sig. (2-tailed) yang berarti korelasinya signifikan karena lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). Korelasi tersebut disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan nilai $r (0,182)$. Pada penelitian ini rata-rata mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki kecenderungan tingkat perilaku konsumtif yang sedang yaitu sebesar 72,7%. Sedangkan tingkat kontrol diri rata-rata mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki kecenderungan tingkat kontrol diri sedang yaitu sebesar 60,9%.

Kata kunci : Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri, Mahasiswa

Email : mazidasalamah@gmail.com

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik

Jl. Sumatera No.101, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121

Pendahuluan

Kemajuan teknologi dan internet di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat yang juga diikuti meningkatnya pengguna internet. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian komunikasi dan Informatika, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 berada di urutan ke lima dari 25 negara pengguna Internet tertinggi di Dunia dengan total pengguna internet 123 Juta Penduduk (Kominfo, 2018).

Majunya teknologi dan arus informasi tersebut membuat masyarakat Indonesia semakin terbuka pada pengetahuan global. Perkembangan teknologi yang semakin meningkat menyebabkan banyaknya penemuan yang dapat memudahkan aktivitas manusia, salah satunya yaitu adanya perkembangan teknologi internet. Internet memberikan jawaban bagi setiap manusia modern yang menginginkan kemudahan tersebut melalui hasil dari perkembangan teknologi pada masa kini (Kadek & Gede, 2015:15). Menurut Sumarwan (2011:167) banyaknya penggunaan internet yang didukung oleh perkembangan teknologi baru membuat batasan wilayah, sosial serta budaya bukan menjadi masalah lagi, yang menunjukkan bahwa aktifitas manusia tidak dibatasi oleh waktu dan tempat.

Internet menyediakan berbagai macam informasi yang bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Internet membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah dan praktis, bahkan saat ini proses penjualan barang dan jasa telah dilakukan lewat internet melalui toko-toko *online*. Bisnis *online* yang mudah untuk dijalankan dan memberikan banyak keuntungan membuat berbagai pihak tertarik untuk memasarkan produknya melalui internet. Cukup dengan adanya foto produk dan akses internet untuk memasarkannya, usaha ini sudah dapat berjalan (Laohapensang, 2009:502).

Semakin banyaknya jumlah toko *online* yang bermunculan serta penawaran- penawaran produk yang menarik akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk secara *online*, yang sering dikenal dengan belanja *online*. Selain memberikan kemudahan bagi penjualnya, toko *online* juga memberikan kemudahan bagi pembelinya. Pelanggan tidak perlu bergelut dengan lalu lintas, tidak perlu mencari tempat parkir, dan berjalan dari toko ke toko (Kotler & Armstrong, 2001:207). Pelanggan hanya mencari produk yang diinginkan melalui komputer atau *smartphone* tanpa bertatap muka langsung dengan penjual. Setelah terjadi kesepakatan dengan penjual, kemudian dilakukan transaksi pembayaran (Luthfiana, 2014:97).

Pembelian produk secara *online* sangat populer hingga saat ini, termasuk di kalangan mahasiswi. Mahasiswi sebagai sasaran utama atau yang dijadikan sebagai objek karena sebagian pembeli *online* di Indonesia adalah wanita. Hal tersebut didukung dengan adanya data terbaru yang dirilis oleh Tokopedia pada tahun 2018. Dari total 5,3 juta barang yang terjual di Tokopedia selama bulan Januari hingga Maret 2018, wanita mendominasi jumlah pembelian, jumlah

penjualan, jumlah pengeluaran uang belanja, serta jumlah pemasukan di Tokopedia (Tokopedia, 2018).

Mahasiswi yang berada pada usia remaja, mereka cenderung untuk memiliki keingintahuan yang lebih akan hal-hal yang baru sehingga mereka tidak ragu untuk mencoba melakukan pembelian produk di toko *online* (Sholihah & Kuswardani, 2005 dalam Sari, 2013:69). Selain itu, remaja biasanya mudah dipengaruhi oleh rayuan iklan, mudah terpengaruh oleh perubahan, serta cenderung boros dalam menggunakan uangnya (Sari, 2013:71).

Berdasarkan beberapa penyebab yang telah diuraikan di atas, menunjukkan bahwa mahasiswi yang membeli barang bukan hanya karena memenuhi kebutuhan melainkan keinginan yang muncul dalam dirinya sendiri yang bisa membuat perilaku belanja *online* terjadi secara terus-menerus. Jika keinginan tersebut tidak bisa diatasi maka akan mengakibatkan tingginya intensitas seseorang untuk belanja *online*.

Untuk mengatasi tingginya keinginan untuk belanja *online* yang dilakukan oleh mahasiswi, dibutuhkan kemampuan di dalam dirinya untuk mengatur dan mengarahkan keputusan pembelian. Menurut Ghufron (2014:31) menyatakan setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilaku yaitu kontrol diri.

Kontrol diri memungkinkan remaja untuk berpikir atau berperilaku yang lebih terarah, dapat menyalurkan dorongan-dorongan perasaan dalam dirinya secara benar dan tidak menyimpang dari norma-norma dan aturan-aturan yang berlaku di lingkungan sekitarnya (Hurlock, 1991:223).

Berdasarkan wawancara dengan mahasiswi fakultas Ekonomi dan Bisnis, didapatkan hasil bahwa mahasiswi yang paling sering melakukan belanja *Online* adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Alasannya karena tuntutan akan *fashion* yang berhubungan dengan pekerjaan dimasa yang akan datang membuat mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis lebih sering melakukan pembelian secara *online*. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan subjek mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Regina, David dan Pali (2015) dengan judul “Hubungan antara *Self-control* dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011”. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa *self-control* pada remaja merupakan kapasitas dalam diri yang dapat digunakan untuk mengontrol variabel-variabel luar yang menentukan tingkah laku. Hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011 yaitu semakin tinggi *self-control* maka

semakin rendah perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*, sebaliknya semakin rendah *self-control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*.

Berdasarkan uraian diatas yang telah dijabarkan peneliti, dan juga berdasarkan permasalahan yang timbul pada mahasiswi fakultas Ekonomi dan Bisnis, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan tipe penelitian kuantitatif ini adalah korelasi. Menurut Arikunto (2011:24), penelitian korelasi adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa melakukan perubahan tambahan atau manipulasi terhadap data yang memang sudah ada.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode angket atau kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert yang menggunakan alternatif empat pilihan jawaban.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan validitas isi. Menurut Azwar (2015:42), dengan kriteria pemilihan item berdasarkan korelasi Product Moment biasanya digunakan batasan $r_{ix} > 0,30$.

Teknik Analisis Data

Sebelum sampai pada pengujian antara dua variabel terlebih dahulu dilakukan uji asumsi dengan bantuan SPSS 20.0 *for windows* dengan menggunakan uji analisis untuk menguji normalitas dan uji linearitas. Uji asumsi ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang dipakai menggunakan data parametrik atau non parametrik. Uji normalitas data dianalisis dengan menggunakan *Kolmogroff-Smirnov* Berdasarkan pengujian normalitas variabel perilaku konsumtif dan kontrol diri diperoleh hasil bahwa sebaran data belum memenuhi normalitas yaitu 0,000 pada skala perilaku konsumtif dan 0,041 pada skala kontrol diri dimana $p > 0,05$ sehingga data yang pada awalnya tergolong dalam parametrik berubah menjadi non parametrik.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil uji linearitas didapati, variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa nilai signifikansi linear sebesar 0,906. Hasil uji linearitas tersebut menunjukkan bahwa tidak ada hubungan linier antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online*.

Berdasarkan hasil analisis data korelasi *Sperman Rho* menunjukkan bahwa nilai rho = -0,182 dengan p = 0,004 pada sig. (2-tailed) yang berarti korelasinya signifikan karena lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). Korelasi tersebut disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah

Gresik. Nilai r (0,182) negatif, hal ini berarti bahwa semakin tinggi variabel x (kontrol diri) maka semakin rendah variabel (y) perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian dengan subjek mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik menunjukkan bahwa prosentase mahasiswa yang memiliki kecenderungan tingkat perilaku konsumtif tinggi sebesar 14,1%, dan untuk prosentase mahasiswa yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif sedang sebesar 72,7% dan mahasiswa yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif rendah sebesar 13,3%. Sedangkan untuk prosentase mahasiswa yang memiliki kecenderungan tingkat kontrol diri tinggi sebesar 19,1%, dan untuk prosentase mahasiswa yang memiliki kecenderungan tingkat kontrol diri sedang sebesar 60,9% dan mahasiswa yang memiliki kecenderungan tingkat kontrol diri rendah sebesar 19,9%.

Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian, dapat disimpulkan, kontrol diri dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan dengan nilai $\rho = -0,182$ dan $p = 0,004$ pada sig. (2-tailed) yang berarti korelasinya signifikan karena lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). Korelasi tersebut disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik. Nilai r (0,182) negatif, hal ini berarti bahwa semakin tinggi variabel x (kontrol diri) maka semakin rendah variabel y (perilaku konsumtif), dan sebaliknya jika semakin tinggi variabel y (perilaku konsumtif) maka semakin rendah variabel x (kontrol diri).

Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik sebesar 3,31%. Sedangkan sisanya 96,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki kecenderungan tingkat perilaku konsumtif belanja pakaian *online* sedang yaitu sebesar 72,7%. Begitu juga mayoritas mahasiswa memiliki kecenderungan tingkat kontrol diri sedang, yaitu sebesar 60,9%.

Saran

Bagi Mahasiswa

Dari hasil penelitian ini mahasiswa diharapkan untuk mengurangi membeli produk hanya karena ingin mendapatkan sesuatu seperti iming-iming hadiah dan potongan harga besar atau murah. Hal ini dimaksudkan agar mahasiswa dapat mengontrol keinginan untuk berbelanja *online* jika tidak membutuhkan pakaian tersebut. Mahasiswa juga diharapkan untuk mempertahankan memprioritaskan

kebutuhan yang mendesak dibanding mengikuti *trend* pakaian terbaru.

Bagi Konsumen *Online Shop*

Bagi para konsumen *online shop* perlu mempertimbangkan apakah barang yang dibeli benar-benar dibutuhkan atau hanya keinginan sesaat. Sehingga tidak membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian yang sama diharapkan mempertimbangkan variabel lain yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Misalnya regulasi diri, kontrol keputusan dan lain-lain. Selain itu perluas populasi dan sampel penelitian (tidak terpaku dengan satu fakultas), dan lebih menspesifikasikan menggunakan salah satu situs jual-beli *online*.

Daftar Pustaka

- Ali, M & M. Arsori. (2012). *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Alwisol. (2008). *Psikologi Kepribadian (Edisi revisi)*. Malang: UMM Press.
- Anggraeini, R & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, (online), 12(1): 78-82, (<http://digilib.unsu.ac.id>), diakses pada 24 Mei 2019.
- Aroma, I. Serpianing & Suminar D. R. (2012). Hubungan Antara Tingkat Kontrol Diri dengan Kecenderungan Perilaku Kenakalan Remaja Universitas Airlangga Surabaya. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*, (online), 5(2): 52- 67, (<http://repository.unair.ac.id>), diakses pada 06 Mei 2019.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Callhoun, J.F & Acocella, J.R. (1990). *Psikologi Tentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan. Ter R.S Satmoko Edisi 3*. Semarang : IKIP.
- Dariyo, A. (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Fromm, E. (1980). *To Have or To Be*. Bungay Suffol : The Chausser Press Ltd.
- Fromm, E. (1995). *The Sane Society*. New York : Reinhart
- Fadillah., F.G. (2013). *Upaya Meningkatkan Pengendalian Diri Penerima Manfaat Melalui Layanan Bimbingan Kelompok di Balai Rehabilitasi Mandiri Semarang*. Skripsi diterbitkan, Semarang, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, diakses pada 05 Januari 2019.

- Ghufron, M.N & Rini R.S. (2015). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Nurgyantoro, B. (2009). *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nurtjahjanti, H. (2012). Hubungan antara Persepsi terhadap Harga dan Kualitas Produk dengan Membeli Produk Fashion *Onlineshop* di Facebook pada Mahasiswa Politeknik X Semarang. *Jurnal Psikologi Undip* (online), 11 (2): 5-26, (<http://digilib.undip.ac.id>), diakses pada 25 November 2018.
- Hotpascaman S. (2010). *Hubungan antara Perilaku Konsumtif dengan Konformitas pada Remaja*, Skripsi diterbitkan, Medan, Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara, Diakses pada 31 Mei 2019.
- Hurlock, E.B. (1990). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (edisi kelima)*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2001). *Principles of Marketing (6th Edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lina & Rosyid, H.F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologi*, (online), 2(4): 24-28, (<http://eprints.uinsuka.ac.id>), diakses pada 03 Juni 2019.
- Mangkunegara, A.P. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Monks, F.J., Knoers A.M.P, & Harditono, S.R. (2006). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta : UGM Press.
- Munazzah, Z. (2016). *Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi diterbitkan, Malang, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, diakses pada 25 Juni 2019.
- Nisa., C.G. (2013). *Pengaruh Orientasi Belanja dan Gender Differences Terhadap Pencarian Informasi Online dan Belanja Online*. Skripsi diterbitkan, Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, diakses pada 17 Juni 2019.
- Pratama., F.A. (2014). *Pengguna Internet Indonesia Paling Puas dengan Belanja Online*. Diakses pada tanggal 15 Desember 2018 pukul 21.57 WIB dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/03/21/penggunainternet->

indonesia- paling-puas-dengan belanja-online.

- Pratiwi., D.H. (2013). *Online Shop Sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa UNNES*. Skripsi diterbitkan, Semarang, Fakultas Sosiologi dan Antropologi Universitas Negeri Semarang, diakses pada 27 Februari 2019.
- Sari., A.C. (2015). Perilaku Berbelanja *Online* Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Skripsi*, (online), 6(2): 35-47, (<http://repository.unair.ac.id>), diakses pada 14 Januari 2019.
- Sari , P.I.M.N. (2013). *Peran Gaya Hidup Hedonisme dan Locus of Control dalam Menjelaskan Kecenderungan Shopping Addiction pada Remaja Putri di Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya*. Tesis diterbitkan, Malang, Fakultas Psikologi Universitas Brawijaya, diakses pada 14 Januari 2019.
- Rahayuningsih, Y.D. (2011). *Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*. Skripsi diterbitkan, Malang, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. diakses pada 23 Februari 2019.
- Ramadhani, I.I. (2015). *Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Seksual Pada Mahasiswa Berdasarkan Tempat Tinggal*. Tesis diterbitkan. Yogyakarta, Universitas Gajah Mada, diakses pada 18 September 2018.
- Regina C. M., David, L & Pali C. (2015). Hubungan antara *Self-control* dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk *Fashion* pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal Skripsi*, (online), 3(1): 297-302, (<http://eprints.unsri.ac.id>), diakses pada 14 Oktober 2018.
- Sevilla, C.G. (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartini, & Toto, R. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara *Online* di Komunitas Kaskus Semarang. *Jurnal Skripsi*, (online), 7(3): 47-58, (<http://digilib.undip.ac.id>), diakses pada 07 Januari 2019.
- Thohiroh., Q.A. (2015). Perilaku Konsumtif melalui *Online Shopping Fashion* pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Naskah Publikasi*, (online), 2(2): 70-79, (<http://digilib.ums.ac.id>), diakses pada 17 September 2018.

Rachdianti, Y. (2011). *Hubungan antara Self-control dengan Intentitas Penggunaan Internet Remaja akhir*. Skripsi diterbitkan, Jakarta, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, diakses pada 12 Desember 2018.