

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN CITRA DIRI DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF DALAM BERBELANJA ONLINE DI APLIKASI
SHOPEE PADA MAHASISWI JURUSAN PSIKOLOGI UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Psikologi (S. Psi)**



NINA KURNIA SARI

1907016074

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM WALISONGO SEMARANG
TAHUN 2023**

LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI**

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini

Judul : HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN CITRA DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM BERBELANJA ONLINE DI APLIKASI SHOPEE PADA
MAHASISWI JURUSAN PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
WALISONGO SEMARANG

Penulis : Nina Kurnia Sari

Nim : 1907016074

Jurusan : Psikologi

Telah diuji dalam sidang munaqosah oleh Dewan Penguji Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam ilmu psikologi.

Semarang, 24 Maret 2023

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Dr. Widiastuti, M. Ag.

NIP. 197503192009012003

Penguji III

Wening Wihartati, M.Si.

NIP. 197711022006042004

Pembimbing I

Dra. Hi. Maria Ulfa, M. Si.

NIP. 196008071986122001

Penguji II

Khairani Zikrinawati, M. A.

NIP. 199201012019032036

Penguji IV

Lainatul Mudkiyyah, M.Psi., Psikolog.

NIP. 198805032016012901

Pembimbing II

Khairani Zikrinawati, M. A.

NIP. 199201012019032036

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Hubungan antara Kontrol Diri dan Citra Diri dengan Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online di Aplikasi Shopee pada Mahasiswi Jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Karya ini sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Semarang, 21 Februari 2023



Nina Kurnia Sari

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yth.
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum. wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan judul sebagai berikut.

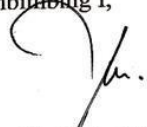
Judul : HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN CITRA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM BERBELANJA ONLINE DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWI JURUSAN PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

Nama : Nina Kurnia Sari
NIM : 1907016074
Jurusan : Psikologi


Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing I,


Dra. Hj. Maria Ulfa, M. Si.
NIP. 196008071986122001

Semarang, 23 Februari 2023
Yang bersangkutan


Nina Kurnia Sari
NIM. 1907016074

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yth.
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum. wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN CITRA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM BERBELANJA ONLINE DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWI JURUSAN PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

Nama : Nina Kurnia Sari
NIM : 1907016074
Jurusan : Psikologi

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing II,

Khairani Zikrinawati, S. Psi., M. A

NIP. 199201012019030203

Semarang, 23 Februari 2023

Yang bersangkutan

Nina Kurnia Sari

NIM. 1907016074

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur senantiasa terpanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan karunianya kepada kita. Sholawat serta salam terhaturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga kelak kita mendapat syafaatnya di hari akhir. *Aamiin*.

Alhamdulillah atas limpahan rahmat Allah SWT dan dukungan dari berbagai pihak yang membuat peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) dalam ilmu Psikologi (S. Psi) Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Dalam proses penelitian skripsi ini tentunya jauh dari kata sempurna dan telah melewati banyak kendala serta memiliki banyak kekurangan. Namun, hal tersebut dapat terselesaikan dengan baik dikarenakan bantuan dari dosen pembimbing dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti haturkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada hamba-Nya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Imam Taufiq, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta jajarannya.
3. Ibu Dra. Maria Ulfa, M. Si., selaku dosen pembimbing I sekaligus dosen wali dan Ibu Khairani Zikrinawati, M.A., selaku dosen pembimbing II yang telah

memberikan bimbingan, dukungan, arahan, dan penguatan selama proses penyusunan skripsi berlangsung.

4. Jajaran dosen Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang dengan ikhlas memberikan ilmu dan bimbingan selama masa perkuliahan.
5. Seluruh civitas akademik Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberi pelayanan dan fasilitas sebaik mungkin.
6. Keluarga tercinta, kedua orang tua saya Ibu Asriani dan Bapak Musliadi, adik saya Fajri Rahmadani, Ahmad Mustofa, dan Said Khirul Ikhwan.
7. Sahabat serta teman-teman kos di Kos Pak Wito
8. Teman-teman Psikologi B angkatan 2019 yang telah kebersamai selama masa perkuliahan.
9. Serta kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semarang, 21 Februari 2023

Pembuat Pernyataan



Nina Kurnia Sari

NIM. 1907016074

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Almamater Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Ibu Dra. Maria Ulfa, M. Si., selaku dosen pembimbing I sekaligus dosen wali yang telah membantu, memberi dukungan, arahan, motivasi, dan waktunya dalam proses penyusunan skripsi.
3. Ibu Khairani Zikrinawati, M.A., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dukungan, arahan, dan penguatan selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
4. Bapak Musliadi dan Ibu Asriani beserta keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, mendoakan, dan selalu memberikan semangat kepada penulis.
5. Seluruh teman-teman seperjuangan dan seperangkatan 2019 Fakultas Psikologi dan Kesehatan khususnya Psikologi B.
6. Rekan-rekan kosan Pak Wito yang selalu kebersamai dan menjadi teman bertukar pikiran tentang penulisan perskripsian penulis.
7. Kepada Sasha Fanani Salsabila yang selalu memberi semangat dan dukungan dalam penulisan skripsi.
8. Kepada Kakak Crossita Nabila Shofiefany yang telah memberikan dukungan, arahan, serta motivasi selama proses pengerjaan skripsi.

9. Dan kamu, yang bersedia untuk saling kebersamai, memberikan semangat serta mendoakan dalam menyelesaikan skripsi.

Semarang, 21 Februari 2023

Pembuat Pernyataan



Nina Kurnia Sari

NIM. 1907016074

MOTTO

“Man Jadda Wa Jada”

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
MOTTO	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	11
C.Tujuan Penelitian	12
D.Manfaat Penelitian	12
E.Keaslian Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A.Konseptualisasi Variabel Perilaku Konsumtif	16
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	16
2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	17
3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	19
4. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam.....	22
B.Konseptualisasi Variabel Kontrol Diri	23
1. Pengertian Kontrol Diri.....	23
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kontrol diri.....	24
3. Aspek-aspek Kontrol diri	25
4. Kontrol Diri dalam Perspektif Islam.....	27
C.Konseptualisasi Variabel Citra Diri	28
1. Pengertian Citra Diri	28

2. Faktor Yang Mempengaruhi Citra diri	29
3. Aspek-aspek Citra Diri	30
4. Citra Diri Positif dan Citra Diri Negatif	32
5. Citra Diri dalam Perspektif Islam	33
D.Hubungan antara Kontrol Diri dan Citra Diri dengan Perilaku Konsumtif	34
E.Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A.Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
B.Variabel dan Definisi Operasional	42
1. Variabel Penelitian.....	42
2. Definisi Operasional	43
C.Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
D.Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	44
1. Populasi	44
2. Sampel.....	45
3. Teknik Sampling.....	46
E.Teknik Pengumpulan Data	47
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	53
1. Validitas	53
2. Reliabilitas.....	54
G.Hasil Uji Coba Alat Ukur	55
1. Validitas Alat Ukur.....	55
2. Reliabilitas Alat Ukur	60
H.Teknik Analisis Data.....	62
1. Uji Asumsi.....	62
2. Uji Hipotesis (Analisis Akhir).....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
A.Hasil Penelitian	65
1. Deskripsi Subjek.....	65
2. Kategorisasi Variabel Penelitian	67
B.Uji Asumsi	71

1. Hasil Uji Normalitas	71
2. Hasil Uji Linieritas	72
C. Hasil Analisis Data.....	73
D. Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	117

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Jumlah Mahasiswi Aktif Jurusan Psikologi.....	45
Tabel 3.2 Skoring Skala Likert.....	48
Tabel 3.3 Blueprint Perilaku Konsumtif.....	49
Tabel 3.4 <i>Blueprint</i> Kontrol Diri.....	50
Tabel 3.5 <i>Blueprint</i> Citra Diri.....	52
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif.....	56
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Skala Kontrol Diri.....	58
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Coba Skala Citra Diri.....	59
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif.....	61
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kontrol Diri.....	61
Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Diri.....	61
Tabel 3.12 Kriteria Koefisiensi Korelasi 1.....	64
Tabel 4.1 Deskriptif Data.....	68
Tabel 4.2 Kategorisasi Skor Variabel Perilaku Konsumtif.....	68
Tabel 4.3 Distribusi Variabel Perilaku Konsumtif.....	69
Tabel 4.4 Kategorisasi Skor Variabel Kontrol Diri.....	69
Tabel 4.5 Distribusi Variabel Kontrol Diri.....	70
Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel Citra Di.....	70
Tabel 4.7 Distribusi Variabel Citra Diri.....	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.9 Uji Linieritas Perilaku Konsum dengan Kntrol Diri.....	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas Perilaku Konsumtif dengan Citra Diri.....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi Pearson.....	74
Hipotesis Pertama dan Kedua.....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi Berganda Hipotesis Ketiga.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	39
Gambar 4.1 Persentase Subjek Berdasarkan Umur	65
Gambar 4.2 Persentase Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 4.3 Persentase Subjek Berdasarkan Angkatan	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Blueprint</i> Penelitian.....	88
Lampiran 2 Skala Penelitian.....	97
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	105
Lampiran 4 Deskriptif Data.....	111
Lampiran 5 Uji Asumsi dan Hipotesis.....	114

THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONTROL AND SELF-IMAGE WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN SHOPPING ONLINE ON THE SHOPEE APPLICATION AT A STUDENT MAJORING IN PSYCHOLOGY, WALISONGO STATE ISLAMIC UNIVERSITY SEMARANG

NINA KURNIA SARI

ABSTRACT

Shopping is basically the activity of buying products or goods that are needed or needed, but for some people now shopping has a different meaning, not only buying products or goods needed but also products or goods that are desired. This study aims to empirically examine the relationship between self-control and self-image with consumptive behavior in online shopping on the Shopee application for students majoring in psychology at Walisongo State Islamic University Semarang. The sample in this study amounted to 100 female students majoring in psychology at Walisongo State Islamic University Semarang. This study used quantitative methods with non-probability sampling techniques and accidental sampling techniques. There are three scales that become measuring tools in this study, namely the self-control scale, self-image scale, and consumptive behavior scale. This research analysis method uses classical assumption tests and hypothesis tests. The results showed that the number between self-control and consumptive behavior of $0.000 < 0.05$ means that there is a significant relationship between self-control and consumptive behavior of -0.779 , then the first hypothesis is accepted with a negative correlation direction. In the variable self-image with consumptive behavior obtained values of $0.001 < 0.05$, meaning that there is a significant relationship between self-image and consumptive behavior of -0.317 , then the second hypothesis is accepted with a negative correlation direction. The significance value of self-control and self-image with consumptive behavior of $0.000 < 0.05$ shows that there is a significant relationship between self-control and self-image with consumptive behavior in female students majoring in psychology at Walisongo State Islamic University Semarang, then the third hypothesis is accepted with an R value of 0.782 the results of the multiple correlation test are strong. So, it can be concluded that all hypotheses in this study are acceptable.

Keywords: self-control, self-image, consumptive behavior

ABSTRAK

Berbelanja pada dasarnya merupakan kegiatan membeli produk atau barang yang memang diperlukan atau dibutuhkan, namun untuk sebagian orang sekarang berbelanja memiliki arti yang berbeda, bukan hanya membeli produk atau barang yang dibutuhkan melainkan juga produk atau barang yang diinginkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris terkait hubungan antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja pada aplikasi *Shopee* pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *non probability* sampling dan jenis teknik *accidental sampling*. Terdapat tiga skala yang menjadi alat ukur pada penelitian ini yakni skala kontrol diri, skala citra diri, dan skala perilaku konsumtif. Metode analisis penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan angka antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif sebesar $0,000 < 0,05$ artinya terdapat hubungan signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif yang tergolong kuat sebesar $-0,779$, maka hipotesis pertama di terima dengan arah korelasi negatif. Pada variabel citra diri dengan perilaku konsumtif diperoleh nilai $0,001 < 0,05$ artinya terdapat hubungan yang signifikan antara citra diri dengan perilaku konsumtif yang tergolong rendah sebesar $-0,317$ maka hipotesis kedua diterima dengan arah korelasi negatif. Nilai signifikansi kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif yaitu $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, maka hipotesis ketiga diterima dengan nilai $R 0,782$ hasil dari uji korelasi berganda tergolong kuat. Maka, dapat disimpulkan semua hipotesis pada penelitian ini dapat diterima.

Kata kunci: kontrol diri, citra diri, perilaku konsumtif

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semua insan melakukan kegiatan berbelanja guna terpenuhinya kebutuhan hidupnya. Berbelanja merupakan kegiatan membeli produk atau barang yang memang diperlukan atau dibutuhkan, namun untuk sebagian orang sekarang berbelanja memiliki arti yang berbeda, bukan hanya membeli produk atau barang yang dibutuhkan melainkan juga produk atau barang yang diinginkan. Sebagian orang juga beranggapan berbelanja merupakan ajang untuk menunjukkan tingkatan status sosialnya. Pembelian barang berlandaskan motivasi, adapun faktornya seperti adanya rasa ingin yang kurang penting dan hanya bertujuan untuk pemenuhan gengsi, mengikuti *trend*, menaikan *pretise*, serta alasan lainnya (Anggarasari, 1997).

Individu melakukan tindakan jual beli guna memenuhi kebutuhan dan keperluannya. Kegiatan berbelanja merupakan kegiatan yang disenangi oleh banyak orang terutama kaum wanita (Siswandini, 2020). Kegiatan berbelanja menghasilkan efek yang membahagiakan dan menyenangkan karena mampu membeli produk dan barang yang diinginkan. Namun, dengan adanya efek kebahagiaan dan kesenangan tersebut juga memberi dampak negatif terhadap individu apabila tidak dapat mengendalikan sesuai dengan kebutuhannya, akibatnya perilaku tersebut dapat menyebabkan individu kurang mampu dalam

mengontrol dirinya saat akan berbelanja, sehingga mengakibatkan pembelian berlebihan ataupun yang sering disebut perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku pembelian sebuah produk atau barang tanpa adanya pertimbangan yang logis, sehingga individu tersebut dalam melakukan pembelian bukan berdasarkan pada faktor kebutuhan (Sumartono dalam Miranda, 2017). Hal tersebut bersamaan dengan pendapat Anggarsi (dalam Triyaningsih, 2011) yang mengutarakan perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang dalam pembelian barang ataupun produk tanpa adanya pertimbangan yang logis yang mana individu tersebut membeli produk atau barang tidak berlandaskan kebutuhan. Nyatanya perilaku konsumtif tidak hanya bertujuan sebagai pemenuhan kebutuhan saja, tetapi juga bertujuan pemenuhan rasa ingin yang bersifat sebagai menjaga rasa gengsi, mengikuti *trend*, menaikan *pretige*, serta berbagai alasan yang kurang penting (Suminar & Meiyuntari, 2015).

Perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku pembelian produk atau barang yang bukan berlandaskan kebutuhan tetapi keinginan yang harus segera diwujudkan. Penelitian sebelumnya yang sudah diteliti oleh Tripambudi dan Indrawati (2020) menyatakan biasanya gejala perilaku konsumtif sering terjadi pada individu yang tinggal pada daerah perkotaan, namun dengan semakin majunya teknologi, maka bertransformasi. Salah satu bentuk transformasi yaitu dengan munculnya internet hal ini menyebabkan hampir seluruh individu disegala perjuru dunia saat ini kemungkinan memiliki perilaku konsumtif.

Di era digital dengan kemajuan teknologi yang selalu mengikuti kehidupan manusia seperti internet. Kehadiran internet, memberikan efek yang sangat signifikan pada kehidupan manusia, hal ini dibuktikan dengan dari hasil survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (Penetrasi dan Pengguna Internet tahun 2019-2020, 2020), menjelaskan bahwasanya para pemakai mencapai 197,7 juta dengan presentasi 73,3% dari keseluruhan total seluruh penduduk Indonesia yang jumlahnya 266,9 juta jiwa. Hal ini mengakibatkan banyak penggunaan internet yang utamanya untuk berkomunikasi jarak jauh, sekarang berkembang menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi (Fatmawati, 2020). Selain hal itu ada banyak fitur-fitur terbaru yang bermanfaat contohnya situs jual beli yang bisa dilakukan secara *online* atau banyak dikenal dengan sebutan *online shopping* (Suryani, 2013).

Online shopping merupakan sebuah layanan jual-beli yang berisi bermacam-macam produk dengan cara *virtual* atau *online* (Nofri & Hafifah, 2018). Adapun efek positif dari adanya *online shopping* seperti memudahkan konsumen untuk mencari produk yang dicari dengan mengetik di *menu* pencarian, memiliki banyak cara pembayaran, tidak mengeluarkan banyak tenaga, efisien di berbagai keadaan, dan mudah dalam membandingkan harga.

E-commerce adalah jenis aplikasi yang bergerak dibidang jual beli, baik jasa ataupun barang dan produk secara *online*. Ada banyak *e-commerce* yang ada di Indonesia yang banyak digunakan dibebberapa kalangan masyarakat seperti Shopee, Lazada, JD ID, Buka Lapak, Tokopedia, dll. Namun,

penggunaan paling disukai di Indonesia yakni Shopee. Hal ini dibuktikan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh *Iprice Insights* (Peta *E-commerce*, 2020) menjelaskan bahwa *e-commerce* Shopee menjadi *market place* urutan teratas dengan total pengguna maupun pengunjung terbanyak dengan total kunjungan mencapai 93,4 juta perbulan.

Shopee adalah *market place* yang berbasis *mobile* pertama yang diterbitkan pada tahun 2015 dan hanya diterbitkan di sejumlah negara, seperti halnya di negara Indonesia. *E-commerce* Shopee ada banyak *platform* perbelanjaan dengan pemberian tawaran yang sangat menarik untuk konsumennya. Adapun penawaran yang ditawarkan kepada konsumennya seperti, *cashback*, *flash sale*, *discount*, harga yang lebih murah dibandingkan harga pesaing lainnya, *event* setiap tanggal kembar yang menyediakan penawaran ongkos kirim, dan penyediaan berbagai macam fitur pembayaran yang menjadi keunggulan penting untuk memudahkan melakukan transaksi. Shopee juga membelikan tanda (*start seller*) kepada toko yang memiliki rating tinggi sehingga memudahkan konsumen dalam membeli barang yang berkualitas.

Dampak dari berbagai macam penawaran yang ditawarkan oleh Shopee hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif diberbagai kalangan masyarakat termasuk pada kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan seorang remaja adalah yang berada pada tahap transisi dari tahap remaja akhir ke tahap dewasa awal yang berjenis kelamin wanita. Adanya tuntutan pada mahasiswa seperti

untuk mampu meningkatkan komunikasi interpersonal, memiliki rasa tanggung jawab, kemandirian emosional, bergaul dengan teman sebaya, dan pengendalian diri. Saat memasuki dewasa awal tentunya mahasiswa akan memiliki banyak tuntutan-tuntutan baru lagi menurut Syamsu (dalam Savitri dan Listiyandini, 2017:44).

Pada tahapan ini mahasiswa diartikan dalam proses mencapai kematangan dan sedang bertumbuh baik dari kematangan sosial, emosional, serta fisik (Huclock, 2004). Perilaku konsumtif banyak dilakukan oleh mahasiswa dikarenakan mahasiswa memasuki usia peralihan dalam pencarian identitas diri (Murasmulia, Hardjajani & Nugroho, 2015). Sehingga mahasiswa sering dijadikan sasaran target industri, hal ini dikarenakan mahasiswa mempunyai karakteristik yang mudah dipengaruhi sehingga membuat mahasiswa cenderung mudah untuk memunculkan gejala pembelian yang berlebihan (Haryani & Herwant, 2015). Sejalan dengan hal tersebut Kementerian Pendidikan Nasional menyatakan 50% menyatakan bahwa para pengunjung pusat perbelanjaan terbanyak di Indonesia merupakan 60% merupakan perempuan dan 40% lainnya laki-laki, hal ini dapat diartikan perempuan cenderung berpotensi memiliki perilaku konsumtif dibandingkan laki-laki (Murasmulia, Hardjajani, & Nugroho, 2011 : 207).

Adanya berbagai macam penawaran yang ditawarkan oleh Shopee hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif diberbagai kalangan masyarakat termasuk pada kalangan mahasiswa. Hal tersebut identik dengan subjek yang

ada pada penelitian ini yakni mahasiswi yang merupakan tahapan remaja akhir dan menjadi target pemasaran produk yang ditawarkan melalui aplikasi Shopee. Karakteristik mahasiswi yang labil dan mudah dipengaruhi inilah yang membuat mahasiswi sering dikaitkan dengan perilaku konsumtif, sebab mahasiswi pada masa perkembangan periode baru dalam hal menyesuaikan diri sehingga lebih mengutamakan penampilannya. Gaya hidup mahasiswi berkaitan dengan berbandan (*make up*), gaya rambut, pakaian, hijab, serta kebutuhan lainnya. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nim, 2016 yang hasil penelitiannya menjelaskan bahwa hampir keseluruhan mahasiswi memiliki keinginan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa membuang banyak tenaga serta waktu, dan harga yang murah sesuai standar mahasiswi. Hal ini semakin mendukung perilaku konsumtif pada mahasiswi dikarenakan banyaknya penawaran serta kemudahan di aplikasi Shopee.

Bentuk perilaku pembelian yang dilakukan oleh mahasiswi bukan karena kebutuhan adalah dikarenakan adanya diskon serta *flash sale*. Pembelian barang dikarenakan hal tersebut menjadikan mahasiswi dapat berperilaku konsumtif dan sulit untuk mengontrol diri untuk tidak berbelanja yang akhirnya pembelian berakibatkan menjadi pemborosan. Berdasarkan hasil studi terdahulu oleh Dewi Arum yang mengenai “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Pengguna *E-Commerce* Shopee” dengan hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang

signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *e-commerce* Shopee.

Hasil prariset yang dilaksanakan oleh peneliti dengan metode wawancara pada 20 mahasiswi jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang menjelaskan bahwa 18 dari mahasiswi membeli produk atau barang yang berguna untuk menunjang penampilannya tanpa adanya perencanaan. Semua mahasiswi tersebut rutin membeli barang atau produk minimal satu kali dalam sebulan di aplikasi Shopee dan salah satu mahasiswi mengaku bisa melakukan pembelian di Shopee sebanyak 15 kali dalam sebulan untuk pemakaiannya sendiri. Semua responden mengaku senang setelah melakukan pembelian di shopee dan 15 responden mengaku selalu kepikiran apabila produk yang diinginkan tidak segera dilakukan pembelian. Rata-rata responden mengeluarkan *budget* sebesar Rp. 50.000-Rp. 900.000 setiap bulannya untuk membeli barang ataupun produk di aplikasi Shopee dan mengaku cukup mengganggu kebutuhan pokok sebagai anak kos karena uang bulanan sering habis sebelum waktunya. Adapun alasan responden memilih aplikasi shopee karena harga di Shopee lebih murah, banyak diskon, dan mudah dalam pengaplikasiannya.

Tahap menuju dewasa salah satunya yaitu adanya perkembangan sosio emosional. Pada teori sosio emosional Erikson menjelaskan bahwa di tahap perkembangan manusia, pada tahapan ke enam yaitu tahapan Isolasi dan *Intimacy* (Emiliza, 2019:27). *Intimacy* atau keintiman adalah tahapan untuk

menjadi diri sendiri serta penguatan diri pada orang lain. *Intimacy* juga didefinisikan sebagai wujud usaha untuk menjadikan diri dari sebagai bagian dari suatu kelompok tertentu, maka individu akan berusaha untuk mengikuti tampilan, serta gaya hidup kelompok untuk dapat menjadi bagian dari kelompok yang diinginkan. Selain itu individu akan menjalin *intimate relationship* serta mencari pasangan dan teman hidup, hal ini tentunya memunculkan rasa ingin pada individu untuk terlihat menarik dihadapan lawan jenis. Biasanya dalam hal menarik perhatian, wanita lebih sering memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan penampilan fisik seperti make up, cara berpakaian, kecantikan wajah, dan bentuk tubuhnya. Hal tersebut membuat wanita lebih cenderung terfokus kepada penampilannya dibandingkan pria. Wanita juga lebih sering membanding-bandingkan penampilannya dan sangat sensitif pada penilaian negatif yang diberikan orang lain (Sulistyo, Sukamto, dan Ibrahim, 2022). Sejalan dengan pendapat Chris Fang, sebagai CEO Shopee yang menyatakan wanita lebih sering berbelanja dibanding pria guna menunjang penampilan. Selain itu wanita memiliki keinginan yang harus segera dipenuhi, sehingga wanita cenderung melakukan pembelian tanpa adanya pertimbangan yang matang (Kaur, 2015). Wanita pada umumnya cenderung lebih fokus kepada penampilannya dibandingkan pria. Hal ini membuat wanita sering membandingkan penampilannya dan sangat peka terhadap penilaian negatif oleh orang lain (Davison, dalam Sulistyo, Sukamto, dan Ibrahim, 2022).

Dinamika psikologis merupakan suatu proses psikis manusia yang mana proses tersebut didasarkan oleh tiga aspek psikologis yakni pikiran (kognitif), afeksi (emosi), dan konatif (kemauan) atau sering disebut hubungan interpersonal. Aspek pikiran atau kognitif berhubungan dengan keyakinan, pengetahuan, serta pandangan seorang individu. Aspek ini berkaitan dengan pengambilan keputusan dan biasanya menjadi landasan timbulnya prasangka. Selanjutnya aspek afeksi yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Aspek ini berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap suatu stimulus. Lalu aspek yang terakhir yaitu aspek konatif yang berkaitan dengan kecenderungan individu dalam bertindak terhadap suatu stimulus. Dari penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dinamika psikologis merupakan proses psikis dibalik timbulnya perilaku seseorang yang melibatkan komponen kognitif, afektif, maupun konatif sehingga menghasilkan perilaku (Walgito, 2010).

Dampak dari berbelanja online di aplikasi Shopee, tentunya meningkatkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yaitu individu cenderung melakukan pembelian suatu produk atau barang di luar kebutuhan dan rasa keinginan yang berlebihan untuk membeli barang tersebut. Perilaku tersebut dapat menggambarkan kontrol diri seorang individu dalam mengontrol keinginannya. Hal ini berkaitan dengan bisa atau tidak individu menahan diri untuk tidak berbelanja meskipun ingin. Gambaran kemampuan individu dalam mengontrol keinginannya disebut kontrol diri (Lina dan Rosyid, 1997).

Selain itu, Hurlock menjelaskan bahwa konsumsi yang bersamaan dengan kesenangan akan membuat individu membentuk citra diri pada dirinya. Setiap orang berusaha untuk membangun citra diri yang baik dan selalu ingin menjaganya (Nabamban, 2013:04). Mahasiswa yang mempunyai citra diri negatif cenderung selalu berusaha membuat dirinya menjadi lebih baik, salah satunya dengan membeli produk-produk yang dianggap akan merubah penampilannya menjadi lebih baik.

Citra diri merupakan cara seorang individu memandang dirinya sendiri. Hal tersebut berkaitan dengan cara memandang dirinya sendiri, hal yang diketahui mengenai dirinya sendiri dan siapakah dia. Perilaku konsumtif disebabkan oleh rasa ingin menyembunyikan kekurangan, memperindah tampilan, serta berharap supaya bisa diterima baik oleh kelompok masyarakat (Sunastiko N.R.H, dan Putra, 2016: 56).

Citra diri menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif (Kharina Putrie Sunastiko, 2016: 58). Sunastiko menjelaskan perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan mahasiswa dikarenakan kurangnya dalam mempertimbangkan dampak dari perilaku tersebut dalam mempengaruhi kehidupan, mahasiswa memerlukan citra diri yang positif agar dapat mengendalikan perilaku konsumtif yang semakin sulit untuk dikendalikan (Sunastiko, 2016: 58). Hurlock menjelaskan bahwa konsumsi yang disertai dengan kesenangan mengakibatkan terbentuknya citra diri positif

pada individu. Setiap orang akan berkerja keras bertujuan untuk mendapatkan citra diri yang positif dan menjaga citra diri tersebut (Nababan, 2013: 04).

Mahasiswi di jurusan Psikologi adalah remaja akhir yang rata-rata berusia 18-23 tahun. Tidak jauh berbeda dengan remaja pada umumnya yang selalu ingin tampil baik dan peka akan terhadap perkembangan mode fashion yang sedang *trend*. Apabila dibandingkan dengan jurusan lain di Universitas Islam Negeri Walisongo, mahasiswi jurusan psikologi mempunyai penampilan yang selalu mengikuti perkembangan *trend*. (Kiftiyah, 2022).

Berdasarkan penjelasan dari penjelasan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana **“Hubungan antara Kontrol Diri dan Citra Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang”**.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan pada paparan latar belakang di atas, peneliti mengajukan rumusan masalah yaitu:

1. Apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja online di aplikasi Shopee pada mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang?
2. Apakah terdapat hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja online di aplikasi Shopee pada mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang?

3. Apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja online di aplikasi *Shopee* pada mahasiswa jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji secara empiris terkait hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja pada aplikasi *Shopee* pada mahasiswa jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Untuk menguji secara empiris terkait hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja pada aplikasi *Shopee* pada mahasiswa jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Untuk menguji secara empiris terkait hubungan antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja pada aplikasi *Shopee* pada mahasiswa jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Adapun manfaat teoritis dengan dilakukan penelitian ini yakni diharapkan memberi kontribusi ilmu mengenai hubungan antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online*

pada aplikasi Shopee pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan memberi perkembangan dan pengetahuan mengenai ilmu psikologi.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah:

a. Bagi Subjek

Diharapkan ketika membaca penelitian menjadi mampu mencegah dan mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan perilaku konsumtif, kontrol diri dan citra diri serta dapat dijadikan pedoman untuk mahasiswi agar bisa mengendalikan perilaku konsumtif, mampu mengontrol diri dan mempunyai gambaran diri yang baik, agar dapat mencegah meningkatnya perilaku konsumtif terutama pada kalangan mahasiswi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan ketika membaca penelitian menjadi mampu mencegah dan mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan perilaku konsumtif, kontrol diri dan citra diri serta dapat dijadikan pedoman untuk mahasiswi agar bisa mengendalikan perilaku konsumtif, mampu mengontrol diri dan mempunyai gambaran diri yang baik, agar dapat mencegah meningkatnya perilaku konsumtif

terutama pada kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi referensi serta perbandingan data guna penelitian selanjutnya sehingga penelitian mengenai kontrol diri dan Citra diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat dikaji lebih beragam.

E. Keaslian Penelitian

1. Dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Risa Salsabila dan Suci Rahma Nio di tahun 2019 dengan judul “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum UBH Pengguna Shopee”. Peneliti ini mempunyai persamaan pada variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif dan memiliki perbedaan penelitian tidak meneliti mengenai variabel citra diri. Hasil dari penelitian ini tidak terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Hukum Universitas Bung Hatta pengguna akun *e-commerce* Shopee.
2. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ali Imron Fuadi pada tahun 2018 yang berjudul “Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa /I Psikologi di Universitas Medan Area”. Peneliti ini memiliki kesamaan pada variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif dan memiliki perbedaan penelitian tidak meneliti mengenai variabel citra diri.

3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Syiffa Ulayya dan Endah Mujiasih pada tahun 2020 yang berjudul “Hubungan antara Kontrol diri dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Money* pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro” menghasilkan hubungan yang negatif. Dan memiliki perbedaan tidak memiliki variabel citra diri dalam penelitiannya.
4. Dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Aulia Khansa Wiguna di tahun 2021 dengan judul “Hubungan Kontrol Diri dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja”. Hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kontrol diri, kepercayaan diri dan perilaku konsumtif pada remaja. Persamaan yaitu sama-sama memiliki variabel kontrol diri. Serta memiliki perbedaan tidak memiliki variabel kontrol diri.
5. Dalam penelitian yang berjudul “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang”. Menunjukkan hasil yang menunjukkan adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Malang, dan berlaku sebaliknya. Persamaan penelitian yaitu sama-sama memiliki variabel kontrol diri, sedangkan perbedaannya, tidak memiliki variabel citra diri.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konseptualisasi Variabel Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Tindakan pembelian barang yang bukan berdasarkan kebutuhan tetapi bertujuan untuk memenuhi rasa ingin yang dilakukan secara berlebihan sehingga mengakibatkan pemborosan disebut perilaku konsumtif (Suyasa & Fransisica 2005:172). Menurut Tambunan (dalam Indriyati & Ermawati, 2011) perilaku konsumtif merupakan munculnya rasa ingin menggunakan barang-barang yang kurang dibutuhkan dengan cara berlebihan agar dapat mendekati rasa puas secara maksimal.

Menurut Lubisa (dalam Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013) perilaku konsumtif adalah perilaku tanpa adanya pemikiran yang rasional, melainkan pada keinginan yang tidak pada taraf normal. Perilaku tersebut terjadi kepada individu yang apabila membeli barang di luar kebutuhan rasional dan tidak berdasarkan kebutuhannya. Menurut Lina dan Rosyid (1997) perilaku konsumtif biasanya terjadi apabila individu melakukan pembelian suatu produk diluar kebutuhan tetapi berdasarkan keinginan secara berlebihan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah rasa ingin untuk melakukan pembelian suatu produk atau barang yang kurang diperlukan, tidak sesuai kebutuhan, serta tanpa adanya pertimbangan yang rasional melainkan pada keinginan saja secara berlebihan.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan wujud dari perilaku konsumen, maka hal tersebut dapat menggunakan pendekatannya teori yang ada di perilaku konsumen (Engel, 1995). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah:

1) Faktor Internal

a. Motivasi

Proses-proses yang mendorong individu bertindak laku sesuai dengan apa yang diinginkannya (Solomon, 1996). Proses ini didasari dari kebutuhan yang menimbulkan dorongan pada individu.

b. Proses Belajar dan Pengalaman

Saat melakukan pembelian individu akan terlebih dahulu melakukan proses pengamatan belajar yaitu mendapat informasi dan stimulus mengenai barang yang akan dibeli sebagai proses belajar dan landasan dalam pengambilan keputusan.

c. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian sebagai bentuk tingkah laku dan menetap dalam diri individu sehingga apabila perilaku tersebut sering terjadi akan terulang lagi dan mempengaruhi konsep diri (Asseal dalam Santoso, 1998).

d. Keadaan Ekonomi

Pada saat memilih produk yang dibeli dipengaruhi dengan situasi ekonomi seseorang (Kotler, 1993). Individu yang ada pada taraf ekonomi rendah akan mempergunakan uang dengan bijak sebaliknya individu yang memiliki ekonomi tinggi cenderung akan lebih boros (Swastha & Handoko, 1987).

e. Gaya Hidup

Gaya hidup mencerminkan acuan konsumsi seorang individu dalam mempergunakan uang dan waktu. Gaya hidup yang senang berbelanja merupakan contoh kehidupan remaja masa kini, hal ini dapat menimbulkan perilaku konsumtif (Ancok, 1995).

2) Faktor Eksternal

a. Faktor Kebudayaan

Budaya menggambarkan bentuk-bentuk perilaku yang diakui, disadari, dan dimiliki bersama-sama oleh kelompok kecil maupun kelompok besar (Hartley dan Hartley dalam Santoso, 1993). Sehingga apabila individu masuk kedalam kelompok budaya yang

senang berbelanja, maka individu tersebut mengikuti budaya berbelanja.

b. Faktor Kelas Sosial

Kelas sosial yaitu gabungan dari banyak orang yang sejenis yang bertahan lama di suatu lingkungan masyarakat yang memiliki sistem minat, nilai, dan tingkah laku yang sama (Kotler, 1993).

c. Faktor Keluarga

Keluarga merupakan unit paling kecil sebagai contoh fundamental pada setiap individu yang memegang peranan terbesar dalam membentuk tingkah laku (Kartono, 2006).

d. Kelompok Acuan

Kelompok luar dapat memberikan pengaruh terhadap norma, perilaku, sifat seorang konsumen. Kelompok acuan merupakan kelompok sosial yang menjadi salah satu tolak ukur dalam terbentuknya kepribadian (Loudon dan Bitta dalam Santoso, 1998).

3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Terdapat tiga aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (1997) yaitu:

- a. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*) adalah pembelian suatu produk atau barang berdasarkan keinginan tanpa mempertimbangkan

terlebih dahulu dampak setelah melakukan pembelian yang bersifat emosional.

- b. Pembelian yang tidak rasional (*non rational buying*) adalah perilaku pembelian yang berlandaskan pada rasa senang. Biasanya menimbulkan kesenangan setelah melakukan pembelian.
- c. Pemborosan (*wasteful buying*) adalah perilaku yang mengeluarkan banyak dana membeli barang atau produk di luar kebutuhan guna mencari kesenangan.

Selain aspek-aspek di atas terdapat dua aspek yang mendasari perilaku konsumtif lainnya (Tambunan 2007):

- a. Timbulnya keinginan dalam mengkonsumsi secara berlebihan

- 1) Pemborosan

Perilaku ini akan menimbulkan banyak biaya dikarenakan pemanfaatan uang yang bukan berguna untuk kebutuhan melainkan karena keinginan saja.

- 2) Inefisiensi Biaya

Kebiasaan pola hidup konsumtif yang timbul karena iklan, ikut-ikutan dan cenderung boros dapat mengursan banyak biaya yang menyebabkan inefisiensi biaya.

- b. Perilaku yang berdasarkan pada keinginan

- 1) Mengikuti Mode

Individu selalu ingin mengikuti mode terkini, hal ini kebanyakan terjadi pada masyarakat kota. Selalu membeli barang yang terkini padahal mode selalu berubah seiring berjalannya waktu.

2) Memperoleh Pengakuan Sosial

Perilaku konsumtif sering terjadi di lingkungan remaja. Masa remaja adalah fase peralihan mencari identitas dan selalu ingin diakui eksistensinya dan diterima dilingkungannya sehingga remaja selalu ingin mengikuti atribut yang sama dengan lingkungannya.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat aspek-aspek perilaku konsumtif meliputi pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian yang tidak rasional (*non rational buying*), dan pemborosan (*wasteful buying*). Aspek inilah yang digunakan di dalam penelitian ini. Selain itu terdapat juga aspek adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan dan perilaku yang berdasarkan pada keinginan.

4. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Menurut pandangan Islam, perilaku konsumtif sejalan dengan kandungan yang ada pada surah pada surah Al-Al’Araf ayat 31 sebagai berikut:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Terjemahan: “*Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.*” (QS. Al’Araf : 31)

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ مِنَ السَّرَفِ أَنْ تَأْكُلَ كُلَّ مَا اشْتَهَيْتَ

Dari Anas bin Malik berkata: Rasulullah SAW bersabda “*Termasuk berlebih-lebihan adalah kamu yang memakan semua yang kamu inginkan.*” (H. R. Ibn Majah Nomor 3343).

Kebutuhan merupakan konsep nilai, jika keinginan berdasarkan dengan nilai atau *utility*, maka kebutuhan dalam perspektif Islam ditentukan oleh konsep *masalahah*. Tujuan syariah adalah untuk kesejahteraan umat manusia. Semua barang ataupun jasa yang berkaitan dengan kesejahteraan dapat disebut kebutuhan manusia. Konsep tersebut berfungsi untuk mengingatkan kepada umat manusia agar membelanjakan harta sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan. Pengeluaran tidak seharusnya melebihi pendapatan dan tidak menekan pengeluaran terlalu rendah sehingga mengarah pada kebakhilan. Seharusnya manusia bersikap moderat (seimbang).

B. Konseptualisasi Variabel Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kesanggupan seseorang dalam memodifikasi perilaku, mengolah informasi, dan kesiapan individu dalam mengambil tindakan (Averill dalam Ghufroon dan Risnawati, 2016). Pada dasarnya seseorang yang mempunyai kontrol diri yang rendah akan lebih konsumtif, tanggap menanggapi rangsangan tanpa disaring terlebih dahulu dari lingkungan, dan mudah mencari kepuasan (Kim, Hong dan Hyun, 2017). Kontrol diri adalah kemampuan pikiran serta fisik yang berguna untuk melakukan yang seharusnya dilakukan individu tersebut. Kontrol diri juga berguna bagi individu dalam pengambilan keputusan yang sesuai dan berdampak baik (Boba, 2009).

Menurut Lazarus (dalam Fried & Nashori, 2012) kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam pengambilan keputusan yang didasarkan oleh kemampuan kognitif guna menghasilkan perilaku dalam mencapai keinginannya. Bagi individu kontrol diri ini berguna untuk memberi arahan untuk berperilaku yang sesuai sehingga menghasilkan keputusan perilaku yang positif akan dirinya. Menurut Chita, David dan Pali (2015) kontrol diri merupakan pengambilan keputusan dengan cara melewati proses kognitif untuk membentuk perilaku yang bertujuan meningkatkan tujuan dan hasil sesuai keinginan. Seseorang yang mempunyai kontrol diri yang rendah akan

lebih sulit dalam memilih konsekuensi atas tindakannya. Sebaliknya seseorang yang mempunyai kontrol diri tinggi, lebih memperhatikan tindakan yang tepat memutuskan perilaku yang akan dilakukan dengan adanya kontrol diri ini dapat memberi arahan, mengatur perilaku, dan memandu individu dalam memutuskan tindakan yang memilih dampak yang positif.

Berdasarkan uraian di atas kontrol diri adalah kemampuan diri individu yang melewati proses-proses fisik, psikologis untuk menghasilkan perilaku yang menghasilkan konsekuensi positif.

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kontrol diri

Terdapat beberapa faktor menurut Ghufrron dan Risnawati, (2012) yang mempengaruhi kontrol diri yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor internal meliputi rentang usia maksudnya semakin tua individu maka semakin tinggi kontrol dirinya.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal meliputi kontrol diri individu yang dipengaruhi oleh lingkungan dan orang tua.

Selain faktor-faktor kontrol diri di atas, Tangney (dikutip dari Istiqal, 2019 : 29) menjelaskan tiga aspek dari kontrol diri yaitu:

a. Orang tua

Cara mendidik anak juga mempengaruhi cara anak mengontrol dirinya. Cara mendidik otoriter membuat anak kurang mampu mengendalikan dirinya dan kurang peka terhadap peristiwa di sekelilingnya. Sebaliknya orang tua yang sudah mendidik anak dengan mengajarkan kemandirian sejak dini cenderung memiliki sikap yang mampu memutuskan keputusan untuk dirinya sendiri, sehingga menghasilkan kontrol diri yang baik.

b. Budaya

Semua individu memiliki budaya yang berbeda di lingkungannya oleh sebab itu akan mempengaruhinya dalam berhubungan dengan individu sekitarnya. Hal ini akan mempengaruhi juga dapat kontrol dirinya sebagai kelompok sosial di lingkungan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, dapat di tarik kesimpulan bahwa faktor-faktor kontrol diri adalah faktor internal yaitu usia dan eksternal yaitu lingkungan. Selain itu terdapat faktor orang tua serta budaya.

3. Aspek-aspek Kontrol diri

Menurut Averil (dalam Nurmala, 2007) terdapat tiga aspek yang meliputi kontrol diri yaitu:

- a. Kontrol perilaku (*behavior control*) adalah kemampuan individu untuk mengontrol dirinya secara langsung yang berhubungan dengan

lingkungannya. Apabila individu tidak bisa, maka individu menggunakan kekuatan eksternal untuk mengatasinya.

- b. Kontrol kognitif (*cognitive control*) adalah kemampuan individu dalam memproses, menerima, dan mengartikan informasi yang tidak sesuai dengan cara menerjemahkan untuk menggabungkan informasi ke dalam kerangka kognitif sebagai cara untuk mengurangi tekanan.
- c. Kontrol pengambilan keputusan (*decisional control*) adalah kemampuan individu untuk menentukan keputusan sehingga dapat mengambil keputusan yang disetujui dan diyakini dengan adanya kesempatan, kebebasan, dan kemungkinan dalam menentukan keputusannya.

Selain aspek-aspek di atas, Tangney (dikutip dari Istiqal, 2019:29) menjelaskan tiga aspek kontrol diri yaitu:

- a. Melanggar kebiasaan (*breaking habits*) merupakan perbuatan individu yang melanggar aturan serta norma atau nilai yang ada di masyarakat tersebut. Individu yang melanggar biasanya kurang mampu mengendalikan dirinya dalam menjalankan norma dan nilai yang berlaku.
- b. Menahan godaan (*resisting temptation*) merupakan kemampuan individu dalam melihat kemampuan diri sendiri dan menahan godaan dalam situasi apapun. Individu yang mempunyai kontrol diri yang baik akan bisa menahan godaan serta fokus dengan apa yang dikerjakannya.

- c. Disiplin diri (*self discipline*) adalah individu dalam mengontrol konsentrasi serta mengerjakan pekerjaan tepat waktu dalam keadaan apapun.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan terdapat aspek-aspek kontrol diri yang meliputi kontrol diri (*behavior control*), kontrol kognitif (*kognitive control*) dan kontrol pengambilan keputusan (*decisional control*). Aspek inilah yang digunakan di dalam penelitian ini. Selain itu terdapat juga aspek melanggar kebiasaan (*breaking habits*), menahan godaan (*reisting temptation*) dan disiplin diri (*self discipline*).

4. Kontrol Diri dalam Perspektif Islam

Kontrol diri adalah gambaran keputusan individu yang melewati proses kognitif guna menentukan perilaku yang hendak diputuskan sesuai dengan apa yang diinginkan. Individu yang mempunyai kontrol diri tinggi sangat berhati-hati dalam berperilaku termasuk dalam berbelanja. Berkaitan dengan kontrol diri, Allah telah menjelaskan di dalam Al-Qur'an surah An-Nazi'at: 79 ayat 40 yaitu:

وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَنَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ

Terjemahan: “Dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari keinginan nafsunya. Maka sesungguhnya surgalah tempat tinggal (nya)” (Q. S. An-Nazi'at 79:40).

Ayat di atas, setiap manusia hendaknya bisa mengontrol dirinya dari keinginan-keinginan yang tidak penting dan hawa nafsu hingga membuat

manusia lupa akan Tuhan-Nya. Tidak terjerumus ke dalam hal-hal negatif yang membawa manusia ke arah kemaksiatan dengan merasa takut atas kebesaran-Nya sehingga selamat dari dorongan hawa nafsu salah satunya dengan cara berdikir kepada Allah.

C. Konseptualisasi Variabel Citra Diri

1. Pengertian Citra Diri

Citra diri merupakan penggambaran diri serta persepsi terhadap diri, walaupun tidak secara keseluruhan citra diri mempunyai kesamaan dengan kenyataannya, namun individu yakin pada hal tersebut. Citra diri dapat membentuk penampilan, karakter, penghargaan terhadap kondisi fisik, dan pengambilan keputusan (Zakirah, 2018). Citra diri merupakan cara pandang seseorang dalam melihat dirinya sendiri. Hal ini juga termasuk dalam cara individu memandang dirinya sendiri dalam bentuk, pendapatnya tentang dirinya sendiri, juga yang diketahui tentang dirinya (Lama & Carter, 2013).

Menurut Huclock (dalam Rohman, 2019) citra diri adalah segala ide dan perasaan dalam diri seseorang, baik itu dalam hal karakteristik pribadi berupa keyakinan dan kepercayaan maupun ingatan. Menurut Sunastiko & Putra (2016) citra diri adalah gambaran diri yang diciptakan oleh individu yang didasari oleh penilaian dirinya sendiri maupun persepsi orang lain tentang dirinya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa citra diri adalah persepsi atau cara pandang individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan pada penilaian dirinya sendiri dan orang lain.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Citra diri

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi Citra dirimenurut Mappiare (dalam Andarwati, 2016) yaitu:

- a. Keadaan fisik meliputi keseluruhan fisik serta psikis dalam membentuk pribadi. individu akan senantiasa membanding fisiknya dengan fisik orang lain.
- b. Pakaian dan perhiasan yang dijadikan tolak ukur dalam bergaul.
- c. Teman sebaya yaitu penerimaan dari teman sebaya yang miliki citra diri positif akan membentuk citra diri yang positif, begitu juga sebaliknya.
- d. Keadaan keluarga, keadaan rumah tangga, pola asuh orang tua juga mempengaruhi terbentuknya citra diri individu.

Selain penjelasan di atas, terdapat juga faktor-faktor yang mempengaruhi citra diri menurut Brown (1998):

- a. Faktor Perilaku
 - 1) Perhatian selektif (*selection attention*) adalah seleksi yang dilakukan individu dalam memilih masukan mana yang ingin diambilnya dari orang lain dan dirinya sendiri.

- 2) Melumpuhkan diri sendiri adalah munculnya perilaku tertentu untuk memperlihatkan kekurangannya.
- 3) Memperlihatkan usaha positif, maksudnya individu selalu memperlihatkan kelebihan yang ada pada dirinya.
- 4) Bukti yang memperjelas perilaku artinya individu biasanya menghindari segala kondisi dimana kekurangannya bisa terlihat dan biasanya mencari dan menerima masukan yang berkaitan dengan hal yang memperbaiki dirinya.

b. Faktor Sosial

- 1) Interaksi selektif adalah kebebasan individu bergaul dengan siapa saja
- 2) Perbandingan sosial adalah kecenderungan yang ada pada diri individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain. Biasanya individu membandingkan dirinya pada individu yang rendah dari dirinya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor dari citra diri yaitu faktor fisik, pakaian, teman sebaya, dan keadaan keluarga dan ada juga faktor perilaku dan sosial.

3. Aspek-aspek Citra Diri

Terdapat tiga aspek citra diri menurut Jersild (dalam Fristy, 2012) yaitu:

- a. Fisik (*Perceptual Component*) adalah sebuah penggambaran individu mengenai penampilannya berkaitan dengan fisik atau tubuh dan ekspresi terhadap individu lainnya.
- b. Psikis (*Conceptual Component*) adalah sebuah penggambaran mengenai karakteristik yang diri individu mengenai kelebihan dan kekurangan yang dimiliki individu, keterbatasan yang dimiliki, serta kemampuan diri.
- c. Sosial (*Attitudinal Component*) adalah sebuah pemikiran, perasaan individu tentang dirinya, status, serta pandangannya terhadap individu lain.

Selain aspek-aspek di atas, terdapat aspek-aspek citra diri menurut Khun (dalam Subhan, 2018:100) yaitu:

- a. Deskripsi fisik adalah penggambaran fisik yang dijelaskan secara objektif terhadap kesamaan dengan orang lain dengan diri individu.
- b. Deskripsi sosial adalah arti posisi individu di dalam lingkungan sosial. Peranan individu dapat membantu orang lain mengartikan keberadaan individu tersebut dan mengenali individu tersebut.
- c. Deskripsi sifat pribadi adalah hasil dari respon kecenderungan individu dalam menanggapi stimulus atau rangsangan terhadap lingkungan dan kondisi yang sedang dialami.
- d. Deskripsi eksistensial adalah hasil abstraksi individu terhadap keberadaannya pada lingkungan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat aspek-aspek yang mempengaruhi citra diri yaitu komponen fisik (*perceptual component*), sikap (*conceptual component*), sosial (*attitudinal component*). Ketiga aspek inilah yang digunakan di dalam penelitian ini. Selain itu ada juga aspek deskripsi fisik, deskripsi sosial, deskripsi sifat pribadi, deskripsi eksistensial.

4. Citra Diri Positif dan Citra Diri Negatif

Terdapat dua jenis citra diri yakni citra diri positif dan citra diri negatif. Citra diri positif berguna untuk perkembangan individu kearah yang lebih maju sedangkan Citra diri negatif dapat menyebabkan ke arah kemunduran atau kegagalan serta perilaku yang tidak tepat (Andarwati 2019:9).

Ada enam ciri-ciri individu yang mempunyai Citra diri positif (Ningrum dan Mutulesy, 2018:53) yaitu:

a. Citra Diri Positif

- 1) Sangat percaya akan dirinya.
- 2) Memiliki tujuan hidup serta ambisi yang kuat.
- 3) Terarah secara baik dan efiesiensi dalam bekerja
- 4) Mampu dalam bersikap dan berkompetensi tinggi pada bidang yang
- 5) Memiliki sikap dan kepribadian yang menyenangkan dan mampu beradaptasi secara cepat terhadap lingkungan.

- 6) Kemampuan pengendalian diri yang baik, kemampuan mengontrol emosi yang baik, dan kebiasaan buruk yang ada pada dirinya tidak mudah mengendalikan diri individu tersebut.
- b. Citra Diri Negatif
- 1) Rendah diri yaitu menganggap dirinya tidak berharga bagi dirinya sendiri dan orang lain.
 - 2) Kurangnya motivasi hidup dan semangat dalam menjalankan kehidupan.
 - 3) Senang menunda pekerjaan, sikap ini hadir karena ketidakmampuan individu dalam melakukan pekerjaan, keputusasaan, dan malas.
 - 4) Mempunyai sikap pesimis dan emosi yang cenderung negatif. Individu merasusmsi apapun yang dilakukan tidak akan berhasil.
 - 5) Pemalu dan tak acuh dalam menerima kritik dan ejekan orang lain.
 - 6) Memiliki kepuasan sendiri.

5. Citra Diri dalam Perspektif Islam

Proses terciptanya manusia, Allah SWT sesungguhnya selalu menciptakan citra terbaik untuk semua umatnya. Berkaitan dengan citra diri, sesungguhnya manusia merupakan citra terbaik yang telah diciptakan oleh Allah SWT. Hal ini sebagaimana dinyatakan oleh Allah SWT di dalam Al-Qur'an pada Surah At-Tin, ayat 4, yaitu:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَن تَقْوِيمٍ

Terjemahan: “Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya” (QS. At-Tin: 4).

Pada Q.S At-Tin tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Allah selalu menciptakan seluruh manusia dengan bentuk yang sebaik-baiknya. Bahwa sebaik-baik bentuk, sebaik-baik wajah, sesempurna-sempurna anggota tubuh dengan susunan yang seimbang dan sempurna. Selain itu, manusia telah diberi pikiran dan akal yang sempurna juga (Zuhaili, 1991). Maka dari pada itu, manusia adalah makhluk yang sempurna. Maka, sangat penting bagi manusia untuk memiliki citra diri yang positif agar selalu terjalin hubungan yang baik dengan Allah Swt. Jika citra diri yang dimiliki negatif, maka kemuliaan dan istimewa yang ada pada diri manusia akan turun menjadi rendah.

D. Hubungan antara Kontrol Diri dan Citra Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi

Perilaku konsumtif adalah perilaku atau pola hidup seseorang yang senang dalam menghabiskan uang tanpa berfikir dengan matang (Waluyo di dalam Fitri, 2013:30). Perilaku konsumtif membuat pelakunya tidak bisa memisahkan antara kebutuhan dan keinginannya (Dharmmesta dan Handoko 2011:107). Perilaku konsumtif adalah perilaku yang didasarkan atas rasa ingin

dalam membeli barang yang berguna untuk memuaskan kepuasan pribadi (Hidayah, 2015:2).

Seorang mahasiswi digolongkan pada masa perkembangan pada usia 18-25 tahun. Pada tahapan ini dapat disebut juga masa remaja akhir jika dilihat dari sudut perkembangan dan tugas perkembangan pada usia itu, mahasiswi pada tahapan ini mempunyai tugas untuk memperkuat pendirian (Yusuf, 2012:27). Perubahan yang signifikan pada tahapan ini yaitu perubahan fisik, sehingga tidak sedikit dari mahasiswi kurang puas akan perubahan fisiknya sehingga mahasiswi berusaha mempercantik dirinya dengan cara membeli produk-produk atau barang guna mempercantik penampilan agar lebih menarik (Fitria & Sukma, 2013). Adanya pertemanan sebaya sangat mempengaruhi dan mahasiswi berupaya untuk menunjukkan dirinya sebaik mungkin supaya diterima dengan baik oleh kelompoknya (Hurlock, 1999:206).

Menurut Angel (1995) terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan eksternal. Adapun faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu motivasi. Menurut Lhalaw dan Prasetijo (2004) untuk memenuhi kebutuhan tentunya menimbulkan motif atau kekuatan pendorong terjadinya suatu perilaku salah satunya perilaku konsumtif. Motif emosional merupakan menjadi alasan utama dalam pembelian online (Astari dan Nugroho 2017). Pembelian yang menggunakan motif emosional merupakan salah satu karakteristik dari perilaku konsumtif (Suminar & Meiyuntari 2015).

Selain itu terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif salah satunya kelompok acuan dan keluarga. Mahasiswi cenderung berusaha menganut nilai-nilai yang berlaku di kelompok sebaya agar diterima dan hal ini menjadi tolak ukur dan dapat membentuk kepribadian individu (Louddon dan Bitta dalam Santosa, 1998). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nurita dewi, dkk pada mahasiswa X yang masih aktif perkuliahan di Universitas X Semarang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara teman sebaya dengan perilaku konsumtif dengan nilai korelasi sebesar 0,347 (Nurita dkk, 2017).

Citra diri merupakan cara individu melihat dirinya sendiri, ada nya penggambaran diri yang diciptakan oleh individu melalui penilaian dari diri sendiri serta orang lain tentang dirinya (Sunastiko & Putra, 2016). Citra diri seseorang dilihat dari perilaku pembeliannya akan suatu produk. Individu yang mempunyai citra diri positif akan lebih sedikit dalam melakukan pembelian yang berlebihan sebaliknya individu yang mempunyai citra diri negatif akan lebih sering melakukan pembelian yang berlebihan. Individu tersebut percaya dengan membeli barang-barang dan produk tersebut akan membangun citra dirinya.

Hal tersebut membuat mahasiswi membeli produk-produk guna menunjang penampilan mereka. Hal tersebut memberikan dampak adanya gejala perilaku pembelian yang tidak semestinya, hal ini dilakukan demi menunjang penampilan mahasiswi. Akibatnya mahasiswi tidak melakukan

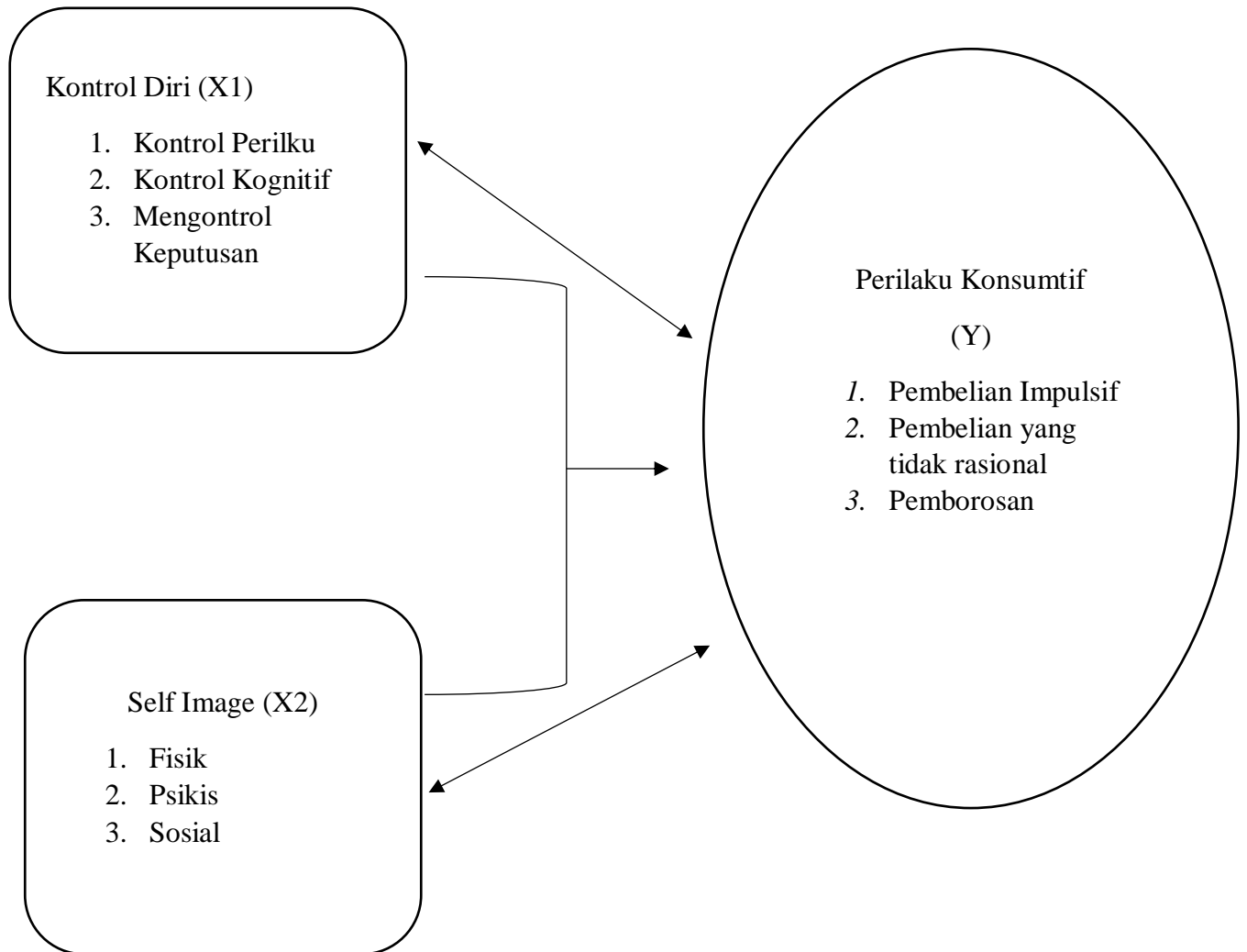
pembelian sesuai kebutuhan pada saat akan membeli barang. Mahasiswi biasanya membeli barang atas dasar rasa ingin bukan karena membutuhkannya, namun tidak wajar dan berlebihan. Sikap dan perilaku yang tidak wajar ini disebut perilaku konsumtif (Rosyid & Lina, 1997).

Menurut penelitian Antonides (dalam Fitriana & Koenjoro, 2009) kontrol diri memiliki peranan yang penting dalam proses membeli suatu barang, karena kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu. Individu yang memiliki kontrol diri tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjanya sesuai dengan kebutuhan bukan hanya untuk memuaskan keinginan mereka, tidak mudah terpengaruh oleh tawaran dengan diskon yang besar, percaya diri dengan penampilan apa adanya, mampu menata uang lebih efisien dengan membelanjakannya untuk sesuatu yang bermanfaat sebagai aset perilaku. Mahasiswi yang mempunyai citra diri dan kontrol diri yang rendah akan lebih mudah berperilaku konsumtif, sebaliknya mahasiswi yang memiliki citra diri dan kontrol diri tinggi akan sulit melakukan berperilaku konsumtif

Pembelian dengan berlebihan dapat menggambarkan kontrol diri diri individu, kurangnya kontrol diri mengakibatkan terjadinya budaya konsumtif yang semakin meluas karena gagal mengontrol diri. Kontrol diri merupakan gambaran adanya pertimbangan kognitif dari pengambilan keputusan yang menghasilkan dalam pengambilan keputusan yang diinginkan (Chita, David, dan Pali 2015). Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Thompson,

Locander, dan Pollio (dalam Baumeister, 2007:671) yang menjelaskan, bahwa konsumen yang kehilangan kontrol pada diri mereka yang mengakibatkan pembelian yang berlebihan.

Mahasiswi yang mempunyai citra diri dan kontrol diri yang rendah akan lebih mudah berperilaku konsumtif, sebaliknya mahasiswi yang mempunyai citra diri dan kontrol diri tinggi akan sulit melakukan berperilaku konsumtif

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian

E. Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Hipotesis pertama : Terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja di aplikasi Shopee pada mahasiswi jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Hipotesis kedua : Terdapat hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja aplikasi Shopee pada mahasiswi jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Hipotesis ketiga : Terdapat hubungan antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja aplikasi Shopee pada mahasiswi jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Bentuk penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian kuantitatif bersifat sistematis pada fenomena-fenomena dan hubungan-hubungannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan serta mengembangkan bentuk matematis, teori, dan hipotesis yang berhubungan dengan fenomena yang diambil. Hal yang sangat krusial dalam penelitian kuantitatif yaitu proses pengukuran karena, hal tersebut memberikan gambaran dan jawaban fundamental dari hubungan kuantitatif (Siyoto & Sodik, 2015).

Desain yang dipakai di dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif korelasi. Penelitian korelasi merupakan wujud dari penelitian kuantitatif yang berfungsi agar dapat melihat tingkatan hubungan pada variabel x dan y tanpa adanya untuk mempengaruhi kondisi variabel tersebut atau tanpa manipulasi (J.R. Fraenkel dan Wellen N. E, 2008:328). Terdapat dua jenis variabel pada penelitian korelasi ini yakni variabel bebas atau disebut variabel *independen* dan variabel terikat atau disebut variabel *dependen*.

B. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah seluruh bentuk ataupun sesuatu yang ditemukan, dipelajari dan di dalam oleh peneliti guna mendapatkan informasi mengenai hal-hal tertentu, lalu di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:63). Adapun variabel yang digunakan pada penelitian ini yakni:

a. Variabel *Independen* (X)

Variabel *independen* atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau memberikan perubahan pada variabel dependen atau variabel terikat (Sugiyono, 2017:64). Terdapat dua variabel Independen pada penelitian ini yakni:

- 1) Kontrol diri (X_1)
- 2) Citra diri (X_2)

b. Variabel *Dependen* (Y)

Variabel *dependen* atau variabel terikat yaitu variabel yang menjadi akibat atau terpengaruh dari variabel independen (Sugiyono, 2017:64). Adapun variabel dependen dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif pada penelitian ini ditekankan pada pengguna aplikasi Shopee.

2. Definisi Operasional

- a. Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang bertujuan untuk melakukan pembelian suatu produk atau barang yang kurang diperlukan, tidak sesuai kebutuhan, dan tidak berlandaskan pada pertimbangan yang rasional, namun pada keinginan saja secara berlebihan. Perilaku konsumtif pada penelitian ini diukur menggunakan skala perilaku konsumtif yang disusun oleh peneliti berdasarkan pada teori dan aspek oleh Lina & Rosyid, 1997. Semakin tinggi skor yang didapatkan, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif dan sebaliknya, semakin rendah skor yang didapat, maka semakin rendah perilaku konsumtif.
- b. Kontrol diri adalah kemampuan diri individu yang melewati cara-cara fisik, psikologis dan menghasilkan perilaku dalam memutuskan perilaku yang menghasilkan konsekuensi positif. Kontrol diri pada penelitian ini diukur menggunakan skala kontrol diri yang disusun oleh peneliti berdasarkan dalam teori dan aspek oleh Averil (dalam Nurmala, 2007). Semakin tinggi skor yang didapatkan, maka semakin tinggi pula kontrol diri. Sebaliknya, semakin rendah skor kontrol diri yang didapatkan maka semakin rendah pula kontrol diri.
- c. Citra diri adalah persepsi atau cara pandang individu terhadap dirinya sendiri yang didasari pada penilaian dirinya sendiri serta orang lain. Citra diri diukur menggunakan skala citra diri yang disusun oleh

peneliti menggunakan teori dan aspek oleh Jersild (dikutip dari Fristy, 2012). Semakin tinggi skor yang didapatkan, maka semakin positif citra diri. Sebaliknya, semakin rendah skor yang didapat, maka semakin negatif citra diri.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Pengukuran pada penelitian dilaksanakan dengan menyebarkan skala yang berisi pernyataan kepada mahasiswa/i jurusan psikologi yang ada di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang di bulan Februari 2023 melalui google form dan aplikasi Whats App.

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi menggambarkan daerah umum yang akan diteliti berisikan subjek atau objek objek yang mempunyai karakteristik serta kuantitas sesuai dengan yang sudah menjadi standar bagi peneliti, lalu dipelajari, dan di tarik kesimpulan (Sugiyono 1997:57). Selain itu populasi juga di definisikan sebagai segala keseluruhan yang berkarakteristik yang menjadi objek dari (Riduwan dan Tita Lestari 1997:3). Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi adalah seluruh objek atau subjek dari penelitian yang mewakili karakteristik yang sudah ditentukan oleh peneliti baik itu berupa makhluk hidup, gejala, nilai, peristiwa. Adapun populasi di dalam penelitian ini,

adalah mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Table 3.1 Jumlah Mahasiswi Aktif Jurusan Psikologi

No.	Angkatan	Jumlah Mahasiswi
1.	Angkatan 2015	1 mahasiswi
2.	Angkatan 2016	18 mahasiswi
3.	Angkatan 2017	35 mahasiswi
4.	Angkatan 2018	95 mahasiswi
5.	Angkatan 2019	115 mahasiswi
6.	Angkatan 2020	132 mahasiswi
7.	Angkatan 2021	130 mahasiswi
8.	Angkatan 2022	135 mahasiswi
Jumlah		661 Mahasiswi

2. Sampel

Sebab populasi yang sangat luas tentunya menimbulkan keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi, sehingga peneliti mengambil beberapa ataupun sebagian yang disebut dengan sampel. Sampel merupakan beberapa atau sebagian dari karakteristik dan jumlah keseluruhan populasi yang hendak diteliti (Sugiyono, 2017:120). Apabila jumlah sampel terlalu besar dan luas maka sampel dapat digunakan untuk mempermudah penelitian disebabkan beberapa hal seperti kurangnya dana, keterbatasan waktu serta tenaga, maka peneliti mengambil sebagian sampel dari populasi. Pengambilan jumlah sampel pada penelitian ini berdasarkan rumus Slovin yaitu menggunakan taraf kesalahan 10% (Thoifah, 2016:18). Adapun penggunaan rumus, yaitu:

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

E: *margin of error*, yaitu kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan

Pengambilan sampel sebesar 10% atau 0,01

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N(e)^2 + 1} \\ &= \frac{661}{661 \cdot (0,01) + 1} \\ &= \frac{661}{6,62} \\ &= 99,84 \end{aligned}$$

Pembulatan bilangan dalam perhitungan yang menunjukkan hasil akhir berupa pecahan (Sugiyono 2017:133). Sehingga terdapat 100 sampel yang digunakan di dalam penelitian.

3. Teknik Sampling

Penentuan sampel pada penelitian ini, digunakan teknik *non probability* yaitu jenis *insidental sampling* merupakan pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang yang setara bagi populasi yang akan dijadikan sampel (Sugiyono, 2017:125). *Insidental sampling* yaitu teknik dalam menentukan sampel secara kebetulan, siapapun bisa menjadi sampel

apabila sesuai dengan kriteria dari penelitian tersebut (Sugiyono, 2017:126).

E. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yakni kontrol diri, citra diri, dan perilaku konsumtif. Pengumpul data memakai metode skala psikologi. Skala psikologi adalah alat yang diperuntukkan dalam mengukur variabel perilaku yang bertujuan untuk mendiagnosa perilaku individu (Saifuddin, 2020:9). Adapun alat ukur yang dipergunakan adalah alat ukur skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala berfungsi dalam pengukuran sikap, persepsi, dan pendapat individu ataupun kelompok terkait fenomena sosial (Bahrin, Alifah, & Mulyono, 2018). Skala *likert* mempunyai dua bentuk pertanyaan ataupun pernyataan positif dan negatif. Pada penelitian ini memakai empat rentang skala, tanpa memakai jawaban ragu-ragu. Skala empat lebih baik dikarenakan skala empat tidak memberikan peluang pada responden dalam memilih pilihan netral sehingga mengharuskan responden menetapkan jawaban terhadap pertanyaan atau pernyataan (Widoyoko, 2018:106).

Pertanyaan atau pernyataan di dalam skala penelitian ini menggunakan pernyataan positif atau *favorable* dan negatif atau *unfavorable*, supaya responden dapat membaca dengan cermat tiap pertanyaan ataupun pernyataan yang disiapkan dalam bentuk instrumen (Widoyoko, 2018:107). Berikut ini

adalah tabel yang menjelaskan nilai atau skor jawaban skala yang telah dimodifikasi dengan memberikan empat alternatif jawaban:

Tabel 3.2 Skoring Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skoring	
	Favorable	Unfavorable
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

Nilai atau skor dari skala nantinya diolah dengan cara perhitungan statistik. Aspek-aspek dan indikator disusun sehingga membentuk instrumen skala sesuai dengan variabel yang di gunakan. Terdapat tiga skala yang digunakan pada penelitian ini. Adapun penjelasan masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif yang disusun oleh peneliti diambil dari teori Lina dan Rosyid. Lina dan Rosyid menjelaskan bahwa perilaku konsumtif biasanya terjadi apabila seseorang melakukan pembelian sebuah produk diluar kebutuhan dan berdasarkan keinginan secara berlebihan. Skala ini bertujuan untuk mengungkap perilaku konsumtif pada subjek melalui aspek indikator, dan item yang padat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Blueprint Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
Pembelian Impulsif (impulsive buying)	Pembelian tanpa adanya perencanaan	1	6	10
	Adanya dorongan untuk segera membeli atau melakukan transaksi	2, 3, 8	4, 5, 7	
	Kurangnya mempertimbangkan dampak dari pembelian.	9	10	
Kurangnya mempertimbangkan dampak dari pembelian.	Perilaku pembelian yang dilakukan hanya untuk kesenangan dan emosi dibanding kebutuhan	16, 17, 18	19, 20	10
	Hanya untuk sekedar penampilan, pengakuan, dan rasa bangga	11, 12	13, 14, 15	

Pemborosan (wasteful buying)	Tidak adanya skala prioritas	23, 27	21, 22, 30	10
	Mengeluarkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas	24, 25, 28	26, 29	
Jumlah		30		

2. Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri yang disusun oleh peneliti diambil dari teori Averill. Menurut Averill (dalam Ghufron dan Risnawati, 2016) kontrol diri adalah kemampuan individu dalam memodifikasi perilaku, mengolah stimulus, serta kemampuan individu dalam melakukan tindakan. Pada dasarnya individu yang memiliki kontrol diri yang rendah akan lebih konsumtif, mudah mencari kepuasan, serta mudah tanggap rangsangan serta stimulus dari lingkungan. Skala ini bertujuan untuk mengungkap kontrol diri pada subjek melalui aspek, indikator, dan item yang padat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4 *Blueprint* Kontrol Diri

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	

Kontrol Perilaku	Kemampuan individu menahan diri berbelanja di luar kebutuhan	1, 7, 13, 19	4, 10, 16, 22	10
	Membuat skala prioritas	25	28	
Kontrol Kognitif	Kemampuan individu dalam memproses informasi secara jernih	2, 8, 14, 20	5, 29	10
	Tidak mudah tergiur dengan promo yang di dapat	23, 26	11, 17	
Kontrol Pengambilan Keputusan	Mempunyai kemandirian dalam memutuskan keputusan	15, 24	6, 18, 30	10
	Mempunyai otonomi secara penuh akan keputusan yang diambil	3, 9, 21, 27	12	
Jumlah		30		

3. Skala Citra Diri

Variabel citra diri diukur menggunakan skala citra diri yang disusun oleh peneliti dengan menggunakan teori Jersild. Jersild menjelaskan bahwa citra diri adalah cara individu melihat dirinya dan cara individu menggambarkan dirinya sendiri (Fristy, 2015:5). Semakin tinggi skor citra diri, maka semakin positif citra diri individu. Skala ini digunakan untuk mengukur citra diri pada subjek melalui aspek, indikator, dan item yang padat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.5 *Blueprint* Citra Diri

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
Fisik (<i>perceptual component</i>)	Mampu menerima bentuk fisik	7	10, 22, 28	10
	Memiliki rasa percaya diri terhadap bentuk fisik yang dimilikinya.	1, 13, 19, 25	4, 16	
Psikis (<i>conceptual component</i>)	Mampu menerima kelebihan dan kekurangan yang dimiliki	2, 8, 14, 20, 26	5, 11, 17, 23, 29	10
Komponen Sosial	Mampu memahami dan	9	30	10

<i>(attitudional component)</i>	menerima status		
	Merima pandangan orang lain akan diri.	3, 15, 21, 27	6, 12, 18, 24
Jumlah		30	

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam mengukur variabel dalam penelitian dapat dikatakan baik apabila variabel tersebut valid dan reliabel (Zulkifli Matondang, 2009).

1. Validitas

Validitas diambil dari kata *validity* yang berarti kebenaran atau keabsahan. Validitas juga mempunyai arti sejauh mana kecermatan dan ketepatan sebuah alat ukur atau instrumen mampu mengukur apa yang hendak diukur. Validitas adalah suatu indeks yang menggambarkan alat ukur yang digunakan benar-benar sesuai fungsinya (Sugiyono, 2005).

Pengujian validitas aitem di dalam penelitian ini menggunakan *corrected aitem* yang mana total *correlation* tersebut dibantu dengan menggunakan program tematis yaitu *Statistic Product and Service Solution (SPSS)* dengan versi 26. Apabila koefisien korelasi $> 0,30$ maka aitem dianggap valid dan dianggap baik. Apabila total aitem yang gugur belum mewakili setiap aspek pada variabel, maka peneliti diperbolehkan untuk

menurunkan batas standar menjadi 0,25. Namun pada penelitian. Namun, tidak dianjurkan untuk menurunkan batas standar dibawah angka 0,20 (Azwar, 2012: 86).

Sehingga ditarik kesimpulan dalam menuntukan validitas alat ukur pada penelitian ini menggunakan, *index* total korelasi $> 0,30$, maka aitem dapat dinyatakan valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah bentuk indikator yang digunakan untuk membuktikan sejauh mana alat ukur bisa dipercaya ataupun diandalkan. Hal tersebut membuktikan konsistensi alat ukur tersebut apabila digunakan lebih dari dua kali atau lebih dengan hasil yang sama (Notoatmodjo, 2005). Pengukuran yang reliabel apabila menghasilkan hasil yang sama walaupun pengukurannya dilakukan berulang-ulang (Kandra, 2012).

Pengukuran dengan menggunakan alat ukur yang reliabel akan mendapatkan data dengan reliabilitas tinggi juga (Azwar, 2012: 111-112). Agar mendapat hasil perhitungan realibilitas tersebut harus menggunakan *software* atau alat bantu yang reliabel juga. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *software Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 26 dengan penggunaan rumus *Alpha Cronbach* sebagai pengukuran reliabilitas. Rumus *Alpha Cronbach* sangat sesuai digunakan pada

penelitian ini karena instrumen penelitian berbentuk skala (Priyatno, 2010: 98).

Pada pengujian reliabilitas, rumus tersebut menggunakan skala *Likert* (1 sampai 4) dalam pengujian reliabilitas menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 26. Pada *output Reability Statistic* terdapat pada kolom *Cronbach's Alpha* akan terlihat hasil perhitungan. Apabila nilai dari *Cronbach Alpha* 0,6 artinya alat tes tersebut dapat dinyatakan reliabel (Sugiyono, 2017: 168).

G. Hasil Uji Coba Alat Ukur

1. Validitas Alat Ukur

a. Perilaku Konsumtif

Pengujian alat ukur perilaku konsumtif menggunakan aitem yang berjumlah 30 butir. Responden dalam uji coba penelitian ini merupakan mahasiswi aktif jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang angkatan 2018 yang berjumlah 30 mahasiswi. Hasil pengukuran yang dilihat dari *Corrected Item-Total Correlation* terdapat 22 butir aitem yang dinyatakan valid dan 8 butir aitem yang dinyatakan gugur karena nilai $r \geq 0,3$. Adapun aitem yang gugur dalam skala perilaku konsumtif yaitu aitem nomor 4, 10, 11, 12, 13, 19, 25, 30.

Berikut merupakan skala perilaku konsumtif yang akan dijadikan alat ukur dalam penelitian ini:

3.6 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
Pembelian Impulsif (impulsive buying)	Pembelian tanpa adanya perencanaan	1	6	8
	Adanya dorongan untuk segera membeli atau melakukan transaksi	2, 3, 8	5, 7	
	Kurangnya mempertimbangkan dampak dari pembelian.	9		
Kurangnya mempertimbangkan dampak dari pembelian.	Perilaku pembelian yang dilakukan hanya untuk kesenangan dan emosi dibanding kebutuhan	16, 17, 18	20	6

	Hanya untuk sekedar penampilan, pengakuan, dan rasa bangga		14, 15	
Pemborosan (wasteful buying)	Tidak adanya skala prioritas	23, 27	21, 22	8
	Mengeluarkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas	24, 28	26, 29	
Jumlah			22	

b. Kontrol Diri

Pengujian alat ukur kontrol diri menggunakan aitem yang berjumlah 30 butir. Responden dalam uji coba penelitian ini merupakan mahasiswi aktif Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang jurusan Psikologi angkatan 2018 yang berjumlah 30 mahasiswi. Hasil pengukuran yang dilihat dari *Corrected Item-Total Correlation* terdapat 20 butir aitem yang dinyatakan valid dan 10 butir aitem yang dinyatakan gugur karena nilai $r \geq 0,3$. Adapun aitem yang gugur dalam skala perilaku konsumtif yaitu aitem nomor 5, 6, 8, 14, 15, 25, 26, 28, 29, 30.

Berikut merupakan skala perila konsumtif yang akan dijadikan alat ukur dalam penelitian ini:

3.7 Hasil Uji Validitas Skala Kontrol Diri

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
Kontrol Perilaku	Kemampuan individu menahan diri berbelanja di luar kebutuhan	1, 7, 13, 19	4, 10, 16, 22	8
Kontrol Kognitif	Kemampuan individu dalam memproses informasi secara jernih	2, 20		5
	Tidak mudah tergiur dengan promo yang di dapat	23	11, 17	
Kontrol Pengambilan Keputusan	Mempunyai kemandirian dalam memutuskan keputusan	24	18	7

Mempunyai otonomi secara penuh akan keputusan yang diambil	3, 9, 21, 27	12
Jumlah		20

c. Citra Diri

Pengujian alat ukur citra diri menggunakan aitem yang berjumlah 30 butir. Responden dalam uji coba penelitian ini merupakan mahasiswi aktif Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang jurusan Psikologi angkatan 2018 yang berjumlah 30 mahasiswi. Hasil pengukuran yang dilihat dari *Corrected Item-Total Correlation* terdapat 19 butir aitem yang dinyatakan valid dan 11 butir aitem yang dinyatakan gugur karena nilai $r \geq 0,275$. Adapun aitem yang gugur dalam skala perilaku konsumtif yaitu aitem nomor 1, 4, 5, 6, 9, 11, 12, 13, 24, 27, 30.

Berikut merupakan skala perilaku konsumtif yang akan dijadikan alat ukur dalam penelitian ini:

Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Coba Skala Citra Diri

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
Fisik (<i>perceptual component</i>)	Mampu menerima bentuk fisik	7	10, 22, 28	7
	Memiliki rasa percaya diri terhadap bentuk fisik yang dimilikinya.	19, 25	16	
Psikis (<i>conceptual component</i>)	Mampu menerima kelebihan dan kekurangan yang dimiliki	2, 8, 14, 20, 26	17, 23, 29	8
Komponen Sosial (<i>attitudinal component</i>)	Mampu memahami dan menerima status			4
	Merima pandangan orang lain akan diri.	3, 15, 21	18	
Jumlah		19		

2. Reliabilitas Alat Ukur

- a. Tabel perolehan reliabilitas skala perilaku konsumtif

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	22

b. Tabel perolehan reliabilitas skala kontrol diri

Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kontrol Diri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	20

c. Tabel perolehan reliabilitas skala citra diri

Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Diri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	19

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan alat ukur SPSS *versi 26* yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* dari skala perilaku konsumtif sebesar 0,886. *Cronbach's Alpha* skala kontrol diri sebesar 0,864 dan *Cronbach's Alpha* skala citra diri sebesar 0,897. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Penggunaan uji normalitas dengan tujuan untuk menentukan data distirbusi normal ataupun tidak normal dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 23 (Priyatno, 2010: 71). Dinyatakan normal apabila data distibusi dengan nilai sig. $> 0,05$ dan nilai sig. $< 0,05$ maka data tersebut dinyatakan berdisitribusi tidak normal (Priyatno 2010: 71). Apabila nilai probabilitasnya lebih dari 0,05 ($p > 0,05$) maka distribusi data dianggap normal, begitupun sebaliknya, apabila nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) maka distribusi data tidak normal.

b. Uji Linieritas

Pembuktian data linier dalam penelitian ini menggunakan uji linieritas data pada variabel untuk membuktikannya. Uji linieritas dilakukan untuk mencari persamaan garis regresi dari variabel *independen* terhadap variabel *dependen* (Priyatno, 2010:73). Tujuan utama pada uji linieritas untuk mengungkap nilai signifikansi pada dua variabel, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dinyatakan dua variabel tersebut memiliki hubungan yang linier (Priyatno 2010:73).

2. Uji Hipotesis (Analisis Akhir)

Uji hipotesis pertama dan kedua menggunakan yang akan digunakan adalah korelasi *Product Moment*, namun untuk menguji hipotesis ketiga menggunakan analisis korelasi berganda (*Multiple Correlation*). Menurut Sugiyono (2017: 241), rumus Korelasi *Product Moment* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefesien korelasi antar variabel x dan y

X = Skor total skala citra diri

Y = Skor total skala perilaku konsumtif

N = Jumlah sampel

Penggunaan korelasi *Product Moment* dengan acuan nilai signifikansi $< 0,05$ maka dinyatakan adanya korelasi, namun apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada korelasi (Sugiyono, 2013). Selanjutnta untuk analisi korelasi dapat ditentukan dengan melihat tabel *Model Summary* pada kolom *R*. Lalu output data pada tabel *Model Summary* akan menunjukkan nilai *r* hitung. Pedoman untuk melakukan interpretasi koefisien korelasi dengan *R* tabel pada rentang 0 sampai dengan 1 (Sugiyono, 2017: 242).

Tabel 3.12 Kriteria Koefisiensi Korelasi 1

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017 : 242)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek

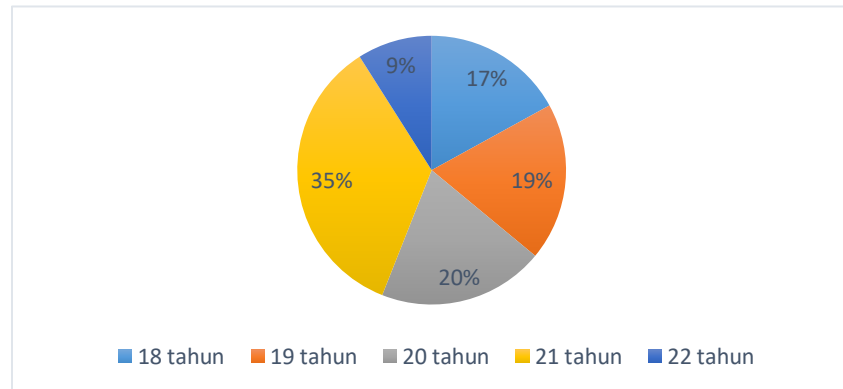
Subjek penelitian ini adalah mahasiswi aktif di jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan rentang usia 18-23 tahun dengan jumlah populasi 661 mahasiswi. Cara mencari jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menghasilkan 100 mahasiswi sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik yang digunakan untuk menentukan tujuan penelitian adalah:

- 1) Berusia 18-23 tahun.
- 2) Berjenis kelamin perempuan.
- 3) Mahasiswa aktif jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang angkatan 2022-2019.
- 4) Pengguna aktif aplikasi Shopee dengan pembelian minimal 1 kali dalam sebulan untuk keperluan pribadi.

Berikut kategorisasi jumlah subjek dalam penelitian ini:

a. Berdasarkan Usia

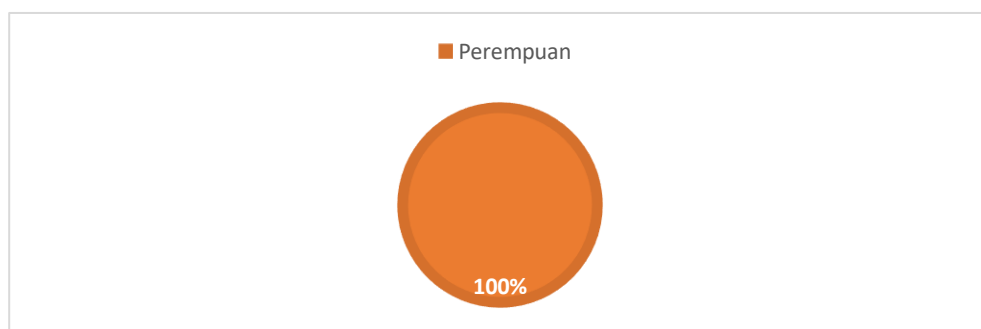
Berdasarkan usia, berikut persentase dari hasil pengisian dari penelitian yang telah dilakukan:

Gambar 4.1**Presentase Subjek Berdasarkan Usia**

Diketahui ada total 100 subjek penelitian dalam kategori usia dewasa awal (18-23 tahun) sebanyak 17% pada usia 18 tahun, 19% diusia 19 tahun, 20% di usia 20 tahun, 35% di usia 21 tahun, dan 9% di usia 22 tahun.

b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, berikut persentase dari pengisian subjek penelitian:

Gambar 4.2**Persentase Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin**

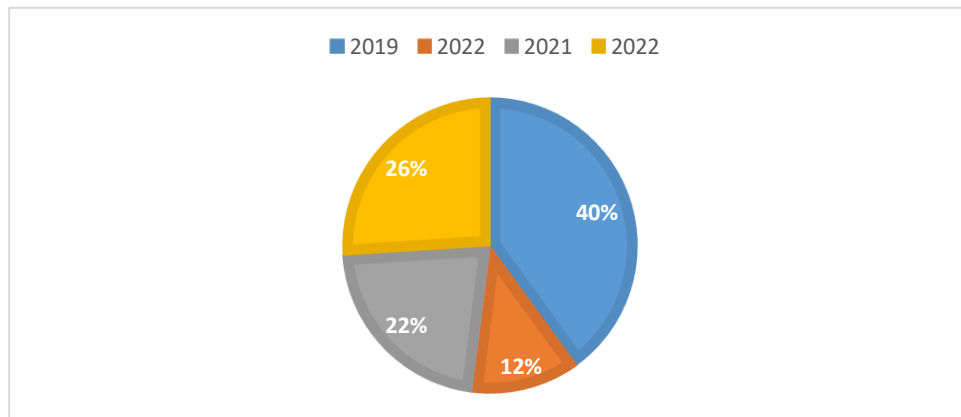
Diketahui sebanyak 100 orang (100%) subjek penelitian berjenis kelamin perempuan.

c. Berdasarkan angkatan

Berdasarkan golongan angkatan, berikut persentase dari pengisian subjek penelitian:

Gambar 4.3

Persentase Subjek Berdasarkan Angkatan



Diketahui ada total 100 subjek pada penelitian ini sebanyak 40% angkatan 2019, sebanyak 12% angkatan 2020, sebanyak 22% angkatan 2021, dan sebanyak 26% angkatan 2022.

2. Kategorisasi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini setiap variabel dikategorisasikan dengan menggunakan jumlah rata-rata dan skor deviasi untuk setiap variabelnya. Kategori yang digunakan yakni rendah, sedang, dan tinggi.

Tabel 4.1 Deskriptif Data**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumtif	100	25	64	44.27	8.767
Kontrol Diri	100	41	80	61.97	7.324
Citra Diri	100	40	75	53.95	6.508
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan data di atas, masing-masing variabel yakni variabel perilaku konsumtif dengan skor minimum 25, skor maximum 64, mean 44,27 dan standar deviasi 8,767. Pada variabel kontrol diri dengan skor minimum 41, skor maximum 80, mean 61,97 serta standar deviasi 7,324. Selanjutnya untuk variabel citra diri dengan nilai minimum 40, skor maximum 75, mean 53,95 dan standar deviasi 6,508. Sehingga dari hasil skor di atas, maka variabel-variabel pada penelitian ini dikategorikan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Tabel 4.2 Kategorisasi Skor Variabel Perilaku Konsumtif

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$	<35,50	Rendah
$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$	35,50-53,03	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1 \text{ SD}$	53,03 <	Tinggi

Dari rumus kategorisasi variabel perilaku konsumtif di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil kategorisasi perilaku konsumtif sebagai berikut:

Tabel 4.3 Distribusi Variabel Perilaku Konsumtif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	14	14.0	14.0	14.0
	Sedang	64	64.0	64.0	78.0
	Tinggi	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari kategorisasi di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki tingkat perilaku konsumtif dengan kategori tinggi sebanyak 22%, tingkat perilaku konsumtif sedang sebanyak 64% dan tingkat perilaku konsumtif rendah sebanyak 14%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki perilaku konsumtif kategori sedang.

Tabel 4.4 Kategorisasi Skor Variabel Kontrol Diri

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$	54,65	Rendah
$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$	54,65-69,29	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1 \text{ SD}$	69,29<	Tinggi

Dari rumus kategorisasi variabel perilaku konsumtif di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil kategorisasi perilaku konsumtif sebagai berikut:

Tabel 4.5 Distribusi Variabel Kontrol Diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	8	8.0	8.0	8.0
	Sedang	73	73.0	73.0	81.0
	Tinggi	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari kategorisasi di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswi jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki tingkat kontrol kategori tinggi sebanyak 19% tingkat kontrol diri sedang sebanyak 73% dan kontrol diri rendah sebanyak 8%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswi jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki kontrol diri kategori sedang.

Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel Citra Di

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$	47,44	Rendah
$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$	47,44-60,45	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1 \text{ SD}$	60,45<	Tinggi

Tabel 4.7 Distribusi Variabel Citra Diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	16	16.0	16.0	16.0
	Sedang	71	71.0	71.0	87.0
	Tinggi	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari kategorisasi di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswi jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki tingkat citra diri dengan kategori tinggi sebanyak 13% tingkat citra diri sedang sebanyak 71% dan citra diri rendah sebanyak 16%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswi jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki citra diri kategori sedang.

B. Uji Asumsi

1. Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.46644273
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.052
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov* terdapat nilai signifikansi (*Asymp. Sig*) sebesar 0,200. Berdasarkan tabel nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau $P > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual pada penelitian ini berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Linieritas

Tabel 4.9 Uji Linieritas Perilaku Konsumtif dengan Kntrol Diri

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	Between Groups	(Combined)	5524.173	26	212.468	7.437	.000
		Linearity	4623.296	1	4623.296	161.829	.000
		Deviation from Linearity	900.877	25	36.035	1.261	.220
	Within Groups		2085.537	73	28.569		
	Total		7609.710	99			

Berdasarkan tabel di atas, variabel dapat dinyatakan linier apabila nilai signifikansi (*linierity*) $< 0,05$ dan *deviation from linearity* $> 0,05$. Hubungan variabel perilaku konsumtif dengan variabel kontrol diri menghasilkan nilai signifikansi (*linearity*) sebesar $0,000 < 0,05$ atau $P < 0,05$ dan *deviation from linaryity* sebesar $0,220 > 0,05$. Dapat disimpulkan dari uji linearitas di atas bahwa hubungan antara variabel

perilaku konsumtif dan variabel kontrol diri memiliki hubungan yang linear.

Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas Perilaku Konsumtif dengan Citra Diri

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Citra Diri	Between Groups	(Combined)	3209.507	26	123.443	2.048	.009
		Linearity	764.755	1	764.755	12.687	.001
		Deviation from Linearity	2444.752	25	97.790	1.622	.058
	Within Groups		4400.203	73	60.277		
	Total		7609.710	99			

Berdasarkan tabel di atas, variabel dinyatakan linier jika nilai signifikansi (*linierity*) $<0,05$ dan *deviation from linearity* $>0,05$. Hubungan variabel perilaku konsumtif dengan variabel citra diri menghasilkan nilai signifikansi (*linearity*) sebesar $0,001 < 0,05$ atau $P < 0,05$ dan *deviation from linaryity* sebesar $0,58 > 0,05$ dapat disimpulkan dari uji linearitas di atas bahwa hubungan antara variabel perilaku konsumtif dan variabel citra diri memiliki hubungan yang linear.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi, maka tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product pearson* dengan bantuan *SPSS for*

windows untuk membuktikan ada tidaknya hubungan antara variabel. Pada penelitian ini memiliki variabel kontrol diri (X_1), citra diri (X_2) dan perilaku konsumtif (Y). Hipotesis pertama yang diajukan oleh peneliti adalah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Hipotesis kedua yaitu terdapat hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Berikut tabel hasil uji korelasi:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi Pearson
Hipotesis Pertama dan Kedua**

Correlations

		Kontrol Diri	Citra Diri	Perilaku Konsumtif
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	.475**	-.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Citra Diri	Pearson Correlation	.475**	1	-.317**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001
	N	100	100	100
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-.779**	-.317**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	
	N	100	100	100

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

1. Hipotesis Pertama

Digunakan analisis *product moment* untuk mencari koefisien korelasi pada variabel kontrol diri (X_1) dengan perilaku konsumtif (Y). Pada tabel diatas diketahui bahwa nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri pada mahasiswa aktif jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Sedangkan nilai *pearson corolation* sebesar $-0,779$ diketahui bahwa korelasi berarah negatif yang berarti semakin tinggi kontrol diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif dengan tingkat korelasi pada hubungan ini tergolong kuat menurut pendapat Sugiyono pada tabel nilai koefisien korelasi dalam rentang $0,60-0,799$ yang mempunyai hubungan yang kuat.

2. Hipotesis Kedua

Pada tabel di atas menunjukkan hasil analisis korelasi variabel citra diri (X_2) dan perilaku konsumtif (Y) yaitu dengan nilai sig sebesar $0,001 < 0,005$ yang berarti adanya hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan citra diri pada mahasiswa jurusan psikologi di Universitas Negeri Walisongo Semarang. Terdapat nilai *pearson corolation* sebesar $-0,317$ yang diketahui korelasinya berarah negatif, artinya bahwa semakin

mahasiswi memiliki citra diri yang positif maka semakin rendah perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin negatif citra dirimahasiswi maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswi. Pada nilai koefisien dapat dilihat pada tabel tingkat korelasi menurut Sugiyono pada tingkat korelasi pada hubungan rentang 0,20-0,399 yang mempunyai hubungan rendah.

3. Hipotesis Ketiga

Untuk mencari koefisien korelasi pada variabel kontrol diri (X_1) dan citra diri (X_2) dengan perilaku konsumtif (Y) analisis korelasi berganda. Hasil analisis disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi Berganda Hipotesis Ketiga

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.782 ^a	.611	.603	5.52251	.611	76.257	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), Citra Diri, Kontrol Diri

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai Sig. $0,000 < 0,05$, sehingga ditarik kesimpulan bahwa adanya hubungan yang signifikan secara bersama-sama antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Terdapat nilai R

sebesar 0,782 berarti tingkat kategori korelasi pada hipotesis ini tergolong kuat (Sugiyono). Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari uji hipotesis didapatkan nilai *Sig. (2-tailed)* antara kontrol diri dan perilaku konsumtif sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Terdapat nilai *pearson correlation* yang diketahui sebesar -0,779 yang berarti tingkat korelasi pada hipotesis pertama tergolong kuat, sehingga perilaku konsumtif dapat diukur dan diprediksi menggunakan faktor kontrol diri. Adanya arah hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif, hal ini dapat menggambarkan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif dan sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswi. Hasil kategori pada penelitian ini menunjukkan tingkat kontrol diri mahasiswi jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada kategori sedang sebanyak 73 mahasiswi (73%).

Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggreini & Mariyanti (2014) mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi yang menunjukkan nilai *pearson correlation* -0,304 dan sig sebesar $0,002 < (p < 0.05)$ yang menunjukkan bahwa terdapat arah hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Berarti semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswi tersebut. Hal ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya Aini (2016) mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi yang mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswi. Artinya semakin tinggi kontrol diri mahasiswi maka semakin rendah perilaku konsumtif.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswi yang melakukan pembelian suatu barang atau produk tanpa pertimbangan berpotensi akan berperilaku konsumtif seperti membeli barang yang hanya untuk memenuhi keinginan, membeli barang guna menjaga penampilan dan gengsi, membeli karena potongan harga dan karena bentuk yang menarik. Mahasiswi dengan pengendalian diri yang rendah biasanya tidak mampu mengolah informasi yang diterimanya, sulit mengendalikan emosinya sehingga mengarah pada perilaku konsumtif. Merbaum (Ghufron & Rini, 2010) Pengendalian diri adalah kemampuan individu untuk mengatur, mengatur, memimpin dan mengarahkan pada konsekuensi yang positif. Jika mahasiswi memiliki pengendalian diri yang

lemah, mereka tidak akan mampu mengendalikan perilaku mereka dengan cara yang dapat diterima oleh masyarakat.

Adapun hasil dari uji hipotesis didapatkan nilai *Sig. (2-tailed)* antara citra diri dan perilaku konsumtif sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis kedua dapat diterima yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Pada hubungan citra diri dengan perilaku konsumtif diperoleh koefisien korelasi sebesar $-0,317$ memiliki hubungan yang rendah menurut Sugiyono. Terdapat arah hubungan negatif, artinya semakin positif citra diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan begitu sebaliknya semakin negatif citra diri individu maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Hasil kategori pada penelitian ini menunjukkan tingkat kontrol diri mahasiswa jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada kategori sedang sebanyak 71 mahasiswa (71%).

Hal ini sejalan dengan penelitian Safitri (2016) mengenai hubungan antara citra diri dan perilaku konsumtif pada wanita dengan hasil analisis *pearson correlation* dengan nilai $-0,210$ yang menunjukkan adanya korelasi negatif antara citra diri dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi citra diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif dan semakin rendah citra diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif individu.

Brown (1998) mendefinisikan bahwa citra diri sebagai bentuk keinginan yang muncul yang ada pada diri individu. Wanita dengan citra diri yang negatif akan membeli barang-barang yang dapat menunjang dan mengekspresikan citra diri terbaiknya (Sears, Freedman, dan Peplau, 1991). Sependapat dengan hal itu Rasimi (dalam Hidayati, 2001) menyatakan bahwa individu yang menjadi konsumtif karena adanya perasaan rendah diri akibatnya individu cenderung membeli barang atau produk yang mempunyai arti simbolik untuk meningkatkan citra dirinya.

Selain itu lingkungan sosial juga menjadi aspek dari citra diri dalam berperilaku konsumtif. Individu selalu berusaha untuk diterima keberadaannya dan dihargai. Untuk itu individu selalu berusaha membuat dirinya untuk bisa menyesuaikan dan meningkatkandirinya sendiri salah satunya dalam hal penampilan. Dengan adanya keinginan penerimaan dari teman tersebut maka individu selalu berusaha memperbaiki citra diri, individu yang memiliki citra diri positif tentu lebih percaya dan menghargai dirinya.

Dari data analisis dengan menggunakan teknik analisis korelasi berganda untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif diperoleh dari uji hipotesis nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hipotesis ketiga diterima karena terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan nilai koefisien sebesar 0,789 hal ini mengartikan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki

hubungan yang kuat. Seseorang yang memiliki kontrol diri dan citra diri yang tinggi akan lebih bisa melawan keinginan untuk berbelanja (Chita, 2015). Artinya kontrol diri dan citra diri merupakan faktor yang bisa memprediksi perilaku konsumtif. Sedangkan pada penelitian terdahulu hanya mengkolerasikan atau menghubungkan salah satu dari faktor tersebut saja. Hasil yang diperoleh dari uji hipotesis dengan nilai R sebesar 0,782. Hal ini mengartikan bahwa terdapat hubungan yang tergolong kuat antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif.

Peneliti menemukan beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian karena penelitian ini dilakukan secara *online* dengan menyebarkan skala penelitian dalam bentuk *google form* melalui aplikasi *Whats App*, karena hal itu peneliti sulit untuk menjangkau dan mengamati subjek dalam pengisian skala penelitian karena tidak bertemu secara langsung, sehingga metode yang digunakan yaitu *accidental sampling* kurang cocok dipakai dalam pengambilan data secara *online* dan sebaik untuk kriteria dalam penyebaran skala lebih diperjelas lagi agar subjek yang mengisi skala sesuai dengan kriteria dan kebutuhan. Selain itu dalam memperluas cakupan pembahasan perilaku konsumtif bisa mengganti metode penelitian dengan menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui secara mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi berperilaku konsumtif dalam berbelanja di aplikasi Shopee. Peneliti selanjutnya bisa memilih *platform* lain selain aplikasi Shopee seperti Tokopedia, Lazada, dan Buka Lapak.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama diterima yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Terdapat nilai *pearson correlation* dalam kategori hubungan yang kuat dan arah hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kontrol diri pada mahasiswi maka semakin rendah perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri pada mahasiswi maka semakin tinggi kontrol diri mahasiswi.
2. Hipotesis kedua diterima yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Terdapat nilai *pearson correlation* dalam kategori hubungan yang rendah dan arah hubungan negatif yang signifikan antara citra diri dengan perilaku konsumtif. Hal ini menjelaskan bahwa semakin positif citra diri mahasiswi maka semakin

rendah perilaku konsumtif pada mahasiswi dan sebaliknya semakin negatif citra diri individu maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

3. Hipotesis ketiga diterima yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan citra diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Pada nilai koefisien memiliki hubungan yang kuat. Artinya kontrol diri dan citra diri merupakan faktor yang bisa memprediksi perilaku konsumtif.

B. Saran

Berlandaskan kesimpulan penelitian ini, peneliti mengajukan saran untuk penelitian berikutnya yakni:

1. Bagi subjek

Diharapkan kepada mahasiswi untuk bisa meningkatkan kontrol diri dan citra diri positif, sehingga mencegah meningkatnya perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswi jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti berikutnya mampu memberikan ide yang lebih luas guna beragamnya pembahasan terkait perilaku konsumtif dengan memakai variabel lain selain kontrol diri dan citra diri seperti motivasi, proses belajar, kepribadian, konsep diri, keadaan ekonomi,

kebudayaan, kelas sosial, keluarga, dan kelompok acuan. Serta Peneliti selanjutnya bisa memilih *platform* lain selain aplikasi Shopee seperti Tokopedia, Lazada, Tiktok Shop dan Buka Lapak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, R. D. (2016). Kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa universitas “X” di Yogyakarta (Doctoral dissertation, UII Yogyakarta).
- Aisa, A. U., Abraham, J., & Pramastyaningtyas, A. D. A. (2022). Pay it forward: Can perceived behavioral control to pass on scholarship aid be predicted by various narcissism?. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(2), 121-136.
- Ancok, D. (1995). Nuansa psikologi pembangunan. Diterbitkan oleh Yayasan Insan Kamil bekerjasama dengan Penerbit Pustaka Pelajar.
- Andarwati, I. (2016). Citra diri ditinjau dari intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram pada siswa kelas XI SMA N 9 Yogyakarta. *EJurnal bimbingan dan konseling Vol 3* : 1-12.
- Andarwati, M. (2019). Pembelajaran Sejarah Kontekstual , Kreatif, Menyenangkan di Kelas dengan “Power Director” bagi Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Sejarah Indonesia*, 2(1), 64–81.
- Anggarasari, R. E. (1997). Hubungan Tingkat Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi* , 15-19, Vol.2 No.4.
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 34.
- Asri, A. (2012). Pengaruh kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Babelan. *JPPP-Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 1(1), 197-202.
- Azwar. (2012). *Metode Penelitian: Yogyakarta*. Pustaka pelajar.
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2018). *Rancang Bangun Sistem Informasi Survey*
- Baumeister, R. F. (2013). Self-control, fluctuating will power, and forensic practice. *The Journal of Forensic Practice*, 15(2), 85–96.
- Bimo, Walgito. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi
- Brown, J.D. (1998). *The Self*. Boston : Mc Graw-Hill.
- Brown, J.D. (1998). *The self*. Massachusetts: Mc.Graw Hill Inc.
- Bukhori, B. (2012). Toleransi terhadap umat Kristiani ditinjau dari fundamentalisme agama dengan kontrol diri. Semarang: IAIN Walisongo Semarang.
- Chandra, Budiman., 2012. *Pengantar Kesehatan Lingkungan*. Jakarta: EGC.
- Chita, R.C.M., David, L., Pali, C. 2015. Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Univertas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik*. Vol 3. No 1. Hal 297-302.
- Chita, R.C.M., David, L., Pali, C. 2015. Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Univertas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik*. Vol 3. No 1. Hal 297-302.

- Dharmmesta Basu Swastha & Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE: Yogyakarta
- Emiliza, T. (2019). *Konsep Psikososial Menurut Teori Erik H. Erikson Terhadap Pendidikan Anak Usia Dini Dalam Tinjauan Pendidikan Islam Konsep Psikososial Menurut Teori Erik H. Erikson Terhadap Pendidikan Anak Usia Dini Dalam Tinjauan Pendidikan Islam (Doctoral dissertation, Iain Bengkulu)*.
- Ermawati, E., & Indriyati, E. P. (2011). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMP N 1 Piyungan. *Jurnal Spirits*, 2(1), 1-12
- Faried, L & Nashori, F. (2012). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Kecemasan Menghadapi Masa Pembebasan pada Narapidana Di Lembaga Pemasyarakatan Wirogunan Yogyakarta. *Jurnal Khazanah*, Vol. 5 No. 2 Januari 2012.
- Fatmawati, F. (2020). Motivasi Masyarakat Kota Makassar Melakukan Transaksi Melalui E-Commerce. *LAA MAISYIR: Jurnal Ekonomi Islam*, 74-85.
- Fitri, A.D. 2013. Penerapan Strategi Pengelolaan Diri (Self- Management) untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas X-11 SMAN 15 Surabaya. *UNESA Journal Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*.
- Fitria, A., & Sukma, D. (2013). Hubungan Antara Pengetahuan Tentang Menarche dengan Kecemasan Siswi. *Jurnal Ilmiah Konseling*, 2(1):202–207.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1-14.
- Frankel, J. P. & Wallen N. E. (2008). *How to Design and Evaluate Research in Education*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Fristy. (2012). *Citra Diri pada Remaja Putri yang Mengalami Kecenderungan Gangguan Body Dysmorphic*. (Skripsi). Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Ghufron M. Nur, Rini Risnawati S. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Ar Ruz Media: Yogyakarta
- Ghufron Nur M., dan S Risnawati Rini. (2012). *Teori- Teori Psikologi*, Ar-ruzz Media, Jogjakarta.
- Harnum, D. (2012). Hubungan antara teknik kontrol diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswi di Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Universitas Islam Negeri (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI) Maulana Malik Ibrahim Malang. Malang: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015, Juni). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, Vol 11, 6.
- Hidayah, R.W. 2015. *Perilaku Konsumtif dalam Membeli Produk Fashion pada Mahasiswa Putri di Surakarta*. Naskah Publikasi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hidayati, N. K. 2001. *Hubungan Antara Harga Diri dan Kolektivitas Dengan*
- Hurlock, E.B. (2004). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang*

- Hurlock, E.B. 1999. Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Alih bahasa: Istiwidayati & Soedjarwo. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock. (2002). Psikologi perkembangan, suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. Jakarta: Erlangga.
- Iprice Group. (2021, Februari 9). Peta E-Commerce Indonesia. Retrieved from Iprice.co.id: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Istiqal, A. H. (2019). Hubungan Kontrol Diri dengan Impulse Buying pada Mahasiswa. In Skripsi.
- Kaur, M. S. (2015). Women and Consumeirsm (Impulsive Buying). Indian Journal of Research 4 (3), 6-8 Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja
- Kiftiyah, L. M (2022). Pengaruh Regulasi Emosi dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Prodk Fashion Pada Mahasiswi.
- Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (1993). There's no place like our place! The marketing of cities, regions, and nations. *The Futurist*, 27(6), 14.
- Lama, D., & Cutler, H. C (2013). Cara Hidup Bahagia.
- Lina dan Rosyid,H.F. 1997. Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika* No.4, Tahun II, hal 5-13
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5-14.
- Matondang, Zulkifli. (2009). Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa PPS UNIMED*.6 (1), 87-97.
- Miranda, Sofia. 2017. Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Universitas Riau
- Murasmutia, A., Hardjajani, T., & Nugroho, A. A. (2011). Hubungan antara citra tubuh dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif terhadap pakaian pada mahasiswi fakultas hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal Penelitian Fakultas Kedokteran*, 211.
- Murasmutia, A., Hardjajani, T., & Nugroho, A. A. (2015). Hubungan antara citra tubuh dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif terhadap pakaian pada ahasiswi fakultas hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candrajiwa*, 4(1), 206-218.
- Murwanti, D. (2017). Pengaruh konsep diri, teman sebaya dan budaya kontemporer terhadap perilaku konsumtif siswa SMP Negeri 41 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 5, 40-41.
- Nababan, S. M. M., & Dewi, M. P. (2013). Citra Diri Pada Penderita Syringoma. *UG Jurnal*, 7(03).
- Nim, M. N. (2016). Fenomena Remaja Berprofesi sebagai Pedagang Asongan di Pelabuhan Suka Bangun Kecamatan Delta Pawan Kabupaten Ketapang. *SOCIOLOGIQUE, Jurnal Sosiologi*, 3(4).

- Ningrum, E. C., & Matulesy, A. (2018). Citra diri dan impulsive buying terhadap produk fashion pada dewasa awal. *Fenomena*, 27(1), 51–56. <https://doi.org/10.30996/fn.v27i1.1483>
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis perilaku konsumen dalam melakukan online shopping di kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 113-132.
- Notoatmodjo S. 2005. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurmala. S. (2007). Hubungan Antara Kematangan Ketergantungan Pemakaian Narkoba (tidak Beragama Kontrol Diri Pada Siswa Madrasah Labuhan Bilik. Skripsi (tidak diterbitkan). Medan: Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
- Nurmala. S. 2007. Hubungan antara kematangan beragama dengan Kontrol diri pada siswa madrasah labuhan bilik. Skripsi (tidak diterbitkan). Medan: Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan “X”. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 127078. Penerbit Alfabeta
- Priyanto, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom. Rentang Kehidupan. Edisi Kelima
- Riduwan dan Tita Lestari. 1997. *Dasar-dasar Statistika*. Edisi Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Rohman, J. (2019). Pengaruh Citra Diri (Citra diri) dan Konformitas Terhadap Perilaku Compulsive Buying pada Remaja. *Tazkiya Journal of Psychology*, 1(2).
- Safitri, R. V. I. (2020). Hubungan antara citra diri dan komformitas terhadap Perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata Songgoriti (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Maliki Ibrahim Malang).
- Sears, D.O.Freedman, J.L.Peplau, L.A. (1991). *Psikologi Sosial : Jilid 2*. Alih Bahasa : Michael Adryanto. Jakarta : Erlangga. (Edisi kelima).
- Soedjarwo). Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:
- Sulistyo, P. T. S., Sukamto. M. E., & Ibrahim, N. (2022). Social media pressure and the body dysmorphic disorder tendency in women: The mediating role of perfectionism. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(2), 137- 152.
- Yusuf, S. (2008). *Psikologi perkembangan anak dan remaja*. Bandung: PT. Remaja Rosdakary.

LAMPIRAN 1

Blueprint Penelitian Hubungan Kontrol Diri dan Citra Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

1) *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Favorabel	Unfavorabel
Pembelian Impulsif (impulsive buying)	Pembelian tanpa adanya perencanaan	1. Saya akan tetap membeli barang karena suka, meskipun pada awalnya tidak berniat membelinya	7. Barang atau produk tidak harus saya beli saat itu juga 6. Saya tidak mudah tergoda untuk membeli barang atau produk yang saya lihat secara spontan di aplikasi shopee
	Adanya dorongan untuk segera membeli atau melakukan transaksi	2. Setiap kali membuka aplikasi Shopee dan tertarik akan sebuah barang, saya langsung membelinya. 3. Saya segera membeli barang di shopee karena menginginkannya. 8. Ketika melihat barang yang saya suka dan limited edition di aplikasi shopee, saya harus	4. Saya tidak menyesali jika menunda pembelian suatu barang yang hanya ada sedikit stock/ persediannya di aplikasi shopee. 5. Walaupun saya menginginkan suatu barang atau produk di aplikasi shopee, saya bisa menahan untuk tidak membelinya. 7. Barang atau produk tidak harus

		membelinya saat itu juga	saya beli saat itu juga
	Kurangnya mempertimbangkan dampak dari pembelian.	9. Ketika melakukan pembelian barang saya	10. Saya tidak terburu-buru dalam membeli suatu barang atau produk
Pembelian yang tidak rasional (non rational buying)	Perilaku pembelian yang dilakukan hanya untuk kesenangan dan emosi dibanding kebutuhan	16. Saya membeli suatu barang atau produk hanya untuk mengoleksinya saja 17. Saya merasa senang jika membeli barang atau produk meskipun bukan kebutuhan primer 18. Saya senang membeli barang yang sedang <i>trend</i> saat ini di aplikasi shopee	19. Saya hanya membeli barang atau produk di aplikasi shopee berbadasarkan kebutuhan 20. Saya lebih mementingkan terpenuhi kebutuhan sehari-hari dibandingkan penampilan luar
	Hanya untuk sekedar penampilan, pengakuan, dan rasa bangga	11. Saya membeli barang atau produk yang diminati banyak orang karena takut dikatakan tidak <i>up to date</i> . 12. Saya bangga ketika bisa <i>checkout</i> di aplikasi Shopee	13. Bagi saya, tidak terlalu perlu membeli barang atau produk di aplikasi shopee hanya ntuk dikatakan <i>up to date</i> 14. Saya tidak malu dan minder jika tidak membeli barang yang banyak diminati dan sedang laris di aplikasi shopee

			15. Saya merasa <i>trend</i> bukanlah segalanya, sehingga saya tidak perlu membeli barang yang sedang tren di aplikasi shopee
Pemborosan (wasteful buying)	Tidak adanya skala prioritas	23. Saya tidak segan-segan membeli barang atau produk yang saya inginkan, meskipun uang saya terbatas 27. Saya sering membeli produk atau barang di luar daftar belanja saya	21. Saya lebih mengutamakan menabung dibanding membeli barang atau produk yang sedang <i>trend</i> 22. Sebelum berbelanja saya selalu membuat daftar belanja sesuai skala prioritas 30. Saya tidak harus membeli barang yang sedang promo di aplikasi shopee
	Mengeluarkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas	24. Meskipun sudah memiliki barang yang serupa, saya tetap membeli barang yang sama karena ingin 25. Bagi saya menghabiskan uang untuk membeli barang atau produk di aplikasi shopee	26. Saya tidak suka membeli barang yang tidak dibutuhkan di aplikasi shopee karena dapat menghabiskan uang 29. Saya memperhitungkan jumlah uang yang keluar untuk membeli produk

		adalah hal yang wajar 28. Saya cenderung tidak perhitungan dalam menggunakan uang untuk membeli barang atau produk yang saya sukai di aplikasi shopee	atau barang di aplikasi shopee
--	--	--	--------------------------------

2) *Blueprint* Skala Kontrol Diri

Aspek	Indikator	Favorabel	Unfavorabel
Kontrol Perilaku	Kemampuan individu menahan diri berbelanja di luar kebutuhan	1. Saya bisa menahan diri untuk tidak membeli barang atau produk yang tidak benar-benar saya butuhkan 7. Meskipun ada promo yang menarik di aplikasi Shopee, saya tidak akan membeli jika tidak dibutuhkan 13. Saya mampu menahan diri saat mendengar adanya diskon di aplikasi shopee 19. Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli barang atau produk yang sedang <i>trend</i>	4. Saya kesulitan dalam mengurangi kebiasaan berbelanja di aplikasi Shopee 10. Saya sulit menahan diri saat mendapat notifikasi diskon yang ada shopee dan langsung melakukan <i>checkout</i> 16. Saya sulit menahan diri untuk tidak membeli barang atau produk yang sedang <i>trend</i> 22. Saya selalu mengisi Shopee Pay agar dapat langsung <i>checkout</i>
	Membuat skala prioritas	25. Saya membuat daftar belanja agar terhindar membeli barang atau produk yang tidak dibutuhkan	28. Meskipun sudah membuat daftar kebutuhan saya selalu membeli barang atau produk di luar kebutuhan
Kontrol Kognitif	Kemampuan individu dalam memproses informasi secara jernih	2. Saya selalu mempertimbangkan kegunaan dari produk atau barang sebelum membelinya	5. Sebelum membeli saya tidak membandingkan harga diberbagai aplikasi dan langsung

		<p>8. Saya mampu memilah informasi yang baik dan buruk</p> <p>14. Sebelum membuat keputusan, saya selalu mempertimbangkan beragam informasi</p> <p>20. Saya yakin jika berbelanja yang berlebihan dapat merugikan diri saya</p>	<p>membeli di aplikasi shopee</p> <p>29. Saya merasa sangat fashionable saat membeli produk yang ada di aplikasi shopee</p>
	<p>Tidak mudah tergiur dengan promo yang di dapat</p>	<p>26. Potongan harga bukanlah segalanya bagi saya</p> <p>23. Meskipun banyak promo yang ditawarkan oleh aplikasi shopee saya tetap tidak akan tergiur</p>	<p>11. Saya mudah terbuju iklan-iklan promosi yang muncul di media sosial</p> <p>17. Informasi diskon membuat saya senang dan tergoda</p>
<p>Kontrol Pengambilan Keputusan</p>	<p>Mempunyai kemandirian dalam memutuskan keputusan</p>	<p>15. Sebelum membeli produk saya tidak perlu saran teman</p> <p>24. Saya mengambil keputusan berbelanja berdasarkan diri saya sendiri</p>	<p>6. Saya masih memerlukan pendapat orang lain dalam mengambil keputusan saat akan membeli suatu barang atau produk</p> <p>18. Saya mengikuti perkataan teman saya jika ingin melakukan sesuatu</p> <p>30. Saya selalu mempercayakan usulan orang tua</p>

			saat memutuskan apa yang hendak saya beli
	Mempunyai otonomi secara penuh akan keputusan yang diambil	3. Saya yakin dengan keputusan saya saat berbelanja 9. Saya selalu mempertimbangkan akibat sebelum saya berbelanja di aplikasi Shopee 21. Saya berfikir dengan matang saat ingin membeli suatu barang atau produk 27. Menentukan jalan yang akan saya ambil adalah sepenuhnya milik saya	12. Saya mengambil keputusan tanpa pertimbangan yang matang saat akan berbelanja

3) *Blueprint* Skala Citra Diri

Aspek	Indikator	Favorabel	Unfavorabel
Fisik (<i>perceptual component</i>)	Mampu menerima bentuk fisik	7. Menurut saya tubuh saya sudah ideal	10. Saya merasa insecure terhadap bentuk fisik saya 22. Saya menginginkan bentuk tubuh seperti artis-artis sosial media 28. Saya tertekan dengan bentuk tubuh saya saat ini
	Memiliki rasa percaya diri terhadap bentuk fisik yang dimilikinya.	1. Saya memandang diri saya sempurna 13. Saya menyukai setiap penampilan saya 19. Setiap bercermin saya selalu memuji diri saya 25. Saya yakin penampilan saya menarik	4. Diri saya jauh dari kata sempurna 16. Bentuk wajah dan tubuh saya kurang menarik jika dibandingkan dengan teman saya
Psikis (<i>conceptual component</i>)	Mampu menerima kelebihan dan kekurangan yang dimiliki	2. Saya mampu dalam menunjukkan kemampuan yang ada pada diri saya 8. Saya mampu menunjukkan dan mengembangkan kelebihan yang saya punya 14. Saya menerima sepenuhnya akan kelebihan yang saya miliki	5. Saya kurang menampilkan kelebihan saya kepada orang lain 11. Saya merasa terbebani akan kelebihan yang saya miliki 17. Saya malu akan kelebihan yang ada pada diri saya 23. Saya membenci

		20. Saya selalu menerima kekurangan yang ada pada diri saya 26. Saya yakin kekurangan yang saya miliki bukanlah penghalang dalam berpenampilan	kekurangan yang saya miliki 29. Saya malu dengan kekurangan yang saya miliki
Komponen Sosial (<i>attitudional component</i>)	Mampu memahami dan menerima status	9. Saya menyukai julukan “ <i>Fasionable</i> ” yang diberikan orang lain kepada saya	30. Saya tidak menyukai setiap kali juluki “ <i>Fasionable</i> ” meskipun saya suka berbelanja barang dan produk yang sedang trend
	Merima pandangan orang lain akan diri.	3. Saya mampu menerima kritik dan saran dengan lapang dada 15. Saya meyakini bahwa orang lain menyukai saya 21. Meskipun ada yang tidak suka kepada saya, saya akan tetap menerima hal itu karena itu sangat wajar 27. Meskipun orang lain menilai fashion saya tidak update, saya tetap menerima kritiknya	6. Saya merasa tidak senang ketika ada yang memberi kritik pada saya 12. Saya mudah tersinggung jika dikritik orang lain 18. Saya sulit menerima pendapat orang lain 24. Ketika saya dipuji, saya tidak percaya akan pujian yang diberikan

LAMPIRAN 2

SKALA PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan Saya Nina Kurnia Sari, mahasiswi Psikologi (S1) Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir (skripsi). Perkenalkan saya meminta bantuan Anda untuk menjadi partisipan penelitian dalam rangka keperluan kelengkapan data penelitian.

Adapun kriteria partisipan penelitian sebagai berikut:

1. Berusia 18-23 tahun
2. Berjenis kelamin perempuan
3. Mahasiswi aktif jurusan psikologi di Universitas Islam Negeri Walisongo angkatan 2019-2022
4. Pengguna aktif aplikasi Shopee dengan pembelian minimal 1 kali dalam sebulan untuk keperluan pribadi

Berikut beberapa hal yang dapat diperhatikan dalam pengisian penelitian ini, yaitu:

1. Seluruh identitas dan jawaban dari Anda akan kami jaga dengan penuh kerahasiaan sesuai dengan kode etik penelitian.
2. Dalam penelitian ini, tidak ada jawaban benar atau salah

3. Keterbukaan dan kesungguhan Anda sangat diharapkan demi kualitas penelitian ini

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah dengan teliti sebelum mengisi pernyataan yang tersedia
2. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan diri Anda
3. Silahkan Anda mengisi pernyataan-pernyataan dengan ketentuan

Opsi 1: Sangat Sesuai (SS)

Opsi 2: Sesuai (S)

Opsi 3: Tidak Sesuai (TS)

Opsi 4: Sangat Tidak Sesuai (STS)

4. Tidak ada jawaban yang benar ataupun salah

Saya ucapkan terima kasih atas kesediaan dan partisipasi Anda telah mengisi skala penelitian ini. Setiap jawaban yang Anda berikan merupakan bentuk kontribusi yang sangat penting bagi penelitian ini.

Apabila terdapat pertanyaan terkait penelitian ini, Anda dapat menghubungi:

Email: kurniasarinina163@gmail.com atau melalui

WhatsApp: 085836124953

Wassalamualaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya

Nina Kurnia Sari

Skala 1

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya akan tetap membeli barang karena suka, meskipun pada awalnya tidak berniat membelinya				
2.	Setiap kali membuka aplikasi Shopee dan tertarik akan sebuah barang, saya langsung membelinya				
3.	Saya segera membeli barang di shopee karena menginginkannya				
4.	Walaupun saya menginginkan suatu barang atau produk di aplikasi shopee, saya bisa menahan untuk tidak membelinya				
5.	Saya tidak mudah tergoda untuk membeli barang atau produk yang saya lihat secara spontan di aplikasi shopee				
6.	Barang atau produk yang saya lihat di aplikasi Shopee tidak harus saya beli saat itu juga				
7.	Ketika melihat barang yang saya suka dan limited edition di aplikasi shopee, saya harus membelinya saat itu juga				
8.	Saya membeli barang atau produk di aplikasi shopee karena saya tiba-tiba tertarik				
9.	Saya tidak malu dan minder jika tidak membeli barang yang banyak diminati dan sedang laris di aplikasi shopee				
10.	Saya merasa trend bukanlah segalanya, sehingga saya tidak perlu membeli barang yang sedang tren di aplikasi shopee				
11.	Saya membeli suatu barang atau produk hanya untuk mengoleksinya saja				
12.	Saya merasa senang jika membeli barang atau produk meskipun bukan kebutuhan primer				
13.	Saya senang membeli barang yang sedang trend saat ini di aplikasi shopee				
14.	Saya lebih mementingkan terpenuhi kebutuhan sehari-hari dibandingkan penampilan luar				
15.	Saya lebih mengutamakan menabung dibanding membeli barang atau produk yang sedang trend				

16.	Sebelum berbelanja saya selalu membuat daftar belanja sesuai skala prioritas				
17.	Saya tidak segan-segan membeli barang atau produk yang saya inginkan, meskipun uang saya terbatas				
18.	Meskipun sudah memiliki barang yang serupa, saya tetap membeli barang yang sama karena ingin				
19.	Saya tidak suka membeli barang yang tidak dibutuhkan di aplikasi shopee karena dapat menghabiskan uang				
20.	Saya sering membeli produk atau barang di luar daftar belanja saya				
21.	Saya cenderung tidak perhitungan dalam menggunakan uang untuk membeli barang atau produk yang saya sukai di aplikasi shopee				
22.	Saya memperhitungkan jumlah uang yang keluar untuk membeli produk atau barang di aplikasi shopee				

No.	Pernyataan	S	SS	TS	STS
1.	Saya bisa menahan diri untuk tidak membeli barang atau produk yang tidak benar-benar saya butuhkan				
2.	Saya selalu mempertimbangkan kegunaan dari produk atau barang sebelum membelinya				
3.	Saya yakin dengan keputusan saya saat berbelanja				
4.	Saya kesulitan dalam mengurangi kebiasaan berbelanja di aplikasi Shopee				
5.	Meskipun ada promo yang menarik di aplikasi Shopee, saya tidak akan membeli jika tidak dibutuhkan				
6.	Saya selalu mempertimbangkan akibat sebelum saya berbelanja di aplikasi Shopee				
7.	Saya sulit menahan diri saat mendapat notifikasi diskon yang ada shopee dan langsung melakukan checkout				
8.	Saya mudah terbujuk iklan-iklan promosi yang muncul di media sosial				
9.	Saya mengambil keputusan tanpa pertimbangan yang matang saat akan berbelanja				
10.	Saya mampu menahan diri saat mendengar adanya diskon di aplikasi shopee				
11.	Saya sulit menahan diri untuk tidak membeli barang atau produk yang sedang trend				
12.	Informasi diskon membuat saya senang dan tergoda				
13.	Saya mengikuti perkataan teman saya jika ingin melakukan sesuatu				
14.	Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli barang atau produk yang sedang trend				
15.	Saya yakin jika berbelanja yang berlebihan dapat merugikan diri saya				
16.	Saya berfikir dengan matang saat ingin membeli suatu barang atau produk				

17.	Saya selalu mengisi Shopee Pay agar dapat langsung checkout				
18.	Meskipun banyak promo yang ditawarkan oleh aplikasi shopee saya tetap tidak akan tergiur				
19.	Saya mengambil keputusan berbelanja berdasarkan diri saya sendiri				
20.	Menentukan jalan yang akan saya ambil adalah sepenuhnya milik saya				

Skala 2

Skala 3

No.	Pernyataan	S	SS	TS	STS
1.	Saya mampu dalam menunjukkan kemampuan yang ada pada diri saya				
2.	Saya mampu menerima kritik dan saran dengan lapang dada				
3.	Menurut saya tubuh saya sudah ideal				
4.	Saya mampu menunjukkan dan mengembangkan kelebihan yang saya punya				
5.	Saya merasa insecure terhadap bentuk fisik saya				
6.	Saya menerima sepenuhnya akan kelebihan yang saya miliki				
7.	Saya meyakini bahwa orang lain menyukai saya				
8.	Bentuk wajah dan tubuh saya kurang menarik jika dibandingkan dengan teman saya				
9.	Saya malu akan kelebihan yang ada pada diri saya				
10.	Saya sulit menerima pendapat orang lain				
11.	Setiap bercermin saya selalu memuji diri saya				
12.	Saya selalu menerima kekurangan yang ada pada diri saya				
13.	Meskipun ada yang tidak suka kepada saya, saya akan tetap menerima hal itu karena itu sangat wajar				
14.	Saya menginginkan bentuk tubuh seperti artis-artis sosial media				
15.	Saya membenci kekurangan yang saya miliki				
16.	Saya yakin penampilan saya menarik				
17.	Saya yakin kekurangan yang saya miliki bukanlah penghalang dalam berpenampilan				
18.	Saya tertekan dengan bentuk tubuh saya saat ini				
19.	Saya malu dengan kekurangan yang saya miliki				

LAMPIRAN 3
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Total Skor Subjek Penelitian

Subjek	Perilaku Konsumtif (Y)	Kontrol Diri (X₁)	Citra Diri (X₂)
1	44	60	53
2	53	55	46
3	39	65	55
4	45	65	61
5	44	60	55
6	52	57	58
7	27	74	68
8	52	53	50
9	37	66	47
10	49	58	57
11	53	60	49
12	36	73	43
13	56	55	57
14	54	69	55
15	52	58	47
16	53	58	57
17	42	64	70
18	58	64	59
19	50	57	53
20	46	62	54
21	41	61	57
22	50	65	59
23	47	58	49
24	53	52	49
25	41	59	50
26	48	57	40
27	56	57	66
28	53	58	52

29	35	74	53
30	37	64	56
31	55	56	51
32	37	59	55
33	44	59	57
34	38	66	59
35	47	61	59
36	42	65	55
37	45	66	54
38	26	80	75
39	44	58	50
40	54	60	56
41	39	66	55
42	51	51	53
43	29	68	63
44	28	75	57
45	39	73	53
46	41	68	53
47	48	57	46
48	44	59	54
49	37	64	50
50	46	57	48
51	40	69	54
52	49	61	55
53	40	60	55
54	25	80	65
55	44	62	55
56	45	59	43
57	41	71	62
58	57	58	48
59	64	41	49
60	38	64	57
61	44	55	53
62	35	76	70
63	48	58	44
64	36	63	50
65	37	73	65
66	51	56	49

67	45	60	50
68	56	51	47
69	32	68	48
70	43	58	51
71	40	61	50
72	40	62	58
73	36	65	58
74	42	64	45
75	27	72	55
76	44	59	50
77	34	71	52
78	40	60	48
79	53	59	59
80	31	72	65
81	51	59	45
82	58	69	66
83	38	59	55
84	54	46	60
85	44	60	57
86	45	60	55
87	44	60	57
88	40	65	54
89	36	60	45
90	64	46	51
91	54	58	52
92	35	73	62
93	47	68	51
94	38	63	60
95	34	70	52
96	54	60	50
97	29	73	50
98	57	55	44
99	47	58	46
100	64	41	45

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Variabel Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	22

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aitem1	42.4000	60.938	.603	.877
Aitem2	42.9667	62.033	.603	.877
Aitem3	42.4333	63.633	.447	.882
Aitem4	43.1000	65.334	.353	.885
Aitem5	43.1667	62.144	.645	.876
Aitem6	43.5333	64.257	.601	.878
Aitem7	43.2000	65.752	.374	.884
Aitem8	42.6667	63.264	.601	.878
Aitem9	43.2667	65.720	.280	.887
Aitem10	43.5667	65.564	.455	.882
Aitem11	42.9333	66.202	.321	.885
Aitem12	42.6000	63.076	.562	.878
Aitem13	42.8000	63.476	.570	.878
Aitem14	43.3667	64.654	.472	.881
Aitem15	43.0667	65.582	.468	.881
Aitem16	43.0333	65.206	.431	.882
Aitem17	43.0333	64.309	.521	.880
Aitem18	43.2667	66.685	.296	.885
Aitem19	42.9000	64.576	.395	.884
Aitem20	42.5667	61.771	.679	.875
Aitem21	42.7333	63.995	.545	.879
Aitem22	43.1000	64.714	.407	.883

b. Variabel Kontrol Diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aitem1	58.2333	39.564	.413	.860
Aitem2	58.2000	40.648	.351	.862
Aitem3	58.4000	40.386	.424	.860
Aitem4	58.8333	37.937	.601	.852
Aitem5	58.2667	37.926	.590	.853
Aitem6	58.4000	39.766	.453	.858
Aitem7	58.4333	35.564	.747	.845
Aitem8	58.5000	36.810	.556	.854
Aitem9	58.7333	38.754	.350	.864
Aitem10	58.2667	39.582	.560	.856
Aitem11	58.6667	39.402	.491	.857
Aitem12	59.0667	38.616	.433	.859
Aitem13	58.7000	39.803	.409	.860
Aitem14	58.3667	40.378	.491	.858
Aitem15	58.1000	40.645	.337	.862
Aitem16	58.3000	41.252	.233	.865
Aitem17	58.8667	37.223	.505	.857
Aitem18	58.6333	38.585	.468	.858
Aitem19	58.5000	40.741	.372	.861
Aitem20	58.3000	39.597	.428	.859

c. Variabel Citra Diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0

Total	30	100.0
-------	----	-------

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	19

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aitem1	52.1667	49.868	.447	.894
Aitem2	51.7667	51.220	.284	.898
Aitem3	52.5667	49.978	.305	.898
Aitem4	52.2667	49.375	.418	.895
Aitem5	52.4000	46.800	.598	.890
Aitem6	51.6667	48.644	.604	.890
Aitem7	52.1667	50.282	.296	.898
Aitem8	52.5000	47.362	.469	.895
Aitem9	51.9000	47.128	.687	.887
Aitem10	51.8667	49.085	.541	.892
Aitem11	52.2333	49.633	.321	.898
Aitem12	51.7333	47.444	.653	.888
Aitem13	51.6667	48.506	.624	.890
Aitem14	52.4000	48.248	.385	.898
Aitem15	51.8667	47.292	.637	.889
Aitem16	52.0333	47.137	.695	.887
Aitem17	51.8000	46.372	.763	.885
Aitem18	51.9000	44.024	.759	.883
Aitem19	51.9000	45.817	.717	.886

LAMPIRAN 4

DESKRIPTIF DATA

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P.Konsumtif	100	25	64	44.27	8.767
Kontrol.Diri	100	41	80	61.97	7.324
Citra.Diri	100	40	75	53.95	6.508
Valid N (listwise)	100				

a) Perhitungan Kategoryasi Skor Perilaku Konsumtif

		Kategori			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	14	14.0	14.0	14.0
	Sedang	64	64.0	64.0	78.0
	Tinggi	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Xmax : 64

Xmin : 25

Mean : 44.27

SD : 8.767

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$	<35,50	Rendah
$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$	35,50-53,03	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1 \text{ SD}$	53,03<	Tinggi

b) Perhitungan Kategori Skor Kontrol Diri

		Kategori			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Rendah	8	8.0	8.0	8.0
	Sedang	73	73.0	73.0	81.0
	Tinggi	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Xmax : 80

Xmin : 41

Mean : 61,97

SD : 7,324

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$	54,65	Rendah
$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$	54,65-69,29	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1 \text{ SD}$	69,29 <	Tinggi

c) Perhitungan Kategori Skor Citra Diri

		Kategori			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Rendah	16	16.0	16.0	16.0
	Sedang	71	71.0	71.0	87.0
	Tinggi	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Xmax : 75

Xmin : 40

Mean : 53,95

SD : 6,508

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$	47,44	Rendah
$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$	47,44-60,45	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1 \text{ SD}$	60,45 <	Tinggi

LAMPIRAN 5

Hasil Uji Asumsi dan Hipotesis

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.46644273
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.052
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Linearitas

a. Hasil Uji Linearitas Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	Between Groups	(Combined)	5524.173	26	212.468	7.437	.000
		Linearity	4623.296	1	4623.296	161.829	.000
		Deviation from Linearity	900.877	25	36.035	1.261	.220
	Within Groups		2085.537	73	28.569		
Total			7609.710	99			

b. Hasil Uji Linearitas Perilaku Konsumtif dengan Citra Diri

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Citra Diri	Between Groups	(Combined)	3209.507	26	123.443	2.048	.009
		Linearity	764.755	1	764.755	12.687	.001
		Deviation from Linearity	2444.752	25	97.790	1.622	.058
	Within Groups	4400.203	73	60.277			
	Total	7609.710	99				

3. Uji Hipotesis

a. Pertama dan Kedua

Correlations

		Kontrol Diri	Citra Diri	Perilaku Konsumtif
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	.475**	-.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Citra Diri	Pearson Correlation	.475**	1	-.317**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001
	N	100	100	100
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-.779**	-.317**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	
	N	100	100	100

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

b. Hipotesis Ketiga

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.782 ^a	.611	.603	5.52251	.611	76.257	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), Citra Diri, Kontrol Diri

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Identitas Diri

- a. Nama: Nina Kurnia Sari
- b. Tempat & Tgl Lahir: Dumai, 03 November 2000
- c. Alamat: JL. Rambutan Gg. Muslim, Kec. Bagan Keladi Kota Dumai
- d. Email: kurniasarinina163@gmail.com
- e. LinkedIn:Nina Kurnia Sari

2. Riwayat Pendidikan

- a. TK Prayudhakarta Kota Dumai (2010-2011)
- b. SDN 013 Buluh Kasap Dumai Timur (2011-2015)
- c. SMPN 01 Kota Dumai (2015-2017)
- d. SMAN Binaan Khusus Kota Dumai (2017-2019)

3. Pengalaman Organisasi, Magang dan Kepanitiaan

1. Pengalaman Organisasi

- a. Koordinator Divisi Pengabdian Masyarakat Unit Kegiatan Mahasiswa Kelompok Peduli Sosial dan Remaja
- b. Divisi Penelitian dan Pengembangan di Ikatan Mahasiswa Muslim Psikologi Regional 3 (Jawa Tengah)
- c. Divisi Kaderasi di Himpunan Mahasiswa Jurusan Psikologi 2021

2. Pengalaman Magang

- a. *Peer Counselor* di *Walisongo Health Professional Development Center*

3. Pengalaman Kepanitiaan

- a. Ketua Pelaksanaan Lomba Konten Edukasi “Mental Healt” yang diadakan oleh HMJ Psikologi 2021”
- b. Ketua Pelaksana “Open Donasi Melawan Covid” yang diadakan leh UKM-F KPSR 2019
- c. Pemateri “Trauma Healing” yang diadakan oleh UKM-F KPSR
- d. Sie Acara “Rakerwil ILMPI Regional 3” yang diadakan oleh ILMPI