

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM MEMBELI IPHONE PADA MAHASISWA UIN WALISONGO
SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Strata Satu
Psikologi (S.Psi)



**Diajukan Oleh:
Selfino Reynald Baharudin
NIM : 1907016155**

**FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2024**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN

Jalan Prof Dr. Hamka Km.1 Kampus II Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PAERILAKU
KONSUMTIF DALAM MEMBELI IPHONE PADA MAHASISWA UIN
WALISONGO SEMARANG
Nama : Selfino Reynald Baharudin
NIM : 1907016155
Jurusan : Psikologi

Telah diujikan dalam sidang munaqosah oleh dewan penguji Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN
Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Psikologi.
Semarang, 2 Januari 2025

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Wening Wihartati, S.Psi.,M.Si.
NIP. 197711022006042004

Penguji II

Lainatul Mudzkiyyah, S. Psi. M.Psi. Psikolog
NIP. 198805032023212036

Penguji III

Khairani Zikrinawati, M.A.
NIP. 199201012019032036

Penguji IV

Lucky Ade Sessani
NIP. 198512022019032010

Pembimbing I

Lainatul Mudzkiyyah, S. Psi. M.Psi. Psikolog
NIP. 198805032023212036

Pembimbing II

Wening Wihartati, S.Psi.,M.Si.
NIP. 197711022006042004

NOTA PEMBIMBING 1



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.

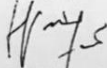
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM MEMBELI IPHONE PADA MAHASISWA UIN
WALISONGO SEMARANG
Nama : Selfino Reynald Baharudin
NIM : 1907016155
Jurusan : Psikologi

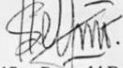
Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing I,


Wening Wihartati, S. Psi., M. Psi.
NIP. 197711022006042004

Semarang, 13 Desember 2024
Yang bersangkutan


Selfino Reynald Baharudin
NIM. 1907016155

NOTA PEMBIMBING 2



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.

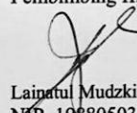
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM MEMBELI IPHONE PADA MAHASISWA UIN
WALISONGO SEMARANG
Nama : Selfino Reynald Baharudin
NIM : 1907016155
Jurusan : Psikologi

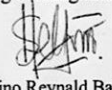
Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing II,


Lainatul Mudzkiyyah, S. Psi., M. Psi., Psikolog
NIP. 198805032023212036

Semarang, 13 Desember 2024
Yang bersangkutan


Selfino Reynald Baharudin
NIM. 1907016155

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selfino Reynald Baharudin

NIM : 1907016155

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM MEMBELI IPHONE PADA MAHASISWA UIN
WALISONGO SEMARANG”

Secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 22 Desember 2024

Pembuat Pernyataan

Selfino Reynald Baharudin
NIM. 1907016155.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Rasa syukur peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan inayah yang diberikan kepada peneliti, sehingga skripsi yang berjudul “Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Iphone Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang” dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Penelitian ini tentu tidak akan berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, karena terdapat rintangan dan hambatan yang harus dilalui oleh peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Maka dari itu, peneliti mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan inayah yang telah diberikan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Orang tua peneliti Bapak Rully Baharudin dan Ibu Titiek Lestari.
3. Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. Nizar, M.Ag.
4. Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan Prof. Dr. Baidi Bukhori, S.Ag., M.Si.
5. Ibu Dewi Khurun Aini, M.A. selaku ketua jurusan psikologi.
6. Ibu Wening Wihartati, S.Psi., M.Si. selaku pembimbing I.
7. Ibu Lainatul Mudzkiyyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog. selaku dosen pembimbing II sekaligus wali dosen peneliti.
8. Dosen Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dengan tulus selama peneliti menjalani perkuliahan.
9. Kepada seluruh mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang telah berkenan berpartisipasi dalam penelitian ini.

Penelitian ini tentu masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu jika di masa yang akan datang terdapat kritikan mengenai penelitian ini, peneliti akan menerima dengan lapang dada. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini membawa banyak manfaat. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan kepada pihak yang terkait dalam penelitian ini.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) bagi penulis selaku mahasiswa program Studi Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Berkat Ridho Allah SWT, peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan sebaik-baiknya. Tak lupa dukungan, bantuan, dan do'a di sekitar penulis maka skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih banyak dan skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibu Titiek Lestari selaku ibu saya tercinta yang selalu mendo'akan saya di setiap saat dan memberikan support demi kelancaran segala urusan saya.
2. Bapak Rully baharudin selaku bapak tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan kepada saya.
3. Alden Rizky Baharudin selaku kakak tersayang yang selalu memberikan wawasan, memotivasi dan mendukung segala urusan perkuliahan saya.
4. Alvin Rafi Baharudin selaku adik tersayang yang selalu menghibur disaat saya sedang merasa sendirian.
5. Ibu Dewi Khurun Aini, M.A. selaku ketua jurusan psikologi yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Wening Wihartati, S.Psi., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan dukungan selama penyusunan skripsi.
7. Ibu Lainatul Mudzkiyyah, S.psi., M.Psi., Psikolog. selaku wali dosen sekaligus pembimbing II yang telah memberikan arahan dan dukungan baik dalam perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
8. Saudara penulis dari Ibu yaitu Budhe Is, Pakdhe Nar, Budhe Erna, Alm. Budhe Sri Redjeki, Alm. Pakdhe Bas, Budhe Tin, Pakdhe Di, Pakdhe Bud, Budhe Eni, Budhe Yus, Mbak Nina, Mbak Rini, Mas Luthfan, Mbak Iin, Mas Wayan, Mbak Nia, Mas Andri, Mbak Bona, Mas Felix, Mas Edo, Mbak Agnes, Mbak Jingga, Mas Gani, Mas Dida, Mas Adit, Mbak dika, Mas Dicky, Sinok Tata, Haikal, Baruna, Gita, Wulan, Nidya, Ndaru, Eyza, Zayn, Naynul yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
9. Saudara penulis dari Bapak yaitu Pakde Topik, Om Gun. Tante Ida, Tante Iin, Om Hexa, Tante Eni, Om Rudi, Mas Rangga, Mbak Nindy, Mas Adit,

Dek Chacha, Kevin, Keisha, Aan, Gipong yang selalu memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.

10. Teman dekat yang sudah penulis anggap sebagai saudara yaitu Wildan dan Willy yang setia menemani saya sejak 2019.
11. LV *music* atau Myoope *band* selaku teman band yang sudah berbagi waktu dan bekerja sama sebagai musisi selama penulis menjadi mahasiswa.
12. *The Halfstep Band* yaitu band impian penulis yang sudah memberikan waktu untuk berkembang di karir musik.
13. Darmo Sakjhose sebuah tempat dimana bisa *sharing* perihal kehidupan penulis yaitu Arya, Kaka, Wasis, Rico, Angger, Bebek.
14. *4 Non Blondes* selaku band yang memotivasi pada lagu *whats'up* dengan lirik yang tajam membuat penulis untuk menyelesaikan skripsi.
15. Teman dekat penulis selama kuliah Punai Puti Osama, Mochamad Wasis Wicaksono, Aisya Najma Milatina, Fitri Nissa Kurniasih, Dimas Wahyu Pratama, Ghifari Julianizar Putra Abdul Razak, Lana Yusriyatul Muna, Indar Yusronal Abidzar, Luthfia Mar'atush Sholeha.
16. Teman masa SMA penulis yaitu Tegar Galih Arya Candy, Belinda Agustina, Ghazi Dzulfikar Putra Bagus.
17. Guru musik penulis yaitu Ardhi Candra Ramadhan.
18. Diri penulis pribadi, terimakasih banyak kepada Selfino Reynald Baharudin yang telah berjuang melewati likaliku hidup ini. Terimakasih sudah sabar menyelesaikan apa yang kamu mulai. Dan terimakasih sudah menjadi laki-laki yang selalu mengutamakan Ibu. Sekarang saatnya kamu berjuang dikehidupan sesungguhnya, raih dan kejarlah masa depanmu. Jadilah pribadi yang tangguh.
19. Wanita yang saya kagumi sejak pertama bertemu. Terimakasih sudah hadir dan memberikan dukungan untuk saya. Semoga kamu sehat dan bahagia selalu. Semoga kamu adalah semoga yang aku semogakan.

Terimakasih sepertinya tidak akan cukup membalas kebaikan Bapak/Ibu, Saudara/i dalam penelitian. Peneliti berharap Allah SWT membalas kebaikan semuanya. Semoga peneltian ini bermanfaat untuk orang banyak.

MOTTO

Hidup seperti ampas kopi, terkadang saat kita menjadikan suatu hal bermakna kita harus siap untuk jadi tak bernilai apa apa.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
NOTA PEMBIMBING 1	ii
NOTA PEMBIMBING 2	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	7
D. Keaslian Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Perilaku Konsumtif	13
B. Kontrol Diri.....	19
C. Konformitas	26
D. Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif	30
E. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
B. Variabel Penelitian	35
C. Definisi Operasional.....	36
1. Perilaku Konsumtif	36
2. Kontrol Diri.....	36
3. Konformitas	37
D. Tempat dan Waktu Penelitian	37
E. Sumber dan Jenis Data	38
F. Subjek Penelitian.....	38
G. Metode dan Alat Pengumpulan Data	40

H.	Validitas dan Realibilitas	43
I.	Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
A.	Hasil Penelitian	52
1.	Deskripsi Subjek.....	52
2.	Kategorisasi Variabel Penelitian.....	53
3.	Hasil Uji Asumsi.....	55
4.	Hasil Uji Hipotesis.....	57
B.	Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....		67
A.	Kesimpulan	67
B.	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		70

DAFTAR TABEL

Tabel. 1 Kategori Penilaian Aitem.....	40
Tabel. 2 Blueprint skala Perilaku Konsumtif.....	41
Tabel. 3 Blueprint skala Kontrol Diri	41
Tabel. 4 Blueprint skala Konformitas	42
Tabel. 5 Hasil uji validitas skala perilaku konsumtif.....	44
Tabel. 6 Hasil uji validitas skala kontrol diri	45
Tabel. 7 Hasil uji validitas skala konformitas	46
Tabel. 8 Hasil reliabilitas skala perilaku konsumtif.....	47
Tabel. 9 Hasil reliabilitas skala kontrol diri	48
Tabel. 10 Hasil reliabilitas skala konformitas.....	48
Tabel. 11 Deskripsi jenis kelamin subjek	52
Tabel. 12 Deskripsi semester masa studi subjek.....	52
Tabel. 13 Rumus kategorisasi	53
Tabel. 14 Hasil kategorisasi skor Perilaku Konsumtif.....	53
Tabel. 15 Hasil kategorisasi skor Kontrol Diri	54
Tabel. 16 Hasil kategorisasi skor Konformitas	54
Tabel. 17 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel. 18 Hasil Uji Linearitas Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif .	56
Tabel. 19 Hasil Uji Linearitas Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif .	56
Tabel. 20 Hasil Uji Hipotesis Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif.....	57
Tabel. 21 Kategori Rentang Koefisien.....	58
Tabel. 22 Hasil Uji Hipotesis Konformitas dan Perilaku Konsumtif.....	59
Tabel. 23 Kategori Rentang Koefisien.....	60
Tabel. 24 Hasil Uji Hipotesis antara Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif	60

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONTROL AND CONFORMITY WITH
CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN PURCHASING IPHONES AMONG UIN WALISONGO
SEMARANG STUDENTS**

ABSTRACT

The consumptive behavior of university students has been increasing in this modern era, especially in purchasing high-prestige products like the iPhone. This study aims to empirically examine the relationship between self-control and conformity with students' consumptive behavior in buying iPhones. The research method used is a quantitative approach involving 150 students who have purchased iPhones as the sample. The sample selection was carried out using a purposive sampling technique, where subjects were chosen based on specific criteria determined by the researcher. The research instruments included a self-control scale, a conformity scale, and a consumptive behavior scale. Data analysis was conducted using Pearson product-moment correlation tests.

The results of the first hypothesis test showed a negative relationship between self-control and consumptive behavior, with a correlation coefficient of -0.649. Meanwhile, the second hypothesis test indicated a positive relationship between conformity and consumptive behavior, with a correlation coefficient of -0.663. For the third hypothesis, a correlation value of 0.726 was obtained, indicating a significant relationship between the variables of self-control and conformity with students' consumptive behavior in purchasing iPhones. Based on these findings, it can be concluded that all hypotheses in this study are supported. This research provides insights for developing educational programs aimed at enhancing students' self-control and raising awareness of the impact of conformity on consumptive behavior.

Keywords: self-control, conformity, consumptive behavior

HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI IPHONE PADA MAHASISWA UIN WALISONGO SEMARANG

ABSTRAK

Perilaku konsumtif mahasiswa semakin meningkat di era modern ini, terutama dalam membeli produk-produk yang memiliki nilai prestise tinggi seperti iPhone. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli iPhone. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 150 mahasiswa yang pernah membeli iPhone sebagai sampel. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, di mana subjek dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Instrumen penelitian meliputi skala kontrol diri, skala konformitas, dan skala perilaku konsumtif. Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson product-moment.

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif dengan koefisien korelasi sebesar -0,649. Sementara itu, hasil hipotesis kedua menunjukkan adanya hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif dengan koefisien korelasi -0,663. Pada hipotesis ketiga, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,726, yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara variabel kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli iPhone. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Penelitian ini memberikan pandangan bagi pengembangan program edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan kontrol diri mahasiswa serta menyadarkan mereka akan dampak konformitas terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: kontrol diri, konformitas, perilaku konsumtif

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi, khususnya dalam bidang media komunikasi di Indonesia, telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dan terus berkembang dengan kecepatan yang mengesankan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Salah satu perangkat telekomunikasi yang paling populer saat ini adalah telepon seluler, yang kini lebih dikenal dengan nama *smartphone*. *Smartphone* adalah hasil dari evolusi telepon seluler tradisional dan kini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga dilengkapi dengan berbagai fitur tambahan seperti *organizer digital*, aplikasi yang beragam, serta fasilitas lainnya, sehingga sering disebut sebagai "telepon pintar" (Chuzaimah, Mabruroh, & Dihan, 2010).

Seperti pada *smartphone iPhone* yang sering kali diasosiasikan dengan kalangan atas, terutama dalam konteks penggunaan untuk keperluan bisnis. Namun, kenyataannya, pengguna *iPhone* tidak terbatas pada kelompok elit tersebut; banyak remaja dan mahasiswa juga menggunakan perangkat ini. Dalam banyak kasus, pembelian *iPhone* oleh mahasiswa tidak selalu didorong oleh kebutuhan mendesak, melainkan lebih sering karena keinginan pribadi untuk memperoleh kepuasan yang cenderung berlebihan atau bersifat konsumtif. Membeli barang semata-mata untuk kepuasan pribadi tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya sering kali dikategorikan sebagai perilaku konsumtif (Patricia & Handayani, 2014).

Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa menjadi perhatian serius, terutama dengan maraknya penggunaan produk-produk premium seperti *iPhone*. Kebutuhan akan *smartphone* saat ini sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, namun dorongan untuk memiliki produk dengan merek tertentu sering kali tidak hanya didasari oleh kebutuhan fungsional, melainkan juga oleh dorongan sosial dan emosional. Salah satu perilaku konsumtif yang sering terjadi adalah *impulsive buying*, yaitu kecenderungan membeli suatu barang tanpa perencanaan sebelumnya, semata-mata karena adanya dorongan sesaat. Menurut Mulyana (2015), perilaku *impulsive buying* ini sering terjadi akibat ketidakmampuan seseorang mengontrol diri ketika dihadapkan pada keinginan untuk memiliki suatu

barang, terutama yang memiliki daya tarik emosional seperti produk bermerk. Selain itu, pemborosan menjadi indikasi perilaku konsumtif lainnya. Mahasiswa yang cenderung menghamburkan uang untuk produk-produk premium seperti iPhone, sering kali tidak mempertimbangkan skala prioritas dalam pembelanjanya.

Saat ini, perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi lebih sering dipicu oleh dorongan untuk mengikuti tren, mempertahankan gengsi, meningkatkan prestise, serta alasan-alasan lain yang tidak didasarkan pada kebutuhan yang nyata. Fenomena ini menunjukkan bahwa banyak mahasiswa yang terlibat dalam perilaku konsumtif lebih karena dorongan sosial dan emosional daripada kebutuhan fungsional, yang dapat berdampak pada pola pengeluaran dan kesejahteraan finansial mereka. Mahasiswa cenderung membeli barang-barang seperti iPhone bukan karena mereka benar-benar membutuhkannya, tetapi karena alasan-alasan yang lebih bersifat sosial dan psikologis, seperti ingin terlihat lebih bergaya atau mengikuti mode terkini. Faktor rasional sering kali diabaikan oleh individu yang memiliki motivasi tinggi saat memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa. Ketika konsumen membuat keputusan pembelian, perhatian mereka akan tertuju pada produk yang ditawarkan. Dalam proses ini, setiap konsumen menunjukkan kecenderungan yang berbeda-beda dalam memilih produk atau jasa yang akan dibeli (Syaiful dkk, 2018).

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, adapun dari kontrol diri dan konformitas. Kontrol diri melibatkan kemampuan seseorang untuk mengendalikan dorongan konsumtifnya dan menahan diri dari tindakan yang impulsif. Hal ini mencakup upaya untuk menilai kembali kebutuhan versus keinginan, serta menimbang manfaat jangka panjang dibandingkan kepuasan sesaat. Sementara itu, konformitas menggambarkan sejauh mana individu mengikuti norma sosial atau tekanan dari kelompok sekitarnya dalam membuat keputusan pembelian, yang seringkali dapat mendorong perilaku konsumtif. Faktor psikologis, seperti kekuatan memilih atau menentukan dan otoritas individu, dapat mempengaruhi tingkat kontrol diri seseorang (Baumeister et al., 2007). Sementara itu, konformitas melibatkan

ketaatan individu terhadap norma-norma sosial dan budaya, yang dapat dipengaruhi oleh tekanan sosial dan identitas kelompok (Cialdini & Goldstein, 2004).

Interaksi antara kontrol diri dan konformitas, dapat ditemukan bahwa rendahnya kontrol diri dapat menjadi pemicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Individu yang sulit menahan diri dari keinginan impulsif dan hedonistiknya cenderung terlibat dalam perilaku konsumtif yang berlebihan (Vohs & Baumeister, 2016). Selanjutnya, konformitas dapat memperkuat perilaku konsumtif melalui pengaruh sosial dan tekanan untuk sesuai dengan norma-norma konsumtif dalam kelompoknya (Biswas, 2009).

Untuk mengetahui fenomena perilaku konsumtif ini, peneliti melakukan pra-riset terhadap 45 mahasiswa UIN Walisongo yang memiliki iPhone. Dalam pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner, penyebaran kuesioner daring menggunakan platform *form google*. Berdasarkan hasil pra-riset, hanya 18 dari mahasiswa tersebut yang membeli iPhone karena memerlukan spesifikasi yang ditawarkan. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak dari mereka membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan nyata, melainkan karena keinginan sesaat, yang mencerminkan perilaku konsumtif (Lina & Rosyid, 1997).

Sumartono (2002) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang-barang tanpa pertimbangan yang matang, sehingga sering kali mengarah pada pembelian yang berlebihan. Perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Menurut Triyaningsih (dalam Patricia & Handayani, 2014), faktor internal yang membentuk perilaku konsumtif mencakup gaya hidup, karena sering kali perilaku tersebut dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan tren gaya hidup yang sedang populer. Chaney (dalam Praja & Damayantie, 2015) mengidentifikasi berbagai bentuk gaya hidup, termasuk gaya hidup yang dipromosikan melalui iklan, kemandirian, jurnalisme, hubungan masyarakat, industri, gaya hidup metropolitan, dan gaya hidup hedonis.

Data menunjukkan bahwa 60% responden cenderung membeli iPhone terbaru meskipun perangkat yang mereka miliki saat ini masih berfungsi dengan baik. Selain itu, 65% responden rela mengorbankan kebutuhan lain demi memiliki iPhone. Pola hidup konsumtif tampak jelas dalam perilaku responden yang membeli iPhone secara berlebihan dan tanpa alasan yang rasional. Ini menggambarkan

bahwa individu lebih sering memprioritaskan keinginan (want) daripada kebutuhan (need), yang sering kali didorong oleh kesenangan material dan keinginan duniawi semata (Sumartono dalam Patricia & Handayani, 2014).

Dari penelitian terhadap 45 mahasiswa di UIN Walisongo Semarang, diketahui bahwa 25 dari mereka merasa puas saat dapat membeli iPhone terbaru dan bahkan tertarik untuk menggantinya setiap kali model baru dirilis. Membeli barang hanya berdasarkan keinginan semata dapat membuat individu menjadi kurang bijaksana dalam mengelola perilaku konsumsinya, yang pada akhirnya bisa menimbulkan dampak negatif. Untuk mengurangi dampak negatif ini, sangat penting memiliki kontrol diri yang baik. Rodin (2008) menggambarkan kontrol diri sebagai kemampuan seseorang untuk membuat pilihan yang bijaksana dan melaksanakan tindakan yang tepat guna mencapai hasil yang diinginkan serta menghindari konsekuensi yang merugikan.

Menurut Lubis (dalam Hariono, 2015), perilaku konsumtif merujuk pada tindakan pembelian yang didorong oleh keinginan yang telah mencapai tingkat irasional, di mana keputusan tersebut diambil tanpa pertimbangan yang matang. Sebagai contoh, tindakan irasional ini bisa terlihat ketika seseorang membeli handphone iPhone semata-mata karena mereknya, tanpa memperhatikan atau mempertimbangkan spesifikasi produk tersebut.

Individu yang kurang mampu mengendalikan dirinya dalam menilai informasi dan membuat keputusan cenderung mengambil langkah yang kurang bijaksana, termasuk dalam pembelian iPhone. Kemudahan akses dan banyaknya pilihan produk yang ditawarkan oleh iPhone sering kali membuat individu kurang rasional dalam pengambilan keputusan pembelian (Erlyanawati, 2016). Saat ini, banyak individu membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih pada keinginan.

Menurut Kusuma (2012), mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi menunjukkan kemampuan luar biasa dalam mengatur perilaku dan emosi mereka, serta dalam memahami dan memprediksi situasi yang mungkin terjadi. Mahasiswa ini dapat menghadapi situasi yang tidak menyenangkan dengan cara yang terampil, menunjukkan tingkat kontrol diri yang baik. Mereka mampu mempertahankan kesabaran dan berpikir secara positif meskipun menghadapi berbagai tantangan.

Lingkungan tempat tinggal mahasiswa memainkan peran penting dalam mempengaruhi kontrol diri mereka. Misalnya, mahasiswa yang tinggal di kos-kosan seringkali memiliki peluang lebih besar untuk berinteraksi dengan teman sebaya. Interaksi ini tidak hanya mempererat hubungan sosial tetapi juga memungkinkan pengembangan ikatan yang lebih dalam. Melalui komunikasi intensif dengan teman-teman, mahasiswa dapat belajar mengelola emosi, mempertahankan motivasi, menunjukkan empati, dan membangun hubungan yang kokoh. Namun, jika komunikasi di lingkungan sosial mereka kurang efektif, atau jika mereka mengalami kurangnya dukungan dari teman sebaya dan merasa terasing dari figur penting dalam kehidupan mereka, dampaknya bisa merugikan bagi perilaku individu (Illahi & Akmal, 2018).

Oleh karena itu, memiliki kontrol diri yang baik serta lingkungan yang mendukung sangatlah krusial untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Individu perlu mengembangkan kemampuan untuk membuat keputusan yang lebih rasional dan bijaksana, terutama dalam konteks pembelian barang yang tidak benar-benar mendesak, seperti iPhone. Kontrol diri yang baik membantu mahasiswa dalam mengelola keinginan konsumtif mereka, memungkinkan mereka untuk melakukan pembelian yang lebih terencana dan tidak berdasarkan dorongan sesaat.

Konformitas merupakan kecenderungan individu untuk mengikuti norma-norma sosial atau kelompok, dapat memberikan dampak signifikan pada perilaku konsumtif seseorang dalam membeli produk, seperti iPhone. Seperti yang diungkapkan oleh Solomon A. (2015) menunjukkan bahwa individu cenderung menyesuaikan perilaku mereka dengan harapan atau norma kelompok untuk mencapai penerimaan sosial. Pada pembelian iPhone, konformitas dapat muncul dalam bentuk tekanan kelompok, di mana individu merasa perlu mematuhi norma di lingkungan sosialnya yang menganggap iPhone sebagai simbol status atau prestise.

Banyak penelitian telah dilakukan, termasuk yang dilakukan oleh Fitriyani dkk. (2013) telah mendokumentasikan hubungan yang signifikan antara kepatuhan dan perilaku siswa dalam hal konsumsi. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara derajat konformitas dengan kecenderungan melakukan

perilaku konsumtif pada pelajar yang tinggal di Perumahan Genuk Indah, Semarang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepatuhan seseorang, maka semakin besar kemungkinannya untuk berpartisipasi dalam perilaku konsumen.

Pembelian iPhone, misalnya, tidak lagi didorong oleh kebutuhan dasar, tetapi lebih sebagai pernyataan gaya hidup yang mencerminkan status sosial individu. Perilaku konsumtif ini merupakan bagian dari fenomena yang lebih luas dalam perilaku konsumen, di mana individu secara terus-menerus membeli barang dan jasa yang mencerminkan preferensi pribadi serta status sosial mereka, yang dapat dilihat dalam berbagai konteks budaya (Herabadi, 2003).

Fenomena ini menggarisbawahi pentingnya kontrol diri dan konformitas dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dalam konteks pembelian iPhone. Meskipun demikian, tidak semua mahasiswa menunjukkan perilaku konsumtif yang berlebihan; masih ada yang mampu membuat keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan yang nyata dan mendesak.

Penelitian sebelumnya tentang perilaku konsumtif telah dilakukan oleh Patricia & Handayani (2014), yang meneliti pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pramugari di Maskapai Penerbangan "X". Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sangat signifikan, dengan nilai korelasi $r_{xy} = 0,641$ dan $p=0,000$ ($p<0,01$). Namun, hingga saat ini, masih terbatas penelitian yang secara spesifik menghubungkan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Sehubungan dengan fenomena perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama dalam membeli produk premium seperti iPhone yang sering kali tidak didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan dorongan emosional dan sosial. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran akan potensi pemborosan yang berujung pada ketidakstabilan finansial bagi mahasiswa, yang seharusnya memprioritaskan pengelolaan keuangan secara bijaksana (kontrol diri). Selain itu, konformitas memegang peran penting dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa, di mana tekanan dari teman sebaya dan tren teknologi memaksa mereka untuk membeli produk demi diterima secara sosial. Penelitian ini menjadi penting untuk mengidentifikasi sejauh mana hubungan kontrol diri dan konformitas dengan

perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dalam membeli produk yang tidak esensial seperti iPhone.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang ingin diangkat adalah: "Apakah terdapat pengaruh kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam membeli iPhone pada UIN Walisongo Semarang?" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif, dengan menggunakan teori-teori yang relevan. Oleh karena itu, penulis akan melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: "Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif dalam Membeli iPhone pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Adakah hubungan antara kontrol diri dengan dengan perilaku konsumtif dalam membeli Iphone pada mahasiswa UIN Walisongo?
2. Adakah hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli Iphone pada mahasiswa UIN Walisongo?
3. Adakah hubungan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli Iphone pada mahasiswa UIN Walisongo?

C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji secara empiris hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli Iphone pada mahasiswa UIN Walisongo.
- b. Untuk menguji secara empiris hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli Iphone pada mahasiswa UIN Walisongo.
- c. Untuk menguji secara empiris hubungan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli Iphone pada mahasiswa UIN Walisongo.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan literatur di bidang psikologi, khususnya mengenai hubungan antara kontrol diri, konformitas, dan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan dan pemahaman bagi kalangan akademisi serta peneliti lain yang tertarik mendalami topik tersebut. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pembahasan ilmiah dan menjadi referensi berharga untuk penelitian selanjutnya, dengan membuka peluang munculnya ide-ide baru yang lebih mendalam dan komprehensif di masa depan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis yang penting bagi peneliti, mahasiswa dan civitas akademik perguruan tinggi. Adapun manfaat praktis yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memberikan manfaat yang signifikan bagi peneliti, terutama dalam memperluas pengetahuan ilmiah terkait hubungan antara kontrol diri, konformitas, dan perilaku konsumtif. Peneliti akan mendapatkan wawasan baru yang dapat memperkaya literatur akademik di bidang psikologi, serta membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut melalui penelitian lanjutan. Dengan demikian, peneliti dapat meningkatkan kapasitas akademik serta keahlian dalam menganalisis fenomena psikologis yang memengaruhi perilaku konsumtif.
2. Bagi mahasiswa, penelitian ini memberikan pemahaman lebih mendalam tentang perilaku konsumtif, terutama dalam pengambilan keputusan pembelian. Mahasiswa dapat belajar mengelola perilaku konsumtifnya dengan lebih bijak melalui peningkatan kontrol diri dan pengurangan tekanan sosial dari konformitas. Penelitian ini juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk lebih sadar terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mereka,

sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan pribadi dan kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

3. Manfaat penelitian ini bagi lembaga kampus terletak pada penyusunan kebijakan yang lebih mendukung kesejahteraan mahasiswa, terutama dalam konteks perilaku konsumtif di lingkungan kampus. Kampus dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk mengembangkan program atau kebijakan yang membantu mahasiswa lebih sadar terhadap konsumsi yang sehat dan rasional. Selain itu, kampus dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan akademik dan pribadi mahasiswa dengan meminimalkan pengaruh promosi dan iklan yang dapat mendorong perilaku konsumtif.

D. Keaslian Penelitian

Belum banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Untuk menghindari duplikasi temuan, penelitian ini mengaitkan variabel penjelas dengan hasil penelitian sebelumnya. Setelah penelusuran, peneliti menemukan beberapa penelitian yang memiliki kesamaan dengan fokus yang akan diteliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Qoriyatul Istiqomah pada tahun 2022 berjudul "Hubungan Antara Konformitas Dan Konsep Diri Dengan Gaya Hidup Hedonisme Pada Wanita Dewasa Awal" melibatkan 103 mahasiswa sebagai partisipan. Analisis data menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konformitas dan konsep diri dengan gaya hidup hedonisme di kalangan wanita dewasa awal. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa ada hubungan positif antara konsep diri dan gaya hidup hedonisme, dengan kontribusi efektif dari konsep diri terhadap gaya hidup hedonisme.
2. Nabila Nur Fitriyani dalam penelitiannya yang diterbitkan pada tahun 2016 berjudul "Hubungan Antara Konformitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme" meneliti 90 siswa dari kelas XI Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Hasil studi ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konformitas dan gaya hidup hedonisme. Penelitian

ini mengungkapkan bahwa konformitas memberikan kontribusi efektif sebesar 0,39% terhadap gaya hidup hedonisme.

3. Pada tahun 2019, Nurul Azmi Nasution melakukan studi berjudul "Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area," yang melibatkan 102 mahasiswa dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Penelitian ini menemukan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat konformitas, semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk menunjukkan perilaku konsumtif.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Intan Nurlatifah pada tahun 2023 berjudul "Kontrol Diri Dalam Mengatasi Perilaku Konsumerisme Santri Pondok Pesantren Modern El Fira 4 Purwokerto" melibatkan lima santri dari Pondok Pesantren El Fira 4 Purwokerto sebagai subjek penelitian. Studi ini mengidentifikasi bahwa santri tersebut menggunakan kontrol diri dalam tiga aspek utama untuk mengatasi perilaku konsumerisme mereka. Ketiga aspek tersebut meliputi kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol dalam pengambilan keputusan.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Roza Ulfa pada tahun 2021 dengan judul "Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pengguna Online Shop Di Uin Ar-Raniry" melibatkan 342 responden sebagai sampel penelitian. Temuan penelitian ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, semakin rendah kecenderungan mereka untuk terlibat dalam perilaku konsumtif. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri yang rendah cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian yang disebutkan, terdapat beberapa

persamaan dan perbedaan dengan penelitian "Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Iphone Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang". Berikut adalah persamaan antara penelitian tersebut:

Pertama, seluruh penelitian memiliki fokus pada kontrol diri, konformitas, dan perilaku konsumtif.

Kedua, tiga penelitian pertama (Qoriyatul Istiqomah, Nabila Nur Fitriyani, dan Nurul Azmi Nasution) sama-sama membahas hubungan faktor psikologis, seperti konformitas, terhadap perilaku konsumtif atau hedonisme. Penelitian pertama dan kedua juga mengaitkan perilaku konsumtif dengan dengan gaya hidup, sementara penelitian ketiga berfokus pada perilaku konsumtif.

Ketiga, semua penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara faktor psikologis yang diteliti (konformitas atau kontrol diri) dengan perilaku konsumtif. Ini berarti semakin tinggi kontrol diri atau konformitas, semakin tinggi tingkat perilaku konsumtifnya.

Keempat, dua penelitian terakhir (Intan Nurlatifah dan Roza Ulfa) membahas hubungan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri berperan positif dalam meningkatkan ketahanan perilaku konsumtif.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu peneliti tidak menemukan variabel kontrol diri dan konformitas secara spesifik, oleh sebab itu penelitian ini dianggap perlu dilakukan. Kemudian yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah:

Pertama, penelitian "Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Iphone Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang" dilakukan pada mahasiswa di UIN Walisongo Semarang. Sementara itu, penelitian lain memiliki lokasi, subjek, dan populasi yang berbeda. Misalnya, penelitian kedua dilakukan pada siswa di sebuah SMK, penelitian keempat dilakukan pada santri, dan penelitian pertama, ketiga, kelima pada mahasiswa dengan konflik yang berbeda.

Kedua, Variabel terikat yang diteliti berbeda dalam masing-masing penelitian. Penelitian pertama dan kedua fokus pada gaya hidup hedonisme, penelitian keempat pada konsumerisme santri.

Ketiga, dalam penelitian terbaru ini, jumlah populasi yang akan diselidiki mengalami perubahan dibandingkan dengan studi sebelumnya, dan metode pengambilan sampel dari responden juga berbeda dengan pendekatan yang diterapkan pada penelitian sebelumnya.

Keempat, Penelitian " Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Iphone Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang" fokus pada hubungan antara Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Iphone Pada Mahasiswa. Sementara penelitian terdahulu memiliki variabel lain yang diteliti, seperti konsep diri, gaya hidup hedonisme, atau konsumerisme.

Dengan demikian, meskipun semua penelitian memiliki fokus pada perilaku konsumtif atau faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumtif, setiap penelitian memiliki perbedaan dalam lokasi, subjek, variabel penelitian, metode sampel, dan variabel lain yang diteliti. Maka peneliti mengambil judul "Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Iphone Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang".

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada dorongan yang mendorong individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan, dengan lebih menekankan keinginan daripada kebutuhan yang sesungguhnya (Ancok D, 1995). Definisi ini sejalan dengan pandangan Lina L dan Rasyid H (1997), yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang membeli barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan rasional, melainkan karena dorongan keinginan yang berlebihan. Tambunan (dalam Fitriyani N dkk) juga menambahkan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan yang berasal dari dalam diri individu untuk mengonsumsi barang-barang secara berlebihan guna mencapai kepuasan maksimal, meskipun sebenarnya barang-barang tersebut tidak terlalu diperlukan.

Pada kenyataannya, pembelian produk sering kali tidak lagi didasari oleh kebutuhan, tetapi oleh dorongan untuk mengikuti tren terkini, meniru perilaku orang lain, atau mencari pengakuan sosial. Tindakan ini juga sering kali dipicu oleh keinginan untuk diterima dan diakui oleh kelompok sosial atau teman-teman sebayanya. Perilaku ini dipengaruhi oleh kecenderungan individu untuk bertindak impulsif, tanpa mempertimbangkan konsekuensi atau berpikir secara matang terlebih dahulu (Lokita et al., 2021).

Menurut Jean Baudrillard (1998), perilaku konsumtif bukan hanya tentang pembelian dan penggunaan barang atau jasa, tetapi juga tentang bagaimana barang-barang tersebut digunakan untuk menciptakan makna dan identitas. Dalam masyarakat modern, konsumsi telah menjadi pusat dari kehidupan sosial dan budaya, di mana individu tidak lagi mengonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi untuk membentuk dan memanipulasi citra diri serta status sosial. Baudrillard mengkritik perilaku konsumtif sebagai suatu bentuk alienasi di mana individu kehilangan hubungan autentik dengan dunia nyata dan hidup dalam dunia tanda dan citra yang diciptakan oleh sistem konsumsi. Menurutnya, masyarakat konsumsi menciptakan ilusi kebebasan dan pilihan, padahal sebenarnya membatasi

dan mengendalikan individu melalui manipulasi simbolik.

Menurut Bourdieu (1990), perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai cerminan dari posisi sosial individu dan sebagai upaya untuk membedakan diri dalam tatanan sosial. Konsumsi tidak hanya dilihat sebagai tindakan ekonomi, tetapi juga sebagai tindakan simbolik yang mencerminkan serta memperkuat status sosial dan identitas budaya seseorang. Di era digital saat ini, perkembangan teknologi memungkinkan individu untuk membeli produk yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Media sosial memberikan akses langsung dan personal kepada konsumen untuk berinteraksi dengan produk, tanpa batasan waktu atau tempat, yang menjadi salah satu alasan mengapa perilaku konsumtif ini semakin marak terjadi (Syaiful & Sari, 2017).

Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah dorongan untuk membeli barang atau jasa tanpa mempertimbangkan rasionalitas, dengan fokus utama pada keinginan dan kepuasan semata.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan pembelian secara konsumtif, sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Faktor ini mencakup budaya umum, subkultur, dan kelas sosial. Budaya merupakan faktor paling mendasar yang membentuk keinginan dan perilaku individu. Budaya memengaruhi cara seseorang memandang dunia dan menentukan preferensi mereka terhadap barang dan jasa.

b. Faktor Sosial

Aspek ini mencakup kelompok sosial, keluarga, peran, dan status sosial. Pengaruh kelompok sosial dan keluarga sangat signifikan dalam keputusan pembelian seseorang. Referensi dan pengaruh dari orang-orang terdekat dapat mendorong individu untuk membeli produk atau layanan tertentu.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi

konsumen, termasuk usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Faktor-faktor ini membantu menentukan preferensi dan kebiasaan pembelian seseorang.

d. Faktor Psikologis

Dalam disiplin ilmu psikologi konsumen, terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian: motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Faktor-faktor ini membentuk bagaimana konsumen memahami dan merespons produk atau layanan yang ditawarkan.

Sementara itu, Syaiful dan Sari (2017) mengidentifikasi faktor-faktor khusus yang mempengaruhi konsumen dalam bertransaksi:

a. Faktor Budaya

Kesesuaian bahasa antara pembeli dan penjual adalah aspek budaya yang penting untuk menciptakan kenyamanan dalam proses transaksi di media sosial. Bahasa yang digunakan harus dapat diterima dan dipahami oleh kedua belah pihak.

b. Faktor Sosial

Keputusan pembelian di media sosial sering kali dipengaruhi oleh ulasan atau rekomendasi dari orang lain. Ulasan positif dari pengguna lain dapat memotivasi seseorang untuk melakukan pembelian.

c. Faktor Pribadi

Kemudahan dalam bertransaksi, seperti antarmuka yang user-friendly dan proses checkout yang sederhana, merupakan faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian.

d. Faktor Psikologis

Perasaan yang dirasakan saat membeli melalui media sosial, seperti penawaran diskon, waktu pengiriman, dan pengemasan produk, memainkan peran penting dalam keputusan pembelian. Pengalaman positif dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong pembelian ulang.

Dari faktor-faktor di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi,

persepsi, konsep diri, kepribadian, proses pembelajaran, dan keyakinan, sedangkan faktor eksternal mencakup budaya, kelompok referensi, kelas sosial, dan gaya hidup. Kombinasi dari faktor-faktor ini membentuk pola konsumsi individu dan mempengaruhi bagaimana mereka membuat keputusan pembelian.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rasyid (1997), perilaku konsumtif dapat dianalisis melalui tiga aspek utama sebagai berikut:

a. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Pembelian impulsif merujuk pada tindakan membeli barang atau jasa berdasarkan dorongan keinginan yang tiba-tiba, tanpa pertimbangan matang. Dalam konteks ini, individu cenderung membuat keputusan pembelian secara spontan dan emosional, tanpa memperhitungkan kebutuhan atau dampak jangka panjang dari pembelian tersebut.

b. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Pemborosan terjadi ketika seseorang mengeluarkan uang secara berlebihan untuk barang atau jasa yang tidak diperlukan secara jelas. Ini menggambarkan perilaku konsumtif di mana dana digunakan secara tidak efisien dan cenderung tidak memberikan manfaat yang signifikan, melainkan hanya sebagai hasil dari kebiasaan konsumsi yang boros.

c. Mencari Kesenangan (*Non-Rational Buying*)

Aspek ini menggambarkan kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa semata-mata untuk mencari kepuasan emosional atau kesenangan pribadi. Pembelian yang dilakukan di sini tidak didorong oleh kebutuhan fungsional, melainkan oleh keinginan untuk mendapatkan kepuasan segera atau hiburan.

Sementara itu, Fromm (1995) mengidentifikasi beberapa aspek perilaku konsumtif sebagai berikut:

a. Pemenuhan Keinginan

Dalam hal ini, individu berusaha memenuhi keinginan untuk rasa puas dengan mengonsumsi barang atau jasa, meskipun sebenarnya tidak memerlukan hal tersebut. Fokus utamanya adalah pada pencapaian kepuasan pribadi daripada kebutuhan nyata.

b. Barang Diluar Jangkauan

Aspek ini merujuk pada perilaku konsumsi kompulsif di mana individu membeli barang yang melebihi kemampuan atau kebutuhan mereka. Pembelian ini seringkali tidak rasional dan tidak memperhatikan apakah barang tersebut sesuai dengan kebutuhan pribadi.

c. Barang Tidak Produktif

Ketika individu membeli barang secara berlebihan, barang tersebut seringkali menjadi tidak produktif atau tidak memberikan manfaat yang jelas. Konsumsi yang berlebihan mengarah pada akumulasi barang yang tidak memiliki fungsi atau nilai tambah yang berarti.

d. Status

Pembelian barang untuk tujuan mencapai status sosial tertentu juga merupakan aspek penting dari perilaku konsumtif. Individu membeli barang bukan karena kebutuhan atau keinginan pribadi, melainkan untuk meningkatkan status sosial atau menunjukkan prestise di mata orang lain.

Berdasarkan penjelasan dari Lina dan Rasyid serta Fromm, peneliti akan menggunakan aspek-aspek dari Lina dan Rasyid sebagai acuan utama, yang meliputi pembelian impulsif, pemborosan, dan pencarian kesenangan, untuk menganalisis perilaku konsumtif lebih lanjut.

4. Perilaku Konsumtif Dalam Perpektif Islam

Perilaku konsumtif adalah keinginan untuk membeli suatu barang atau jasa tanpa memperhitungkan rasionalitas dalam membeli atau hanya sekedar menikmati produk tersebut. Mereka yang membuang kekayaannya berdasarkan prioritas pribadi dan membeli barang-barang yang kurang praktis hanya karena menginginkan sesuatu yang berumur pendek dapat dianggap pemborosan. Islam menganjurkan agar permasalahan utama harus diprioritaskan seiring berjalannya waktu. Penjelasan Al-Qur'an terhadap ayat 27 surat Al-Isra' dirinci pada ayat berikut :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طَغَىٰ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Istilah "sangat ingkar" merujuk pada peringatan yang tegas terhadap perilaku

boros, yang dianggap sebagai tindakan yang mendekatkan seseorang pada kekufuran, mirip dengan pengaruh negatif setan. Namun, seseorang tidak dikategorikan sebagai pemboros jika pengeluaran mereka digunakan untuk kebaikan atau untuk tujuan yang sah (Shihab M, 2002). Pengeluaran yang tidak mendatangkan manfaat dan hanya dilakukan untuk kepuasan pribadi dianggap sebagai tindakan boros dan perilaku konsumtif, yang bertentangan dengan ajaran Allah.

Perilaku konsumtif bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam, khususnya dengan sikap syukur terhadap nikmat Allah. Individu yang terlibat dalam konsumsi berlebihan cenderung membelanjakan uang mereka untuk barang-barang yang tidak benar-benar diperlukan, semata-mata untuk memenuhi keinginan dan memperoleh kepuasan dari pembelian tersebut. Tindakan boros ini juga bertentangan dengan konsep qonaah dalam Islam, yaitu sikap puas dengan rezeki yang diberikan dan menjauhi rasa ketidakpuasan atau kekurangan. Abdusshomad (2020) menjelaskan bahwa qonaah adalah sikap puas dengan apa yang dimiliki dan menerima anugerah dari Allah, baik itu banyak atau sedikit.

Menurut Rohayedi dan Maulina (2020), perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat memicu kecenderungan berlebihan yang berfokus pada kepuasan duniawi semata, serta berpotensi menumbuhkan sifat sombong pada individu. Dalam perspektif Islam, ajaran mengenai konsumsi menekankan pentingnya menjaga keseimbangan, memastikan bahwa konsumsi dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan memberikan manfaat yang rasional.

Islam mendorong umatnya untuk menghindari pemborosan dan sikap berlebihan dalam belanja, yang sering kali hanya mengejar kesenangan sementara tanpa mempertimbangkan nilai dan manfaat jangka panjang. Individu yang tidak mampu mengatur perilaku konsumtif mereka berisiko terjerumus ke dalam pola hidup boros dan bersikap sombong. Sebaliknya, dengan membatasi keinginan dan membuat keputusan pembelian berdasarkan penilaian manfaat serta nilai barang yang rasional, seseorang dapat terhindar dari perilaku konsumtif yang merugikan. Dengan demikian, kontrol diri dan kesadaran akan tujuan konsumsi yang seimbang menjadi kunci dalam menghindari sikap konsumtif yang negatif.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengendalian diri (self-control) adalah suatu proses, cara, atau tindakan untuk mengatur dan mengekang diri sendiri. Dengan kata lain, kontrol diri adalah metode atau proses untuk mengelola sikap seseorang, memungkinkan individu tersebut untuk beradaptasi dengan berbagai situasi serta menahan diri dari perilaku impulsif. Ghufron (2012) mengartikan pengendalian diri sebagai kemampuan seseorang untuk mengatur, mengarahkan, mengelola, dan mengontrol tindakannya agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Ini mencakup kemampuan individu untuk membuat keputusan berdasarkan pertimbangan kognitif, sehingga perilaku yang dilakukan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Khaerunisah, 2013).

Wallstons (2002) mendefinisikan kontrol diri bahwa suatu keyakinan seseorang melakukan tindakannya memiliki dampak pada perilakunya dan ia memiliki kemampuan untuk mengendalikan perilaku tersebut. Individu dengan kontrol diri yang tinggi percaya bahwa mereka cenderung mampu mengendalikan berbagai aspek yang mempengaruhi perilaku mereka. Sebaliknya, mereka yang memiliki kontrol diri rendah merasa tidak mampu mengendalikan hal-hal yang terkait dengan perilaku mereka.

Kontrol diri adalah aspek esensial yang harus dimiliki setiap individu untuk mengelola tindakan dan keputusan mereka dengan bijaksana. Menurut Borba (2008), kontrol diri memungkinkan seseorang untuk menyadari pilihan yang ada dan mempengaruhi tindakan yang mereka ambil. Dalam hal ini, Bukhori (2012) menyebutkan bahwa kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengendalikan perilaku individu. Proses ini sering disebut sebagai "kontrol perilaku," yang merujuk pada pengambilan keputusan yang dilakukan sebelum bertindak berdasarkan keputusan tersebut.

Kontrol diri juga melibatkan kemampuan untuk menahan diri dari perilaku impulsif atau tindakan yang dilakukan tanpa pertimbangan yang matang (Anshari, 1996). Chaplin (2002) menambahkan bahwa kontrol diri mencakup kemampuan untuk mengarahkan perilaku sendiri serta menahan dorongan impulsif. Pandangan ini konsisten dengan Elgeka & Ma (2020) yang menyatakan bahwa individu sering

kali tergoda untuk membeli barang yang mereka inginkan, terutama ketika ada penawaran harga menarik seperti diskon. Ini terjadi karena keinginan untuk mendapatkan barang bermerek dengan harga yang lebih murah dapat mengalahkan pertimbangan rasional.

Individu dengan kontrol diri yang kuat dapat memanfaatkan situasi untuk mengelola dan mengarahkan perilaku mereka secara positif. Mereka cenderung memanfaatkan waktu secara efisien dan mengatur tindakan mereka dengan baik. Menurut Clara (2019), orang yang memiliki kontrol diri yang baik mampu mengelola, membimbing, dan mengarahkan tindakan mereka secara efektif. Kemampuan untuk menyesuaikan respons terhadap rangsangan eksternal memungkinkan mereka untuk mendukung pencapaian tugas atau pekerjaan akademik. Remaja yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menunjukkan tanggung jawab sebagai pelajar dan lebih cenderung menghindari perilaku prokrastinasi, seperti yang diungkapkan oleh Purwanti (2016).

Kontrol diri mencakup berbagai aspek penting seperti pengaturan diri, kemampuan untuk membuat keputusan yang bijaksana, serta kemampuan untuk menahan diri dari tindakan impulsif. Hal ini tidak hanya penting dalam konteks pengambilan keputusan sehari-hari tetapi juga dalam mencapai tujuan jangka panjang. Kontrol diri yang baik memungkinkan individu untuk beradaptasi dengan berbagai situasi, mengelola emosi dengan efektif, dan mengambil tindakan yang tepat untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Dari definisi ini, kontrol diri dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengendalikan diri sehingga individu tidak mudah terpengaruh oleh rangsangan dari luar, baik berupa perilaku, fisik, maupun lainnya. Respon yang diberikan oleh individu dengan kontrol diri yang baik biasanya bijaksana karena mereka mempertimbangkan segala sesuatunya terlebih dahulu. Dengan demikian, setiap tindakan yang diambil didasarkan pada pemikiran yang matang dalam menanggapi suatu masalah.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Menurut Rice (2002: 76), ada beberapa faktor psikologis yang mempengaruhi kontrol diri, di antaranya:

- a. Pengabaian fisik (*physical neglect*)
Meliputi kegagalan dalam memenuhi kebutuhan primer dan sekunder, seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal yang layak.
- b. Pengabaian emosional (*emotional neglect*)
Terjadi ketika seseorang kurang mendapatkan perhatian, kasih sayang, dan dukungan emosional dari orang tua. Hal ini termasuk kegagalan dalam memenuhi kebutuhan remaja akan persetujuan, penerimaan, dan persahabatan yang dapat menyebabkan perasaan putus asa.
- c. Pengabaian intelektual (*intellectual neglect*)
Ini mencakup kegagalan dalam menyediakan pengalaman yang dapat mengembangkan kecerdasan remaja. Misalnya, tidak mendorong anak untuk bersekolah atau tidak memberikan kesempatan untuk belajar dan berkembang secara intelektual.
- d. Pengabaian sosial (*social neglect*)
Melibatkan kurangnya pengendalian dan perhatian terhadap kegiatan sosial remaja. Hal ini termasuk tidak memberikan bimbingan tentang bagaimana bersosialisasi dengan baik dan tidak memperhatikan dengan siapa remaja bergaul.
- e. Pengabaian moral (*moral neglect*)
Terjadi ketika seseorang tidak mendapatkan contoh etika dan perilaku yang positif. Ini bisa mencakup kurangnya penanaman nilai-nilai moral dan adab yang baik dari lingkungan sekitarnya.

Secara umum, kontrol diri dipengaruhi oleh faktor internal (individu) dan faktor eksternal (lingkungan), dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Faktor Internal
Kontrol diri dipengaruhi oleh faktor usia, yang merupakan salah satu kekuatan internal. Kemampuan seseorang untuk mengatur dirinya sendiri cenderung meningkat seiring bertambahnya usia (Hurlock, 1996: 37). Ini berarti bahwa semakin dewasa seseorang, semakin baik ia dalam mengelola perilaku dan emosinya.
- b. Faktor Eksternal
Lingkungan keluarga, termasuk peran orang tua, serta lingkungan sosial

sekitar, merupakan contoh variabel eksternal yang mempengaruhi kontrol diri (Hurlock, 1996: 38). Penelitian yang dilakukan oleh Nasichah (2000: 16) menunjukkan bahwa remaja yang merasakan disiplin orang tua yang bersifat demokratis cenderung memiliki kemampuan pengendalian diri yang lebih kuat. Selain itu, jika orang tua menerapkan disiplin dengan konsisten sejak dini dan menegakkan konsekuensi terhadap pelanggaran aturan, anak akan menginternalisasi sikap disiplin tersebut, yang pada gilirannya meningkatkan kemampuan pengendalian diri mereka (Ghufron, 2012: 32).

Dari penjelasan di atas, terlihat jelas bahwa kontrol diri individu dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal, seperti pengaruh lingkungan keluarga dan sikap orang tua, memainkan peran penting dalam pembentukan kontrol diri. Di sisi lain, faktor usia sebagai komponen internal juga memiliki dampak signifikan, di mana seiring bertambahnya usia, kemampuan individu untuk mengatur diri sendiri semakin meningkat. Kombinasi antara faktor internal dan eksternal ini menentukan seberapa baik seseorang dapat mengendalikan perilaku dan emosinya dalam berbagai situasi.

3. Aspek-Aspek Kontrol Diri

Averill (1973: 287) menjelaskan tiga aspek penting dari kontrol diri yang mendukung kemampuan seseorang untuk mengendalikan diri, yaitu kontrol keputusan, kontrol perilaku, dan kontrol kognitif. Berikut penjelasannya:

a. **Kontrol Keputusan (*Decisional Control*)**

Kontrol keputusan mengacu pada kemampuan individu untuk mengontrol pilihan tindakan yang akan diambil. Seseorang dengan kontrol keputusan yang baik mampu memilih tindakan yang mereka setuju dan yakini sebagai yang paling tepat.

b. **Kontrol Perilaku (*Behavior Control*)**

Kontrol perilaku berkaitan dengan kesiapan seseorang untuk merespons dengan cara yang dapat mempengaruhi dan mengubah keadaan atau peristiwa yang tidak menyenangkan. Kontrol perilaku dapat dibagi menjadi dua jenis: pengaturan pelaksanaan (*regulated administration*)

dan modifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Pengaturan pelaksanaan berarti individu mampu mengatur bagaimana tindakan dilakukan, sedangkan modifikasi stimulus berarti individu dapat mengubah atau mengatur stimulus yang diterima untuk mengurangi dampak negatifnya.

c. Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*)

Kontrol kognitif mencakup kemampuan individu untuk mengolah informasi yang diterima. Ketika individu menerima informasi yang tidak diinginkan, mereka mampu menginterpretasikan, menilai, dan menyesuaikan diri secara psikologis, serta mengurangi tekanan yang diakibatkan oleh informasi tersebut. Kontrol kognitif membantu individu dalam mengadaptasi pikiran mereka untuk mengatasi situasi yang menekan.

Tangney (2004: 311) menjelaskan bahwa kontrol diri terdiri dari lima aspek utama, yang meliputi disiplin diri, kehati-hatian, kebiasaan sehat, etika kerja, dan konsistensi. Berikut penjelasan mendetail mengenai masing-masing aspek tersebut:

a. Disiplin Diri (*Self-Discipline*)

Disiplin diri merujuk pada kemampuan individu untuk mempertahankan fokus pada tugas yang sedang dikerjakan, meskipun ada godaan atau gangguan yang muncul. Seseorang dengan disiplin diri yang baik mampu mengendalikan diri dari hal-hal yang mengganggu konsentrasi, sehingga dapat tetap produktif dan efisien dalam pekerjaannya.

b. Kehati-hatian (*Deliberate* atau *Non-Impulsive*)

Kehati-hatian menggambarkan kecenderungan seseorang untuk menjalankan segala sesuatunya dengan penuh pertimbangan dan tidak terburu-buru. Individu yang tenang dan bijaksana dalam mengambil keputusan termasuk dalam kategori non-impulsive, di mana mereka mampu menunda tindakan impulsif demi mencapai hasil yang lebih baik.

c. Kebiasaan Sehat (*Healthy Habits*)

Kebiasaan sehat melibatkan kemampuan individu untuk mengelola pola perilaku yang mendukung kesehatan fisik dan mental. Orang yang

memiliki kebiasaan sehat akan cenderung menghindari aktivitas yang merugikan meskipun mungkin menyenangkan, dan sebaliknya, mereka akan memilih kegiatan yang memberikan dampak positif jangka panjang meskipun manfaatnya tidak langsung terasa.

d. Etika Kerja (*Work Ethic*)

Etika kerja berkaitan dengan komitmen individu terhadap pekerjaan mereka dan kemampuan untuk tetap fokus pada tugas meskipun ada distraksi. Seseorang dengan etika kerja yang baik mampu mengerjakan tugasnya dengan optimal tanpa terpengaruh oleh aktivitas lain yang mungkin lebih menyenangkan.

e. Konsistensi (*Reliability*)

Konsistensi merujuk pada kemampuan individu untuk tetap setia pada rencana jangka panjang dan mengendalikan perilakunya sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Orang yang konsisten mampu mempertahankan komitmen mereka terhadap rencana dan tujuan, sehingga memastikan setiap langkah yang diambil mendukung pencapaian target jangka panjang.

Berdasarkan beberapa aspek di atas, peneliti menggunakan aspek yang dikemukakan oleh Averill (1973: 287) yaitu:

- a. Kontrol perilaku (*behavior control*)
- b. Kontrol kognitif (*cognitive control*)
- c. Kontrol keputusan (*decesional control*).

4. Kontrol Diri Dalam Perspektif Islam

Dalam ajaran Islam, kontrol diri atau sering disebut sebagai pengendalian hawa nafsu, merupakan aspek penting dari kontrol pribadi yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Konsep ini dikenal dalam Islam sebagai Jihad An-Nafs, yang menggambarkan perjuangan internal untuk menahan dan mengendalikan dorongan nafsu yang tidak terkontrol. Khaerunisah (2020) menjelaskan bahwa manusia sering kali dihadapkan pada godaan untuk memenuhi keinginan hawa nafsu mereka yang berlebihan, yang dapat mengarah pada perilaku yang tidak terjaga dan melampaui batas-batas moral.

Keinginan yang tidak terbatas untuk memuaskan semua nafsu dapat

menyebabkan perilaku yang sembrono baik terhadap diri sendiri maupun orang lain. Ambisi yang berlebihan untuk mencapai kenikmatan duniawi sering kali mendorong individu untuk mengabaikan batas-batas yang diizinkan, menjadikan segala cara halal sebagai sarana untuk mencapai kesenangan dunia. Kegagalan dalam memenuhi ambisi tersebut dapat mengarah pada perilaku yang melampaui batas dan mengabaikan tanggung jawab di akhirat. Akibatnya, individu mungkin kehilangan rasa takut terhadap kematian dan terlalu fokus pada kesenangan duniawi, melupakan tujuan utama hidup mereka, yaitu mempersiapkan amal kebajikan untuk kehidupan abadi di akhirat (Khaerunisah, 2020).

Oleh karena itu, membatasi keinginan merupakan peringatan yang Allah SWT berikan kepada manusia agar mereka tidak terjebak dalam ambisi dunia yang berlebihan. Peringatan ini bertujuan agar individu tidak melupakan tujuan sejati kehidupan mereka, yaitu meraih kebahagiaan abadi di akhirat. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surah An-Nazi'at ayat 40-41, yang menekankan pentingnya keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat, yaitu:

وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَنَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ فَيَ الْجَنَّةِ هِيَ الْمَأْوَىٰ ۗ

Artinya: *“Dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari keinginan hawa nafsunya. Maka sesungguhnya surgalah tempat tinggal (nya)”* (Q.S. An-Nazi’at: 79, 40-41).

Dari ayat tersebut, dapat dipahami bahwa penting bagi seseorang untuk mengendalikan dirinya dari dorongan biologis dan hawa nafsu yang dapat mengaburkan kesadaran akan Tuhan. Menghindari jatuh ke dalam perilaku negatif dan dosa-dosa dengan menyadari keagungan-Nya merupakan langkah penting untuk menjaga diri. Salah satu cara untuk terhindar dari pengaruh hawa nafsu adalah dengan meningkatkan kesadaran spiritual melalui dzikir kepada Allah (Khaerunisah, 2020).

Imam Al-Ghazali (dikutip dalam Abdullah, 2014) menekankan bahwa pengendalian diri yang baik akan memperkuat karakter seseorang. Proses pengendalian diri ini memerlukan kedewasaan spiritual yang didukung oleh disiplin diri dalam bentuk tazkiyatun-nafs (penyucian jiwa) dan riyadhah (latihan spiritual), yang membantu individu untuk memperoleh keyakinan akan pahala dari Allah. Oleh karena itu, individu yang matang secara spiritual dapat menahan diri dari

godaan kenikmatan duniawi yang sementara dan fana.

Dalam perspektif Islam, kita diajak untuk mengatur perilaku kita sebagai bentuk kesabaran, dengan harapan akan mendapatkan kebahagiaan abadi di akhirat. Keberhasilan dalam mengendalikan diri tidak terlepas dari kedewasaan spiritual yang membuat kita yakin akan janji Allah yang pasti akan terwujud.

C. Konformitas

1. Pengertian Konformitas

Menurut David O. Sears (1991:21) seorang ahli psikologi sosial, Konformitas adalah kecenderungan individu untuk mengubah sikap, kepercayaan, atau perilaku mereka agar sesuai dengan norma-norma kelompok. Sears menguraikan bahwa konformitas dapat terjadi karena adanya kebutuhan akan persetujuan sosial dan keinginan untuk menghindari ketidaksesuaian yang dapat menyebabkan penolakan atau sanksi sosial.

Konformitas adalah suatu proses di mana individu menyesuaikan sikap serta perilaku mereka agar sejalan dengan norma yang berlaku dalam kelompok sosial tertentu. Fenomena ini muncul sebagai bentuk adaptasi terhadap aturan atau pandangan yang mengatur perilaku dalam kelompok tersebut (Baron & Byrne, 2005). Myers (2012) menjelaskan bahwa konformitas terjadi ketika individu mengalami perubahan perilaku atau keyakinan sebagai respons terhadap tekanan yang diberikan oleh kelompok sosial.

Menurut Taylor et al. (2009), konformitas mengacu pada kecenderungan seseorang untuk menyesuaikan pikiran atau tindakannya agar selaras dengan perilaku orang lain di sekitarnya. Sementara itu, Santrock (2007) berpendapat bahwa konformitas dapat terjadi ketika individu meniru sikap atau perilaku orang lain, baik akibat tekanan yang bersifat langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konformitas merupakan proses penyesuaian perilaku individu agar sesuai dengan kelompok referensi mereka. Proses ini melibatkan penerimaan terhadap aturan atau ide-ide kelompok yang kemudian memengaruhi perilaku individu, baik secara sadar maupun tanpa disadari. Konformitas menunjukkan upaya seseorang untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial yang berlaku dalam lingkungannya demi menjaga keharmonisan, meminimalkan konflik, dan menghindari penolakan dari

kelompok.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konformitas

Sears et al. (1991: 85) mengidentifikasi empat faktor utama yang mempengaruhi konformitas:

a. Kekompakan Kelompok

Jumlah anggota dalam suatu kelompok dapat membuat individu merasa lebih tertarik untuk bergabung dan tetap menjadi bagian dari kelompok tersebut.

b. Kesepakatan Kelompok

Ketika sebuah kelompok mencapai kesepakatan yang bulat, anggota-anggota dalam kelompok tersebut merasakan tekanan untuk menyamakan pandangan mereka dengan keputusan kelompok.

c. Ukuran Kelompok

Konformitas cenderung meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah anggota yang memiliki pandangan mayoritas dalam kelompok.

d. Ketertarikan pada Penilaian Bebas

Individu cenderung terikat pada penilaian pribadi yang independen, yang membuat mereka enggan menyesuaikan diri dengan perilaku kelompok yang bertentangan dengan pandangan mereka.

Sementara itu, Baron & Byrne (2005: 56) menyebutkan tiga faktor yang mempengaruhi konformitas:

a. Kohesivitas

Ini merujuk pada tingkat ketertarikan individu terhadap kelompok. Semakin besar kekaguman individu terhadap kelompok tertentu, semakin besar pula tekanan untuk mengikuti norma kelompok.

b. Ukuran Kelompok

Konformitas meningkat seiring dengan bertambahnya ukuran kelompok.

c. Norma Sosial Deskriptif atau Norma Injungtif

Norma deskriptif menggambarkan apa yang umumnya dilakukan oleh banyak orang dalam situasi tertentu, yang kemudian mempengaruhi perilaku individu dengan memberikan panduan tentang tindakan yang

dianggap efektif atau adaptif dalam konteks tersebut. Sementara itu, norma injungtif menetapkan tindakan yang harus dilakukan atau perilaku yang diharapkan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas meliputi kekompakan dan kesepakatan dalam kelompok, ukuran kelompok, serta norma sosial yang berlaku, baik deskriptif maupun injungtif.

3. Aspek-Aspek Konformitas

Sears et al. (1991: 86) menguraikan tiga aspek utama dalam konformitas:

a. Kekompakan

Kekompakan kelompok meningkat seiring dengan semakin kuatnya rasa suka, harapan akan manfaat, dan solidaritas antara anggota-anggota dalam kelompok. Semakin besar keterikatan ini, semakin erat hubungan antar anggota, yang berujung pada meningkatnya kekompakan kelompok.

b. Kesepakatan

Anggota kelompok diharapkan menunjukkan loyalitas terhadap pandangan atau pendapat yang telah disepakati bersama sebagai pedoman dalam kelompok.

c. Ketaatan

Tekanan sosial yang ada di dalam kelompok mendorong anggotanya untuk melakukan tindakan tertentu, meskipun mereka mungkin tidak sepenuhnya setuju. Tindakan ini sering dipengaruhi oleh informasi yang bersifat persuasif, serta adanya sistem punishment dan reward.

Di sisi lain, Myers (2012: 253) mengidentifikasi tiga aspek penting dalam konformitas:

a. Compliance

Tindakan yang dilakukan oleh individu karena adanya tekanan sosial, meskipun tindakan tersebut mungkin bertentangan dengan keinginan pribadi.

b. Obedience

Bentuk konformitas yang terjadi ketika seseorang menyesuaikan diri

dengan perintah atau instruksi dari pihak lain.

c. Acceptance

Konformitas yang dilakukan dengan sepenuh hati karena adanya kepercayaan terhadap norma atau pandangan kelompok.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek konformitas meliputi kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan, yang mencakup berbagai bentuk adaptasi terhadap tekanan sosial dalam kelompok.

4. Konformitas Dalam Perspektif Islam

Konformitas adalah kecenderungan pribadi untuk mematuhi aturan kolektif agar dapat dianut oleh kolektif. Kesesuaian dapat memberikan dampak yang menguntungkan atau merugikan. Ketika individu tunduk pada peraturan kolektif, mereka harus memiliki kapasitas untuk memutuskan apakah kolektif akan berdampak negatif atau positif terhadap mereka. Individu yang tergabung dalam kelompok negatif hanya akan mendorong perilaku negatif jika mereka dapat memilih kelompok positif untuk mengarah pada tindakan positif.

Islam memerintahkan Anda untuk tidak melakukan apa pun yang melanggar hukum Islam. Dalam hadits yang diriwayatkan oleh Abu Dawud (Abu Dawud, 2019: 47), diberikan penjelasan bahwa:

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا أَبُو النَّضْرِ حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ ثَابِتٍ حَدَّثَنَا
حَسَّانُ بْنُ عَطِيَّةَ عَنْ أَبِي مُنِيبٍ الْجُرَشِيِّ عَنْ ابْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى
اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ تَشَبَّهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ

Artinya : “Telah menceritakan kepada kami Utsman bin Abu Syaibah berkata, telah menceritakan kepada kami Abu An Nadhr berkata, telah menceritakan kepada kami ‘Abdurrahman bin Tsabit berkata, telah menceritakan kepada kami Hassan bin Athiyah dari Abu Munib Al Jurasyi dari Ibnu Umar ia berkata, “Rasulullah Saw. bersabda: “Barangsiapa menyerupai dengan suatu kaum, maka ia bagian dari mereka”. (HR. Abu Dawud no. 4031)

Menurut Imam Al-Ghazali (dalam Kambol, 2020), tasyabbuh adalah tindakan

seseorang yang berusaha menyerupai sesuatu yang diinginkannya, baik dalam perilaku, pakaian, atau sifat-sifat lainnya. Hal ini dilakukan agar dirinya bisa serupa dengan objek yang diidamkannya.

Hadits ini menyoroti larangan bagi umat Islam untuk melakukan tasyabbuh, atau tindakan meniru orang lain, karena Islam memiliki identitas yang unik dan khas. Sebaliknya, umat Islam dihimbau untuk meneladani Nabi Muhammad SAW dengan menjadi bagian dari umatnya. Selain itu, sebagaimana dikemukakan oleh Annibras (2017), peniruan dalam Islam diklasifikasikan menjadi dua jenis: diperbolehkan dan tidak diperbolehkan, yang ditentukan oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan teks dan konteks.

Perilaku mengikuti tren hanya untuk mendapatkan pujian atau pengakuan sering kali bertentangan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Individu yang berusaha diterima dalam kelompok tertentu mungkin terpaksa melakukan konformitas sebagai bentuk menghindari penolakan, sehingga mereka mengikuti perilaku kelompok secara membabi buta. Konformitas ini juga umum terjadi pada mereka yang merasa kurang percaya diri, sehingga cenderung meniru tindakan orang lain tanpa berpikir kritis.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa konformitas yang tidak didasari oleh pemikiran yang mendalam dan rasional dapat mengarah pada dampak negatif. Meniru perilaku orang lain tanpa pertimbangan yang matang dapat mengindikasikan hilangnya identitas diri dan individualitas. Dalam pandangan Islam, konformitas diperbolehkan dan dianggap positif jika bertujuan untuk kebaikan, seperti mengikuti kegiatan keagamaan seperti shalat berjamaah di masjid, menghadiri kajian agama, atau melakukan amal shaleh. Dalam konteks ini, mengikuti contoh yang baik dan bermanfaat dapat memperkuat keimanan dan meningkatkan kualitas spiritual seseorang.

D. Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif

Kontrol diri merujuk pada kemampuan individu untuk mengendalikan impuls, menahan diri dari perilaku yang tidak diinginkan, serta mampu membuat keputusan yang rasional. Menurut Baumeister (2011), kontrol diri adalah aspek kunci dalam pengaturan perilaku dan keputusan konsumen. Pengendalian diri menjadi faktor penentu dalam mengelola keuangan pribadi dan mencegah perilaku

konsumtif yang berlebihan.

Boone (2004) menggambarkan pengendalian diri sebagai kapasitas untuk menghambat diri sendiri dalam berbelanja secara impulsif, yang berhubungan dengan perilaku konsumen. Konsisten dengan temuan Elgeka dan Ma (2020) yang menyatakan bahwa ketika individu memiliki pendapat yang sama, biasanya mereka akan membeli barang tersebut. Hal ini karena seseorang ingin menolak kesempatan untuk membeli barang tersebut dengan harga murah. Akibatnya, tingkat kendali yang dimiliki seseorang atas tindakannya dapat menjadi sangat penting dalam analisis perilaku konsumen.

Konformitas mengacu pada sejauh mana seseorang cenderung menyesuaikan diri dengan norma-norma sosial atau tekanan kelompok dalam pengambilan keputusan konsumtif. Solomon (2007) menekankan bahwa konformitas dapat memainkan peran signifikan dalam membentuk preferensi konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian oleh Goldstein (2004) mengungkapkan bahwa konformitas sering kali menjadi motivasi utama seseorang dalam memenuhi kebutuhan sosial dan meraih penerimaan dari kelompok sosialnya. Dalam konteks perilaku konsumtif, konformitas berperan penting dalam menentukan sejauh mana seseorang terlibat dalam pola konsumsi yang mungkin tidak sepenuhnya selaras dengan keinginan pribadi mereka.

Teori-teori yang mendasari penelitian ini meliputi teori perilaku konsumtif dari Lina dan Rosyid (1997), teori konformitas dari Baron dan Byrne (2005), serta teori kontrol diri yang dijelaskan oleh Averil (dalam Ghufron, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Sebagian besar mahasiswa berusaha untuk tampil menarik dan sejalan dengan tren yang ada di lingkungan sosial mereka. Penampilan yang sesuai dengan tren dianggap penting untuk proses penerimaan sosial di kalangan teman-teman sebaya. Dalam usaha mendapatkan penerimaan sosial, mahasiswa sering kali melakukan konformitas, yang memaksa mereka untuk menyesuaikan perilaku dan penampilan mereka agar sesuai dengan standar kelompok meskipun terkadang hal tersebut merugikan diri mereka sendiri.

Dalam hal penampilan, mahasiswa cenderung mengikuti tren yang sedang populer. Untuk mencari produk yang sesuai dengan tren terkini, banyak mahasiswa yang memanfaatkan aplikasi belanja online karena menawarkan kemudahan dan variasi produk. Ketika barang-barang tertentu menjadi tren, produksi dan variasi barang tersebut meningkat, yang dapat mendorong mahasiswa untuk terus mengikuti tren dan melakukan pembelian. Akibatnya, semakin tinggi dorongan mahasiswa untuk menyamakan diri dengan teman-temannya, semakin tinggi pula kecenderungan mereka terhadap perilaku konsumtif.

Menurut Baron dan Byrne (2005), konformitas memiliki dua aspek utama. Aspek pertama adalah pengaruh sosial normatif, yang merujuk pada dorongan untuk diterima dan disukai oleh orang lain guna menghindari penolakan. Mahasiswa yang berada dalam lingkungan dengan pengaruh sosial normatif yang kuat cenderung lebih mudah terpicu untuk melakukan pembelian impulsif, yaitu membeli barang berdasarkan dorongan emosional untuk diterima oleh orang lain, tanpa mempertimbangkan konsekuensinya.

Aspek kedua adalah pengaruh sosial informasional, di mana individu berusaha diterima oleh orang lain dan membangun hubungan sosial dengan membeli barang untuk kepuasan pribadi, yang disebut sebagai pembelian non-rasional. Ini adalah perilaku konsumen yang membeli barang hanya untuk mendapatkan kenikmatan pribadi, tanpa memperhitungkan kebutuhan yang sebenarnya.

Dalam pengambilan keputusan pembelian, kontrol diri memainkan peranan penting. Individu dengan kontrol diri yang baik mampu mengatur dan mengarahkan perilaku belanja mereka berdasarkan kebutuhan yang lebih rasional. Borba (2008) mengartikan kontrol diri sebagai kemampuan untuk mengarahkan tubuh dan pikiran agar melakukan tindakan yang sesuai. Selain itu, Kotler (2015) juga mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kontrol diri, yang berhubungan dengan aspek kepribadian seseorang.

Averil (dalam Ghufron, 2012) membagi aspek kontrol diri menjadi beberapa kategori:

Pertama, kontrol perilaku (*behavior control*) merujuk pada kemampuan untuk

merespons dan mengubah situasi yang tidak menguntungkan. Ketika mahasiswa menghadapi kondisi yang tidak menyenangkan, mereka mungkin terjebak dalam perilaku pembelian non-rasional, yaitu membeli barang hanya untuk mendapatkan kesenangan sesaat.

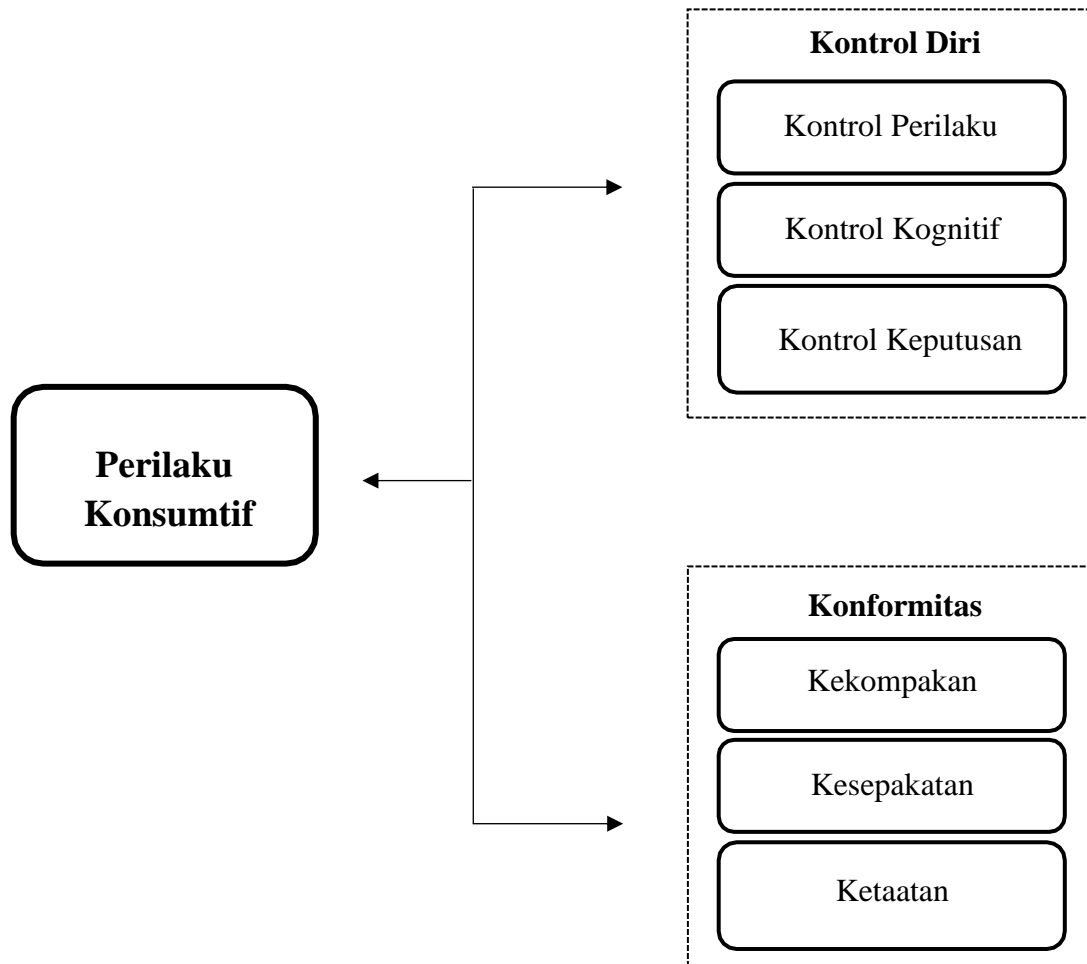
Kedua, kontrol kognitif (*cognitive control*) adalah kemampuan individu untuk memproses dan mengevaluasi informasi yang tidak diinginkan dalam konteks kognitif sebagai bentuk penyesuaian psikologis. Jika mahasiswa memiliki tingkat kontrol kognitif yang rendah, mereka mungkin kesulitan dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan, yang pada akhirnya dapat memicu perilaku pembelian impulsif, yaitu membeli barang berdasarkan dorongan emosional tanpa pertimbangan yang matang..

Ketiga, *decisional control*, yaitu kemampuan seseorang untuk membuat keputusan berdasarkan keyakinan atau persetujuan mereka. Jika kontrol keputusan mahasiswa rendah, mereka mungkin mengalami kesulitan dalam menentukan pentingnya barang yang akan dibeli, yang dapat mengarah pada wasteful buying, yaitu pengeluaran dana untuk barang yang tidak memiliki kebutuhan jelas.

Hubungan kompleks kontrol diri, konformitas, dan perilaku konsumtif menjadi fokus mendalam pada penelitian ini. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rook dan Fisher (2005) menyoroiti bahwa individu dengan tingkat kontrol diri yang rendah lebih rentan terhadap tekanan sosial, dan akibatnya, mereka cenderung mengalami perilaku konsumtif yang impulsif. Tekanan sosial dapat muncul dalam berbagai bentuk, termasuk norma-norma kelompok, tren konsumen, atau ekspektasi sosial terkait dengan kepemilikan barang.

Temuan dari penelitian Heatherton dan Baumeister (2011) mengungkapkan bahwa menghindari konformitas yang dapat berfungsi sebagai benteng pertahanan terhadap tekanan kelompok yang mendorong perilaku konsumtif. Individu dengan kemampuan menghindari konformitas cenderung mampu menahan diri dari godaan impulsif dan tidak terpengaruh oleh norma konsumsi yang mendominasi di lingkungan mereka. Hal ini menegaskan bahwa konformitas tidak hanya memainkan peran dalam pengelolaan impuls individual, tetapi juga dalam menanggapi pengaruh eksternal yang mungkin merayu individu untuk terlibat dalam perilaku konsumtif yang tidak terencana.

Gambar 1. Bagan kerangka konseptual hubungan kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif



E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, landasan teori diatas, maka dapat disusun suatu hipotesis sebagai berikut:

H1 = Terdapat hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone.

H2 = Terdapat hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone.

H3 = Terdapat hubungan kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif yang menggunakan teknik analisis statistik dengan pendekatan korelasional. Metode ini, sebagaimana diuraikan oleh Sugiyono (2018), melibatkan proses pengumpulan data yang berbentuk numerik, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mendapatkan hasil yang objektif. Azwar (2013) juga menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif sangat mengutamakan penggunaan data numerik, yang diproses melalui metode statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat diukur dan diuji secara empiris.

Di samping itu, penelitian ini menerapkan teknik korelasional sebagai salah satu metode utamanya. Menurut Siregar (2013), penelitian korelasional bertujuan untuk mengevaluasi dan menguji hubungan antara dua variabel atau lebih, guna memahami sejauh mana variabel-variabel tersebut saling berkaitan. Dengan kata lain, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan mengukur kekuatan serta arah hubungan antara variabel-variabel yang sedang diteliti, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pola interaksi antarvariabel. Penggunaan pendekatan kuantitatif dan korelasional secara bersamaan dalam penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan dapat diandalkan, memberikan wawasan yang lebih kaya tentang fenomena yang diteliti.

B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada sifat nilai atau karakteristik yang diidentifikasi dan dicatat oleh peneliti terkait dengan seseorang, objek, atau aktivitas, sesuai penjelasan Sugiyono (2017).

Fokus penelitian ini adalah untuk menguji perbedaan antara dua jenis variabel, yakni variabel bebas dan variabel terikat. Kedua jenis variabel ini mengalami perubahan atau perkembangan saling bergantung. Variabel bebas berfungsi sebagai penentu arah atau perubahan dalam variabel terikat, sementara variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas:

- 1) Variabel terikat (Y) Perilaku Konsumtif
- 2) Variabel bebas (X1) Kontrol Diri
- 3) Variabel bebas (X2) Konformitas.

C. Definisi Operasional

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif diukur melalui tindakan seseorang membeli barang tanpa adanya kebutuhan mendesak, lebih untuk mencapai kepuasan pribadi. Aspek-aspek yang diukur meliputi:

a. Pembelian Impulsif

Pembelian dilakukan secara tiba-tiba tanpa pertimbangan matang, dipengaruhi dorongan emosional, dan sering diikuti penyesalan.

b. Pemborosan

Pengeluaran berlebihan untuk barang atau jasa yang tidak diperlukan, hanya untuk memenuhi keinginan sesaat, berisiko mengganggu kondisi keuangan.

c. Mencari Kesenangan

Pembelian dilakukan semata-mata untuk kepuasan pribadi, tanpa alasan rasional, dengan fokus pada pengalaman belanja daripada manfaat barang.

Perilaku ini mencerminkan kecenderungan untuk mengutamakan kesenangan sesaat tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang pada keuangan dan keseimbangan hidup.

2. Kontrol Diri

Kontrol diri diukur melalui kemampuan individu untuk mengendalikan perilaku dan mempertimbangkan tindakan sebelum mengambil keputusan. Aspek-aspek kontrol diri meliputi:

a. Kontrol Perilaku

Kemampuan untuk merespons dan mengubah situasi yang tidak menyenangkan dengan cara menyesuaikan stimulus yang dihadapi dan mengatur tindakan yang tepat untuk menghadapi situasi tersebut.

b. Kontrol Kognitif

Kemampuan untuk mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan

menafsirkan atau menilai situasi secara positif, membantu individu mengurangi stres dan tekanan mental.

c. **Kontrol Keputusan**

Kemampuan memilih tindakan yang sesuai dengan prinsip dan nilai-nilai pribadi, memungkinkan individu mengambil keputusan yang efektif dan selaras dengan tujuan mereka.

3. Konformitas

Konformitas diukur melalui proses di mana individu menyesuaikan sikap, perilaku, atau kepercayaan individu agar selaras dengan norma kelompok atau sosial, sebagai respons terhadap tekanan kelompok. Aspek-aspek konformitas meliputi:

a. **Kekompakan**

Tingkat keterikatan dan solidaritas di antara anggota kelompok. Semakin tinggi kekompakan, semakin besar kemungkinan individu untuk mengikuti norma kelompok.

b. **Kesepakatan**

Kesetiaan anggota kelompok terhadap pendapat atau keputusan yang disepakati, meskipun mungkin ada perbedaan pribadi. Kesepakatan membantu menjaga kesatuan dan harmoni kelompok.

c. **Ketaatan**

Kemampuan anggota untuk menyesuaikan perilaku sesuai dengan tekanan kelompok, baik karena persuasif atau ancaman, meskipun mereka mungkin tidak sepenuhnya setuju.

Aspek-aspek ini mencerminkan adaptasi individu terhadap norma kelompok untuk menjaga kesatuan dan kelangsungan norma tersebut.

D. Tempat dan Waktu Penelitian

Studi ini dilakukan terhadap mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan platform *form google*. Pelaksanaan penelitian berlangsung pada rentang waktu 1-7 Oktober 2024.

E. Sumber dan Jenis Data

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer atau data mentah, yang merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari subjek atau responden menggunakan alat ukur (Azwar, 2019). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

2. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yang merujuk pada data berbentuk numerik (Azwar, 2019). Dalam penelitian ini, tipe data tersebut mencakup skor kontrol diri, skor konformitas, dan skor perilaku konsumtif.

F. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi merujuk pada kelompok yang menjadi subjek utama dalam suatu penelitian dan menjadi dasar untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut. Anggota dari kelompok ini memiliki karakteristik atau atribut tertentu yang membedakan mereka dari kelompok lainnya, yang menjadikan mereka relevan untuk tujuan penelitian yang sedang dilakukan (Azwar, 2019). Sugiyono (2006) juga memberikan definisi bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu, yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, dengan tujuan memperoleh data yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang valid.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan merujuk pada seluruh mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo, yang menurut data dari pangkalan data pendidikan tinggi (PDDikti) tercatat sebanyak 21.770 mahasiswa. Jumlah ini mencakup seluruh mahasiswa yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan kriteria penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat dan representatif mengenai populasi yang diteliti.

2. Sampel

Sampel merujuk pada sebagian kecil dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu, dan sampel tersebut merupakan representasi dari

keseluruhan populasi. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah mahasiswa yang memiliki produk Iphone di UIN Walisongo Semarang. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019), memberikan pedoman terkait ukuran sampel untuk penelitian:

- a. Ukuran sampel yang optimal dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500.
- b. Jika sampel dikategorikan, jumlah anggota sampel setiap kategori sebaiknya minimal 30.
- c. Jika penelitian melibatkan analisis multivariat, seperti korelasi atau regresi ganda, jumlah anggota sampel sebaiknya minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- d. Untuk penelitian eksperimen sederhana yang melibatkan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, jumlah anggota sampel masing-masing sebaiknya antara 10 hingga 20.

Sebanyak 150 mahasiswa dipilih oleh peneliti sebagai sampel penelitian. Penggunaan jumlah tersebut dirancang untuk memastikan bahwa temuan dan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini dapat diterapkan secara umum pada seluruh anggota populasi mahasiswa yang memiliki produk Iphone di UIN Walisongo Semarang.

3. Metode Sampling

Metode sampling dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*. Pendekatan ini dipilih karena peneliti tidak memiliki informasi lengkap mengenai jumlah populasi secara keseluruhan dan tidak mempunyai daftar lengkap anggota populasi yang telah ditetapkan. *Purposive sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Teknik *purposive sampling* digunakan ketika peneliti memiliki pertimbangan khusus dalam pengambilan sampel (Arikunto, 2010). Dikarenakan penelitian ini mengumpulkan data melalui *Google Forms*, peneliti tidak memiliki kendali penuh atas subjek yang mengisi formulir. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Mahasiswa aktif UIN Walisongo Semarang.
- b. Mahasiswa yang memiliki Iphone yang dibeli dengan dana pribadi atau bukan dari pemberian.

G. Metode dan Alat Pengumpulan Data

Tujuan pokok dalam mengumpulkan data dalam proses penelitian adalah untuk mengungkapkan informasi faktual mengenai variabel penelitian. Upaya ini diwujudkan melalui penerapan metode yang sesuai dan efisien, seperti yang dikemukakan oleh Azwar (2019). Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti memilih menggunakan Skala Likert sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Skala psikologis ini umumnya dipakai untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat individu atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Fokus pengukuran penelitian mencakup kontrol diri dan konformitas, dengan responden diberi empat opsi jawaban: sangat tidak sesuai (STS), tidak sesuai (TS), sesuai (S), dan sangat sesuai (SS). Pernyataan-pernyataan yang mewakili skala tersebut disajikan kepada responden untuk dinilai sejalan dengan preferensi mereka (Azwar, 2021). Tabel yang terlampir memberikan rincian kategori item beserta penilaian aitem yang sesuai.

Tabel. 1 Kategori Penilaian Aitem

Jawaban	Aitem	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
SS (Sangat Sesuai)	4	1
S (Sesuai)	3	2
TS (Tidak Sesuai)	2	3
STS (Sangat Tidak Sesuai)	1	4

1. Skala Perilaku Konsumtif

Alat ukur yang digunakan adalah skala perilaku konsumtif menggunakan teori Lina dan Rosyid (1997).

Tabel. 2 Blueprint skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	Membeli Produk Yang Tidak Direncanakan Sebelumnya	1,13,25	4,16,28	6
	Mudah Terpengaruh	7,19,31	10,22,34	6
Pemborosan (<i>Wasteful Buying</i>)	Suka Menghamburkan Uang	2,14,26	5,17,29	6
	Tidak Mempunyai Skala Prioritas	8,20,32	11,23,35	6
Pembelian Tidak Rasional (<i>Non Rational Buying</i>)	Membeli untuk kesenangan, bukan kebutuhan	3,15,27	6,18,30	6
	Membeli Mengutamakan Gengsi Daripada Kebutuhan	9,21,33	12,24,36	6
Jumlah total		18	18	36

2. Skala Kontrol Diri

Alat ukur yang digunakan adalah skala kontrol diri yang disusun oleh Anjani (2023) menggunakan teori Averill, kemudian dimodifikasi oleh penulis dengan mengubah kalimat sesuai karakteristik subjek yang akan diteliti.

Tabel. 3 Blueprint skala Kontrol Diri

Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
--------------	------------------	------------------	--------------------	---------------

<i>Behavior control</i> (Kontrol perilaku)	Mampu mengontrol ketika dihadapkan pada situasi	1,13,25	4,16,28	6
	Mampu mengendalikan perilaku	7,19,31	10,22,34	6
<i>cognitive control</i> (Kontrol kognitif)	Ketenangan pikiran	2,14,26	5,17,29	6
	Mampu bertindak secara rasional meskipun sedang menghadapi masalah	8,20,32	11,23,35	6
<i>Decisional control</i> (Kontrol keputusan)	Pengambilan keputusan	3,15,27	6,18,30	6
	Keputusan dalam berbagai situasi	9,21,33	12,24,36	6
Jumlah total		18	18	36

3. Skala Konformitas

Alat ukur yang digunakan adalah skala konformitas yang disusun oleh Annas (2023) menggunakan teori Sears, dkk (1991), kemudian dimodifikasi oleh penulis dengan mengubah kalimat sesuai karakteristik subjek yang akan diteliti.

Tabel. 4 Blueprint skala Konformitas

Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
Kekompakan	Mengikuti ajakan membeli suatu barang	1,13,25	4,16,28	6
	Mengikuti yang dilakukan teman	7,19,31	10,22,34	6
Kesepakatan	Sepakat membeli bersama teman	2,14,126	5,17,29	6

	berdasarkan tren yang sedang berkembang			
	Tetap loyal meskipun tertarik dengan pilihan lain	8,20,32	11,23,35	6
Ketaatan	Ikut membeli agar dianggap dalam kelompok	3,15,27	6,18,30	6
	Mengikuti perintah/hasil kesepakatan dalam kelompok meskipun tidak sependapat	9,21,33	12,24,36	6
Jumlah total		18	18	36

H. Validitas dan Realibilitas

1. Validitas

Menurut Azwar (2019), validitas mencerminkan sejauh mana suatu alat ukur atau tes mampu memenuhi tujuan pengukuran dengan tepat. Tingkat validitas yang tinggi dapat diterapkan pada alat ukur yang memberikan hasil yang akurat dan sesuai dengan tujuan pengukuran. Sugiyono (2017) mengatakan bahwa *instrument* penelitian akan valid apabila *instrument* tersebut dapat mengukur apa yang akan diukur. Validitas memiliki arti dimana ketelitian dan keberhasilan suatu *instrument* pengukur saat melakukan tugasnya (Azwar, 2019).

Pengukuran validitas penelitian ini menggunakan metode Korelasi Total Item yang dikoreksi dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS. Pendekatan ini merupakan suatu uji validitas yang melibatkan penilaian korelasi antara skor suatu item dengan skor keseluruhan, yang kemudian dikoreksi nilai koefisien korelasinya (Priyatno, 2014). Sugiyono (2015) menegaskan standar pengukuran dengan nilai koefisien setara atau lebih besar dari 0,3 untuk mengevaluasi validitas suatu item instrumen. Apabila koefisien yang tercatat melebihi atau sama dengan 0,30, dapat

diartikan bahwa item tersebut memiliki tingkat validitas yang memadai. Sebaliknya, jika nilai koefisien item instrumen berada di bawah 0,30, dapat dianggap bahwa item tersebut tidak memenuhi kriteria validitas.

a. Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif

Uji coba skala dilakukan dengan menyebarkan skala perilaku konsumtif yang terdiri atas 36 pernyataan kepada 40 mahasiswa sebagai responden. Berdasarkan hasil uji validitas, ditemukan bahwa 34 aitem dinyatakan valid, sedangkan 2 aitem tidak valid. Ketidakvalidan tersebut disebabkan koefisien korelasi yang diperoleh berada di bawah 0,30. Oleh karena itu, 2 aitem tersebut dieliminasi. Informasi lebih lanjut mengenai aitem yang gugur dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel. 5 Hasil uji validitas skala perilaku konsumtif

Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	Membeli Produk Yang Tidak Direncanakan Sebelumnya	1,13,25	4,16,28	6
	Mudah Terpengaruh	7,19,31	10,22,34*	6
Pemborosan (<i>Wasteful Buying</i>)	Suka Menghamburkan Uang	2,14,26	5*,17,29	6
	Tidak Mempunyai Skala Prioritas	8,20,32	11,23,35	6
Pembelian Tidak Rasional (<i>Non Rational Buying</i>)	Membeli untuk kesenangan, bukan kebutuhan	3,15,27	6,18,30	6
	Membeli Mengutamakan Gengsi Daripada Kebutuhan	9,21,33	12,24,36	6
Jumlah total		18	18	36

Keterangan:

Tanda * = Aitem gugur

b. Uji Validitas Skala Kontrol Diri

Selanjutnya, uji coba skala kontrol diri dilakukan dengan mendistribusikan skala yang berisi 36 aitem kepada 40 mahasiswa. Hasil analisis validitas menunjukkan bahwa dari keseluruhan aitem, 34 dinyatakan valid, sementara 2 aitem lainnya tidak memenuhi kriteria validitas karena memiliki koefisien korelasi kurang dari 0,30. Akibatnya, kedua aitem tersebut dinyatakan tidak lolos. Rincian aitem yang tidak valid dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel. 6 Hasil uji validitas skala kontrol diri

Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
<i>Behavior control</i> (Kontrol perilaku)	Mampu mengontrol ketika dihadapkan pada situasi	1,13,25	4,16,28	6
	Mampu mengendalikan perilaku	7,19,31	10,22,34	6
<i>cognitive control</i> (Kontrol kognitif)	Ketenangan pikiran	2,14,26	5,17,29	6
	Mampu bertindak secara rasional meskipun sedang menghadapi masalah	8,20,32	11,23,35	6
<i>Decisional control</i> (Kontrol keputusan)	Pengambilan keputusan	3,15,27	6,18,30*	6
	Keputusan dalam berbagai situasi	9,21,33	12*,24,36	6
Jumlah total		18	18	36

Keterangan:

Tanda * = Aitem gugur

c. Uji Validitas Skala Konformitas

Pada skala konformitas, uji coba dilakukan dengan menyebarkan skala yang terdiri dari 36 aitem pernyataan kepada 40 responden mahasiswa. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa sebanyak 34 aitem memenuhi kriteria validitas, sementara 2 aitem lainnya dinyatakan tidak valid karena koefisien korelasi yang diperoleh kurang dari 0,30. Dengan demikian, kedua aitem tersebut dikeluarkan dari skala. Rincian lebih lanjut mengenai aitem yang gugur dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel. 7 Hasil uji validitas skala konformitas

Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
Kekompakan	Mengikuti ajakan membeli suatu barang	1,13,25	4,16,28	6
	Mengikuti yang dilakukan teman	7,19,31	10,22,34	6
Kesepakatan	Sepakat membeli bersama teman berdasarkan tren yang sedang berkembang	2,14,126	5,17,29	6
	Tetap loyal meskipun tertarik dengan pilihan lain	8,20,32	11,23,35*	6
Ketaatan	Ikut membeli agar dianggap dalam kelompok	3,15,27*	6,18,30	6
	Mengikuti perintah/hasil kesepakatan dalam kelompok meskipun	9,21,33	12,24,36	6

	tidak sependapat			
Jumlah total		18	18	36

Keterangan:

Tanda * = Aitem gugur

2. Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada tingkat kepercayaan suatu alat ukur dalam memberikan hasil yang konsisten saat digunakan berulang kali dalam pengukuran. Alat ukur yang mampu menghasilkan hasil serupa secara konsisten dapat dianggap reliabel. Untuk menguji reliabilitas, digunakan rumus Cronbach's Alpha yang memungkinkan evaluasi dilakukan melalui satu kali pengujian terhadap lembar jawaban dari setiap kelompok. Metode ini memiliki keunggulan dalam hal efisiensi dan kemudahan penerapan (Azwar, 2019). Menurut Nugroho (2005), suatu variabel dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6.

a. Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif

Reliabilitas skala perilaku konsumtif diuji melalui perhitungan yang dilakukan dalam dua putaran pada aitem-aitem yang lolos seleksi. Hasil uji menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,905 dengan jumlah aitem sebanyak 34. Berdasarkan hasil tersebut, skala perilaku konsumtif dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60.

Tabel. 8 Hasil reliabilitas skala perilaku konsumtif

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.905	34

b. Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri

Pengujian reliabilitas skala kontrol diri juga dilakukan melalui perhitungan dua kali putaran pada aitem-aitem yang berhasil lolos. Nilai

Cronbach's Alpha yang diperoleh adalah 0,907 dengan total 34 aitem. Dengan demikian, skala kontrol diri dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel. 9 Hasil reliabilitas skala kontrol diri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	34

c. Uji Reliabilitas Skala Konformitas

Sementara itu, reliabilitas skala konformitas diuji menggunakan perhitungan serupa, yakni dua kali putaran pada aitem-aitem yang tetap dipertahankan. Hasil perhitungan menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,914 dengan jumlah aitem sebanyak 34. Oleh karena itu, skala konformitas dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik karena nilai Cronbach's Alpha melebihi batas 0,60.

Tabel. 10 Hasil reliabilitas skala konformitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.914	34

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Deskriptif

Uji deskriptif adalah salah satu metode statistik yang digunakan untuk memberikan gambaran rinci dan menyeluruh terhadap data yang dikumpulkan oleh peneliti dari lapangan. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan dan meringkas data tersebut secara detail, namun tidak ditujukan untuk membuat generalisasi atau kesimpulan yang berlaku secara umum (Sugiyono, 2015). Dengan menggunakan uji deskriptif, peneliti dapat menguraikan data secara sistematis dan menyajikan informasi yang berguna untuk analisis lanjutan.

Data yang diperoleh dari lapangan dijelaskan dalam berbagai bentuk, termasuk di antaranya adalah nilai rata-rata (*mean*), yang memberikan gambaran umum tentang pusat data; deviasi standar, yang mengukur seberapa jauh data menyebar dari rata-ratanya; serta nilai minimum dan maksimum, yang menunjukkan rentang data dari yang terkecil hingga yang terbesar. Selain itu, frekuensi, atau jumlah kemunculan nilai tertentu dalam data, juga dijelaskan untuk memberikan informasi tentang distribusi data. Melalui uji deskriptif, peneliti dapat memahami karakteristik dasar dari data yang dikumpulkan, yang kemudian dapat digunakan sebagai dasar untuk analisis statistik lebih lanjut.

2. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas memegang peran penting dalam penelitian untuk mengevaluasi apakah data yang dikumpulkan mengikuti distribusi normal atau tidak. Hal ini memiliki implikasi signifikan terutama saat menerapkan analisis statistik tertentu yang memerlukan asumsi distribusi normal, seperti uji parametrik. Identifikasi distribusi normal dapat dilakukan dengan melihat bentuk histogram data, di mana distribusi normal cenderung menyerupai lonceng. Sebaliknya, jika data tidak mengikuti distribusi normal, ciri-cirinya dapat tercermin dalam bentuk histogram yang terpotong atau berombak, sesuai dengan penjelasan oleh Agung (2016).

Metode umum yang digunakan untuk menilai normalitas adalah uji Kolmogorov-Smirnov, yang dapat secara statistik mengukur sejauh mana data deviasi dari distribusi normal. Standar tingkat signifikansi yang umumnya digunakan untuk uji ini adalah 0,05. Oleh karena itu, jika nilai p hasil uji lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa data mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai p kurang dari 0,05, data dianggap tidak mengikuti distribusi normal.

Pentingnya uji normalitas tidak hanya terletak pada kepatuhan terhadap asumsi analisis statistik, tetapi juga pada keakuratan interpretasi hasil dan generalisasi temuan penelitian. Oleh karena itu, melalui uji normalitas ini, peneliti dapat membuat keputusan yang lebih tepat terkait dengan pemilihan metode analisis yang sesuai dengan karakteristik distribusi data yang dimilikinya.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan langkah krusial sebelum menerapkan analisis korelasi Pearson dalam penelitian ini. Langkah ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan linear antara dua variabel yang diteliti. Proses uji linearitas dilakukan dengan menggunakan test for linearity pada perangkat lunak statistik SPSS versi 25.0 untuk Windows. Dalam konteks ini, penelitian ini menitikberatkan pada hubungan antara dua variabel tertentu. Jika hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara kedua variabel tersebut. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, dapat diinterpretasikan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat tidak linear. Pemahaman ini didasarkan pada pedoman yang disarankan oleh Muhson (2012). Dengan demikian, uji linearitas menjadi landasan penting untuk memastikan validitas analisis korelasi Pearson yang akan dilakukan, sebelum melangkah ke tahap analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

3. Uji Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan peneliti dapat diterima atau ditolak berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Menurut Purwanto (2010), uji hipotesis merupakan tahap penting dalam penelitian untuk mengevaluasi validitas dugaan awal. Proses ini membantu peneliti dalam menilai apakah sampel yang diteliti dapat mewakili populasi yang lebih besar serta apakah hubungan antara variabel-variabel penelitian sesuai dengan asumsi yang diajukan.

Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis korelasi berganda. Metode ini digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel kontrol diri dan konformitas (variabel bebas) dengan perilaku konsumtif dalam membeli iPhone (variabel terikat) pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Analisis korelasi berganda memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi kekuatan dan arah hubungan antar variabel secara simultan serta mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Jika hasil analisis menunjukkan bahwa nilai p (probabilitas) kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Ini berarti ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku

konsumtif. Sebaliknya, jika nilai p lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol diterima, menunjukkan bahwa hubungan antara kontrol diri, konformitas, dan perilaku konsumtif tidak signifikan.

Hasil uji korelasi berganda akan ditampilkan dalam tabel Coefficients, yang akan menunjukkan besaran pengaruh variabel kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam membeli iPhone. Jika hipotesis terbukti (nilai $p < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dan konformitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ini berarti bahwa semakin tinggi kontrol diri, perilaku konsumtif dalam membeli iPhone akan berkurang, sedangkan konformitas yang tinggi dapat meningkatkan perilaku konsumtif. Sebaliknya, jika hipotesis tidak terbukti (nilai $p > 0,05$), maka tidak ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel bebas dan perilaku konsumtif.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek

Sebaran subjek penelitian berdasarkan angkatan dapat dilihat melalui tabel berikut:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

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

Tabel. 11 Deskripsi jenis kelamin subjek

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	64	42,66%
Perempuan	86	57,33%

Diketahui ada total 150 subjek penelitian dalam kategori jenis kelamin laki-laki sebanyak 64 dengan presentase 42,66%, sedangkan perempuan 86 dengan presentase 57,33%.

b. Berdasarkan Semester Masa Studi

Berdasarkan semester masa studi, berikut persentase dari pengisian subjek penelitian:

Tabel. 12 Deskripsi semester masa studi subjek

Semester	Jumlah	Persentase
1	12	8%
3	18	12%
5	24	16%
7	32	21,33%
9	28	18,66%
11	36	24%

Berdasarkan tabel di atas, distribusi subjek penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa semester 1 berjumlah 12 orang, yang setara dengan 8% dari total responden. Mahasiswa semester 3 tercatat sebanyak 18 orang atau 12%. Jumlah mahasiswa semester 5 mencapai 24 orang, dengan persentase sebesar 16%. Sementara itu, mahasiswa semester 7 dengan 32 orang atau 21,33%. Untuk semester 9, terdapat 28 mahasiswa dengan persentase sebesar 18,66%. Terakhir, mahasiswa semester 11 tercatat sebanyak 36 orang, yang merepresentasikan 24% dari keseluruhan partisipan penelitian.

2. Kategorisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan tiga variabel utama, yaitu perilaku konsumtif, kontrol diri, dan konformitas. Setiap variabel diuji pada sampel penelitian, sehingga masing-masing variabel memiliki skor tersendiri. Proses kategorisasi dilakukan dengan menggunakan rata-rata skor dan standar deviasi dari setiap variabel untuk membagi data ke dalam tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Kategorisasi ini diperoleh melalui proses tabulasi dan analisis statistik yang dilakukan oleh peneliti, kemudian disajikan dalam bentuk tabel. Rumus yang digunakan untuk menentukan kategori skor dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel. 13 Rumus kategorisasi

Formula Kategori	Kategorisasi Skor
$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$	Rendah
$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X < (\text{Mean} + 1\text{SD})$	Sedang
$(\text{Mean} + 1\text{SD}) \leq X$	Tinggi

a) Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif

Tabel. 14 Hasil kategorisasi skor Perilaku Konsumtif

Rentang Skor	Kategorisasi Skor	Jumlah	Presentase
$X < 59$	Rendah	24	16%
$59 \leq X < 89$	Sedang	65	43,33%
$89 \leq X$	Tinggi	61	40,66%

Jumlah	150	100%
--------	-----	------

Berdasarkan data pada tabel 14, diketahui bahwa 24 mahasiswa atau sekitar 16%, memiliki perilaku konsumtif yang rendah. Sementara itu, 65 mahasiswa yang merupakan 43,33% dari total subjek, tergolong memiliki perilaku konsumtif pada tingkat sedang. Adapun kelompok dengan perilaku konsumtif yang tinggi berjumlah 61 mahasiswa atau sebesar 40,66%. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini tergolong memiliki perilaku konsumtif pada tingkat sedang (43,33%). Namun, proporsi mahasiswa dengan tingkat perilaku konsumtif tinggi (40,66%) juga cukup signifikan, sehingga menunjukkan adanya kecenderungan yang hampir seimbang antara kedua kategori tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa cenderung terkonsentrasi pada tingkat sedang hingga tinggi, sementara mahasiswa dengan perilaku konsumtif rendah hanya mencapai 16%.

b) Kategorisasi Variabel Kontrol Diri

Tabel. 15 Hasil kategorisasi skor Kontrol Diri

Rentang Skor	Kategorisasi Skor	Jumlah	Presentase
$X < 67$	Rendah	41	27,33%
$67 \leq X < 91$	Sedang	82	54,66%
$91 \leq X$	Tinggi	27	18%
Jumlah		150	100%

Berdasarkan data pada tabel 15, diketahui bahwa 41 mahasiswa atau sekitar 27,33%, memiliki kontrol diri yang rendah. Sementara itu, 82 mahasiswa yang merupakan 54,66% dari total subjek, tergolong memiliki kontrol diri pada tingkat sedang. Adapun kelompok dengan kontrol diri yang tinggi berjumlah 27 mahasiswa atau sebesar 18%. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini berada pada kategori kontrol diri sedang.

c) Kategorisasi Variabel Konformitas

Tabel. 16 Hasil kategorisasi skor Konformitas

Rentang Skor	Kategorisasi Skor	Jumlah	Presentase
--------------	-------------------	--------	------------

$X < 71$	Rendah	21	14%
$71 \leq X < 97$	Sedang	78	52%
$97 \leq X$	Tinggi	51	34%
Jumlah		150	100%

Berdasarkan data pada tabel 16, diketahui bahwa 21 mahasiswa atau sekitar 14%, memiliki konformitas yang rendah. Sementara itu, 78 mahasiswa yang merupakan 52% dari total subjek, tergolong memiliki konformitas pada tingkat sedang. Adapun kelompok dengan konformitas yang tinggi berjumlah 51 mahasiswa atau sebesar 34%. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini berada pada kategori konformitas sedang.

3. Hasil Uji Asumsi

Uji asumsi merupakan tahap awal yang harus dilakukan peneliti sebelum melanjutkan ke pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini, uji asumsi yang digunakan meliputi uji normalitas dan uji homogenitas.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS melalui uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data pada variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Prayitno, 2013).

Tabel. 17 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	150
Test Statistic	0,076
Asymp. Sig. (2-tailed)	.655 ^c

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel di atas, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk semua variabel menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,655. Karena nilai signifikansi tersebut (0,655) lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b) Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan linear antara variabel terikat dan variabel bebas dalam penelitian. Hubungan tersebut dapat dianggap linear jika nilai *linearity* kurang dari 0,05, sementara nilai *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05.

Tabel. 18 Hasil Uji Linearitas Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif

ANOVA Table						
			Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
Kontrol Diri*Perilaku Konsumtif	Between Groups	(Combined)	2523,428	31	394,716	0,000
		Linearity	13156,743	1	1366,196	0,000
		Deviation from Linearity	6857,683	30	134,569	0,533
	Within Groups		11849,643	118	122,388	
	Total		32404,842	149		

Berdasarkan tabel 18, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada baris *linearity* adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, dan pada baris *deviation from linearity* terdapat nilai signifikansi 0,533, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel terikat (perilaku konsumtif) dan variabel bebas (kontrol diri). Selanjutnya, untuk mengetahui hubungan linear antara variabel terikat (perilaku konsumtif) dan variabel bebas (konformitas), dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel. 19 Hasil Uji Linearitas Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif

ANOVA Table						
			Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
Konformitas *Perilaku Konsumtif	Between Groups	(Combined)	19212,812	43	446,810	0,000
		Linearity	14677,440	1	14677,440	0,000
		Deviation from Linearity	4535,372	42	107,985	0,693
	Within Groups		13184,021	106	124,378	
	Total		32345,833	149		

Berdasarkan tabel 19, nilai signifikansi pada baris *linearity* adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, dan pada baris *deviation from linearity* terdapat nilai signifikansi 0,693, yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel terikat (perilaku konsumtif) dan variabel bebas (konformitas).

4. Hasil Uji Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis, analisis data dilakukan menggunakan SPSS 22 for Windows dengan metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pengujian hipotesis dilakukan dalam tiga tahap, mengingat penelitian ini melibatkan tiga variabel, yaitu kontrol diri (X1), konformitas (X2), dan perilaku konsumtif (Y), sebagai berikut.

a) Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri (X1) dan perilaku konsumtif (Y) mahasiswa dalam membeli Iphone. Untuk menguji hubungan antara X1 dan Y, peneliti menggunakan korelasi sederhana. Hasil uji korelasi antara kontrol diri dan perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel. 20 Hasil Uji Hipotesis Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif

Correlations			
		Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	-.649**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	150	150
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-.649**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	150	150
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel, koefisien korelasi antara kontrol diri dan perilaku konsumtif menunjukkan nilai -0,649, yang menunjukkan hubungan negatif dengan kategori korelasi yang kuat. Nilai signifikansi (*sig.* 2-tailed) antara kontrol diri dan perilaku konsumtif adalah 0,000. Karena nilai $p < 0,05$, maka korelasi ini dapat dianggap signifikan. Dengan nilai signifikansi uji hipotesis sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis antara variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif menunjukkan hasil yang signifikan.

Tabel. 21 Kategori Rentang Koefisien

Rentang Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,6 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif, serta dengan memperhatikan nilai signifikansi dan koefisien korelasi, menurut Sugiyono (2017), dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dan perilaku

konsumtif memiliki hubungan yang kuat pada mahasiswa yang membeli Iphone. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima, yaitu terdapat hubungan antara kontrol diri (X1) dan perilaku konsumtif (Y) mahasiswa dalam membeli Iphone.

b) Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hubungan antara konformitas (X2) dan perilaku konsumtif (Y) mahasiswa dalam membeli Iphone. Untuk menentukan adanya hubungan antara X2 dan Y, peneliti menggunakan korelasi sederhana. Temuan uji korelasi antara konformitas dan perilaku konsumtif ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel. 22 Hasil Uji Hipotesis Konformitas dan Perilaku Konsumtif

Correlations			
		Konformitas	Perilaku Konsumtif
Konformitas	Pearson Correlation	1	.663**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	150	150
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.663**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	150	150
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan data dalam tabel, koefisien korelasi antara konformitas dan perilaku konsumtif menunjukkan nilai 0,663, yang mengindikasikan hubungan positif dengan kategori korelasi yang kuat. Nilai signifikansi (*sig.* 2-tailed) antara konformitas dan perilaku konsumtif adalah 0,000. Karena nilai $p < 0,05$, korelasi ini dapat dianggap signifikan. Dengan nilai signifikansi uji hipotesis sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis antara variabel konformitas dan perilaku konsumtif menunjukkan hasil yang signifikan.

Tabel. 23 Kategori Rentang Koefisien

Rentang Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,6 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai konformitas dan perilaku konsumtif, serta dengan memperhatikan nilai signifikansi dan koefisien korelasi, menurut Sugiyono (2017), dapat disimpulkan bahwa konformitas dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang kuat pada mahasiswa yang membeli Iphone. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima, yaitu terdapat hubungan antara konformitas (X2) dan perilaku konsumtif (Y) mahasiswa dalam membeli Iphone.

c) Hipotesis Ketiga

Untuk menguji hipotesis ketiga, peneliti menggunakan analisis korelasi ganda. Hipotesis yang diajukan adalah adanya hubungan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone. Tabel berikut menyajikan hasil pengujian hipotesis antara kontrol diri, konformitas, dan perilaku konsumtif, sebagai berikut:

Model Summary^b									
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	.726 ^a	0,527	0,520	10,21250	0,527	81,813	2	147	0,000
a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Konformitas									
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif									

Tabel. 24 Hasil Uji Hipotesis antara Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel 24, terlihat bahwa kontrol diri dan konformitas memiliki koefisien korelasi sebesar 0,726, yang menunjukkan hubungan yang kuat dengan perilaku konsumtif. Selanjutnya, nilai probabilitas (*sig. F Change*) sebesar 0,000 digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi dari koefisien korelasi ganda. Hubungan antara variabel ini dianggap signifikan karena nilai *sig. F* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis ketiga menunjukkan adanya hubungan antara kontrol diri (X1) dan konformitas (X2) dengan perilaku konsumtif (Y) mahasiswa dalam membeli Iphone.

Berdasarkan analisis data tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone, yang terlihat dari koefisien korelasi positif dan signifikansi. Hipotesis kedua menunjukkan hubungan yang kuat antara konformitas dan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone, yang juga dibuktikan dengan koefisien korelasi positif dan signifikan. Hipotesis ketiga membuktikan adanya hubungan yang kuat antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone, yang terlihat dari koefisien korelasi dan signifikansi yang terukur.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone. Terdapat tiga hipotesis dalam penelitian ini: Hipotesis pertama menguji hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone; hipotesis kedua menguji hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone; dan hipotesis ketiga menguji hubungan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone. Penelitian ini melibatkan 150 mahasiswa yang membeli Iphone sebagai subjek. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli Iphone.

1. Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Iphone

Pengujian hipotesis pertama (H1) menggunakan korelasi Product Moment Pearson menghasilkan koefisien korelasi sebesar $-0,649$ dengan nilai signifikansi (sig. 2-tailed) $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif dengan kategori hubungan yang kuat, menurut kriteria Sugiyono (2014). Oleh karena itu, hipotesis pertama diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah perilaku konsumtif, dan sebaliknya, semakin tinggi perilaku konsumtif, semakin rendah kontrol diri.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Fitriana dan Setiyawan (2020), yang menemukan bahwa kontrol diri berperan signifikan dalam mengurangi perilaku konsumtif pada remaja. Kontrol diri membantu individu menahan dorongan untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan, seperti produk berharga prestise seperti iPhone. Teori Baumeister (1994) mendukung hal ini, dengan menyatakan bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk mengatur impuls dan membuat keputusan yang rasional. Dalam konteks perilaku konsumtif, kontrol diri berfungsi untuk membantu individu mengelola keinginan terhadap barang yang tidak esensial.

Bandura (1997) menjelaskan bahwa kontrol diri dipengaruhi oleh efikasi diri, yakni keyakinan individu pada kemampuannya untuk mengendalikan perilaku dan membuat keputusan bijaksana. Skinner (2003) juga menyoroti bahwa kontrol diri adalah hasil penguatan terhadap perilaku tertentu. Mahasiswa yang terbiasa menerima penguatan positif atas keputusan rasional, seperti pujian karena pengelolaan keuangan yang baik, cenderung memiliki kontrol diri yang lebih baik dalam mengelola perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan kontrol diri yang tinggi lebih selektif dalam memilih barang yang dibeli, terutama jika barang tersebut hanya untuk memenuhi gengsi sosial.

Saraswati (2019) juga mengemukakan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri yang baik cenderung lebih mampu mempertimbangkan manfaat barang yang dibeli. Meskipun barang prestise seperti iPhone sering dipengaruhi oleh dorongan sosial, mahasiswa dengan kontrol diri yang tinggi dapat menekan pengaruh tersebut dan

fokus pada kebutuhan yang lebih rasional. Penelitian oleh Muhammad Pedy Purnama (2021) menunjukkan bahwa selama pandemi COVID-19, terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah perilaku konsumtif mereka, dengan kontrol diri berkontribusi 13,9% terhadap perilaku konsumtif, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya hidup, konformitas, iklan, dan penggunaan kartu kredit. Penelitian ini menggunakan metode korelasi Pearson dengan reliabilitas skala tinggi ($\alpha > 0,8$).

2. Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Iphone

Uji hipotesis kedua (H2) menunjukkan hasil yang signifikan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment. Pengujian ini memperoleh koefisien sebesar 0,663 dan nilai p sebesar 0,000 (1) dan (2), yang berarti $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif, dengan kategori hubungan yang kuat menurut kriteria Sugiyono (2014). Oleh karena itu, hipotesis kedua diterima. Hal ini dapat dipahami sebagai hubungan positif: semakin tinggi nilai konformitas, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan.

Penemuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah & Dewi (2020), yang menemukan bahwa konformitas menjadi salah satu faktor signifikan yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu yang memiliki kecenderungan untuk mengikuti kelompok atau teman-temannya lebih rentan terhadap perilaku konsumtif, terutama pada barang-barang bermerek seperti iPhone. Dalam penelitian lain, Pratama dan Santoso (2019) juga mengemukakan bahwa konformitas memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa dengan mengarah pada pembelian produk yang dianggap dapat meningkatkan status sosial.

Konformitas merupakan bentuk adaptasi sosial yang membuat individu menyesuaikan perilaku, nilai, atau sikapnya dengan kelompok tertentu (Myers, 2012). Mahasiswa yang cenderung mengikuti kelompok sosialnya memiliki

peluang lebih besar untuk mengadopsi gaya konsumsi yang serupa, termasuk dalam pembelian produk mewah seperti iPhone. Teori Social Comparison dari Festinger (2004) menegaskan bahwa individu membandingkan dirinya dengan orang lain sebagai cara untuk mengevaluasi status sosial dan kemampuan. Dalam penggunaan iPhone sering kali dianggap sebagai simbol status yang membuat mahasiswa merasa lebih diterima oleh lingkungannya. Hurlock (1980) menambahkan bahwa dorongan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok, terutama pada masa muda, sangat kuat karena individu berada dalam tahap pengembangan identitas sosial. Konformitas yang tinggi dapat mengarahkan individu pada perilaku konsumtif ketika mereka merasa tekanan untuk membeli barang tertentu demi mengikuti norma kelompok.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan dari Hasanah (2018), yang menyebutkan bahwa perilaku konsumtif sering kali dipengaruhi oleh dorongan untuk mendapatkan pengakuan atau diterima oleh kelompok. Ketika mahasiswa melihat bahwa teman-teman mereka menggunakan produk tertentu, seperti iPhone, mereka merasa terdorong untuk melakukan hal yang sama demi menghindari rasa terisolasi atau agar dianggap bagian dari kelompok.

Penelitian yang dilakukan oleh Ika Pratiwi (2022) di Universitas Negeri Malang mengungkapkan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin besar tingkat konformitas mahasiswa terhadap kelompok sosialnya, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk membeli barang-barang mewah, seperti iPhone. Dalam studi ini, konformitas memberikan kontribusi sebesar 32% terhadap perilaku konsumtif, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti gaya hidup dan status ekonomi.

3. Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif

Mahasiswa Dalam Membeli Iphone

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini mengemukakan adanya hubungan antara kontrol diri, konformitas, dan perilaku konsumtif mahasiswa dalam pembelian iPhone. Hasil analisis korelasi berganda menunjukkan hubungan signifikan antara ketiga variabel tersebut, dengan koefisien korelasi sebesar 0,726. Nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat, sesuai dengan kriteria yang

ditetapkan oleh Sugiyono (2014), sehingga hipotesis ketiga dapat diterima. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh, yaitu 0,00, memperkuat temuan tersebut karena berada di bawah batas ambang 0,05. Hal ini menunjukkan adanya hubungan simultan yang signifikan antara pengendalian diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam pembelian iPhone, yang tergolong sebagai hubungan yang kuat.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang yang berada pada rentang usia dewasa awal, yaitu 18–25 tahun. Usia ini, menurut Santrock (2014), merupakan masa transisi yang ditandai dengan eksplorasi identitas, pencarian kemandirian, dan meningkatnya pengaruh lingkungan sosial. Dalam tahap perkembangan ini, individu cenderung menghadapi tantangan dalam pengambilan keputusan, termasuk keputusan yang berkaitan dengan perilaku konsumtif.

Pola perilaku konsumtif mahasiswa pada tahap dewasa awal juga dapat bervariasi berdasarkan tingkat semester. Mahasiswa semester awal dalam range semester 1-3, yang umumnya berada pada rentang usia 18–20 tahun, cenderung lebih impulsif dalam pembelian barang. Berk (2013) menjelaskan bahwa pada tahap awal masa dewasa, kontrol diri masih dalam proses transisi, sehingga mahasiswa lebih mudah terpengaruh oleh tren atau tekanan sosial untuk memiliki barang-barang bermerek, khususnya iPhone, sebagai cara untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sebaya atau membangun identitas sosial. Namun, mahasiswa semester akhir dalam range semester 3 keatas yang menunjukkan perilaku konsumtif yang cukup signifikan, meskipun dengan skala yang lebih rendah.

Menurut Arnett (2000), meskipun kedewasaan mulai berkembang, individu pada tahap dewasa awal masih cenderung menggunakan perilaku konsumtif sebagai simbol pencapaian atau status sosial, terutama dalam persiapan menuju dunia kerja atau transisi ke tahap kehidupan berikutnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Schiffman dan Kanuk (2007), yang menyatakan bahwa konsumsi sering kali menjadi sarana untuk membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial, terutama pada tahap kehidupan di mana identitas diri masih dalam proses pembentukan. Pada usia ini, perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kontrol diri dan konformitas.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, subjek penelitian hanya terbatas pada mahasiswa dalam kelompok tertentu, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan secara luas. Kedua, variabel lain seperti pengaruh iklan, teknologi media sosial, atau kondisi ekonomi individu belum diperhitungkan dalam penelitian ini. Kendati demikian, penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai peran kontrol diri dan konformitas dalam perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dalam membeli produk prestise seperti iPhone. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi intervensi untuk meningkatkan pengendalian diri mahasiswa.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan populasi dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai latar belakang budaya dan wilayah untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan variabel tambahan seperti strategi pemasaran, gaya hidup, atau norma sosial yang dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam atau observasi, juga dapat digunakan untuk menggali pengalaman mahasiswa secara lebih rinci terkait motivasi dan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif.

Temuan ini juga dapat menjadi referensi penting bagi universitas atau lembaga pendidikan untuk merancang program edukasi keuangan dan pengelolaan diri bagi mahasiswa. Misalnya, menyediakan pelatihan manajemen kontrol diri, literasi keuangan, atau pembekalan tentang pengaruh konformitas dalam pengambilan keputusan konsumsi. Dengan demikian, mahasiswa dapat mengelola perilaku konsumtifnya dengan lebih baik dan membuat keputusan pembelian yang lebih rasional.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama, terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli iPhone. Semakin tinggi kemampuan mahasiswa untuk mengendalikan dorongan dan menahan keinginan yang tidak penting, semakin rendah kecenderungan mereka untuk terlibat dalam perilaku konsumtif. Sebaliknya, mahasiswa dengan kontrol diri yang rendah cenderung lebih impulsif dalam pengambilan keputusan pembelian, terutama untuk produk mewah seperti iPhone yang sering kali diasosiasikan dengan status sosial.

Kedua, terdapat hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang cenderung mengikuti norma atau tekanan kelompok sosial lebih rentan terpengaruh untuk membeli iPhone, meskipun hal tersebut mungkin tidak sesuai dengan kebutuhan mereka. Tekanan dari teman sebaya atau kelompok sosial sering kali memicu perilaku konsumtif untuk menjaga citra diri dan diterima oleh kelompok tersebut.

Ketiga, terdapat hubungan secara simultan antara kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, kombinasi dari rendahnya kontrol diri dan tingginya tingkat konformitas dapat memperbesar kecenderungan mahasiswa untuk membeli iPhone secara konsumtif. Faktor-faktor ini saling berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa, terutama dalam konteks produk yang memiliki nilai simbolik seperti iPhone.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa disarankan untuk meningkatkan kemampuan kontrol diri dengan cara melatih pengambilan keputusan yang lebih rasional, seperti membuat prioritas kebutuhan sebelum membeli produk mahal seperti iPhone. Mahasiswa juga diharapkan untuk lebih sadar terhadap tekanan

sosial yang dapat mendorong perilaku konsumtif dan belajar untuk menilai kebutuhan berdasarkan nilai fungsional, bukan hanya simbolik.

2. Bagi Lembaga Pendidikan Tinggi

Lembaga pendidikan tinggi dapat memanfaatkan hasil penelitian ini dengan mengadakan program pelatihan terkait kontrol diri, seperti workshop pengelolaan keuangan atau pelatihan pengambilan keputusan yang rasional. Selain itu, lembaga juga dapat memberikan edukasi tentang dampak negatif konformitas yang berlebihan terhadap perilaku konsumtif, misalnya melalui seminar atau kampanye di lingkungan kampus.

3. Bagi Keluarga Mahasiswa

Keluarga diharapkan memberikan edukasi sejak dini tentang pentingnya pengelolaan keuangan dan cara menghadapi tekanan sosial dalam lingkungan pertemanan. Komunikasi yang terbuka antara orang tua dan anak dapat membantu mahasiswa lebih percaya diri dalam menolak ajakan atau tekanan sosial yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, seperti faktor budaya, pengaruh media sosial, atau status ekonomi keluarga. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat menggunakan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam, untuk menggali motivasi dan pengalaman pribadi mahasiswa dalam menghadapi tekanan konformitas. Penelitian juga dapat dilakukan pada populasi yang lebih luas untuk memperkuat generalisasi hasil penelitian. Hambatan yang mungkin dihadapi dalam penelitian selanjutnya meliputi beberapa aspek. Pertama, mengeksplorasi variabel seperti faktor budaya, pengaruh media sosial, atau status ekonomi keluarga membutuhkan data yang kompleks dan beragam, sehingga dapat mempersulit proses analisis. Kedua, penggunaan metode kualitatif seperti wawancara mendalam memerlukan waktu dan sumber daya yang lebih besar, termasuk keahlian dalam teknik wawancara serta analisis data kualitatif yang mendalam. Ketiga, penelitian pada populasi yang lebih luas membutuhkan pengelolaan logistik dan pendanaan yang lebih signifikan, terutama dalam

hal pengumpulan data yang representatif. Untuk mengatasi hambatan tersebut, peneliti perlu mempersiapkan rencana penelitian yang matang, termasuk alokasi waktu dan sumber daya yang memadai, serta mempertimbangkan pendekatan kolaboratif untuk mendukung pelaksanaan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P. (2019). *Hubungan konsep diri dengan gaya hidup hedonis komunitas vape thirty one*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.4410>
- Annas, Muhammad (2023) *Hubungan persepsi kualitas produk dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada pembelian produk mod 3d di game bussid*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Arinda, D. (2021). Konformitas dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 528. Psikoborneo.
- Azwar, S. (2001). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan validitas*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2003). *Psikologi sosial*. Erlangga.
- Baron, R.A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial (10 ed)*. Erlangga.
- Dezianti, D. A. N., & Hidayati, F. (2021). Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Journal Of Psychological Science And Profession*, 5(2), 151. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v5i2.28913>
- Elgeka. H. W. S., & Ma, J. (2020). Mental budgeting and the malleability of decision-making. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(2), 139–154. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v5i2.5759>.
- Engel. (2014). *Hubungan antara penerimaan diri dengan kecemasan dalam menjalin hubungan lawan jenis pada perempuan dewasa awal*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Erlyanawati, E. (2016). *Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping pada mahasiswi Fakultas psikologi Universitas*

- Muhammadiyah Surakarta. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Firmansyah, A., & Dewi, R. (2020). *Konformitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa terhadap Produk Bermerek*. *Jurnal Psikologi Sosial*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.13579/jps.v8i2.2020>
- Hasanah, N. (2018). *Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Membeli Smartphone Bermerek*. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 10(1), 45–52. <https://doi.org/10.54321/jpp.v10i1.2018>
- Hurlock, E. B. (1980). *Developmental Psychology: A Life-Span Approach*. McGraw-Hill.
- Kresdianto, D. (2014) *Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif fashion pakaian pada mahasiswi di Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Kurniawan, R., & Nugroho, A. (2021). Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Psikologi Sosial*, 11(4), 210–225. <https://doi.org/10.54321/jps.v11i4.2021>
- Listiara&Azizah. (2017). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian tas melalui online shop pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) dan Fakultas Ilmu Budaya (FIB) Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*. Vol. 4.No. 01. <https://doi.org/10.12345/empati.v4i1.2017>
- Lokita, K., Siahaan, F., & Widyasari, P. (2021). The mediating effect of emotion regulation on the mindfulness and impulsivity of high school students. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 6, 199–214. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21580/pjpp.v6i2.8953>.
- Pratama, R., & Santoso, B. (2019). *Pengaruh Konformitas terhadap Konsumsi Mewah pada Mahasiswa*. *Journal of Consumer Behavior*, 5(3), 56–68. <https://doi.org/10.54321/jcb.v5i3.2019>
- Purnama, Muhammad Pedy. (2021). *Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19*. Skripsi, UIN Raden Intan Lampung.
- Sari, I. A. & Kustanti, E. R. (2020). Hubungan antara kontrol diri dengan

pengungkapan diri pada remaja pengguna media sosial instagram. *Jurnal Empati*, 9(1), 52-57. <https://doi.org/10.14710/empati.2020.26921>.

Setiadi, J. N. (2015). *Psikologi konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sultan, A. J., Joireman, J., & Sprott, D. E. (2012). Building consumer self-control: The effect of self-control exercises on impulse buying urges. *Marketing Letters*, 23(1), 61–72. Doi: [10.1007/s11002-011-9135-4](https://doi.org/10.1007/s11002-011-9135-4)

Syaiful, I. A., & Sari, A. V. K. (2017). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam bertransaksi di media sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(1), 95. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v1i1.904>

Yanti Harita, Y., Gusnardi, G., & Yogi Riyantama Isjoni, M. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13522–13530. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i2.4588>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Blue Print Instrumen Penelitian

1. SKALA KONTROL DIRI

Aspek	Indikator Perilaku	Pernyataan/Aitem	Nomor Aitem	
			Favorable	Unfavorable
1. <i>Behavior Control</i> (Kontrol Perilaku)	a. Mampu mengontrol ketika dihadapkan pada situasi	Saya melakukan sesuatu atas dasar kehendak dari diri saya sendiri.	1	
		Saya membuat keputusan sendiri tanpa adanya andil dari orang lain	13	
		Saya mampu menempatkan diri saya dalam berbagai situasi	25	
		Saya membiarkan orang lain mencampuri urusan saya		4
		Apabila saya merasa kurang menyukai sesuatu saya akan menunjukkannya		16
		Ketika saya marah saya akan melampiaskan kepada orang lain		28
	b. Mampu mengendalikan perilaku	Saya mampu mengelola waktu dengan baik	7	
		Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli Iphone meskipun teman-teman saya memilikinya	19	
		Bagi saya tren membeli Iphone cenderung kurang mempengaruhi kehidupan saya	31	
		Saya kesulitan menahan diri untuk membeli Iphone saat ada diskon besar-besaran		10

		Saya sering membeli Iphone meskipun saya tahu saya tidak membutuhkannya		22
		Saya cenderung mengutamakan membeli Iphone daripada kebutuhan akademis		34
2. <i>Cognitive Control</i> (Kontrol Kognitif)	a. Ketenangan Pikiran	Saya cenderung kurang terlalu memikirkan apa yang bukan menjadi urusan saya	2	
		Saya cenderung kurang peduli dengan apa yang orang lain katakan tentang diri saya	14	
		Saya dapat tetap tenang meskipun banyak masalah	26	
		Saya merasa cemas ketinggalan tren, jika tidak segera membeli Iphone		5
		Saya mudah tersinggung dengan apa yang dikatakan teman saya		17
		Pikiran saya gampang terpengaruh dengan orang lain		29
	b. Mampu bertindak secara rasional meskipun sedang menghadapi masalah.	Saya tetap menjaga hubungan baik dengan orang yang membenci saya	8	
		Saya dapat mempertimbangkan pro dan kontra sebelum membeli Iphone	20	
		Saya dapat memberikan saran ketika teman saya mempunyai masalah	32	
		Saya mudah menyerah apabila merasa kesulitan		11
		Saya cenderung menutup diri ketika ada masalah		23
		Saya membeli Iphone meskipun tahu bahwa saya		35

		sedang mengalami masalah finansial		
3. <i>Desicional Control</i> (Kontrol Kepuasan)	a. Pengambilan keputusan.	Saya memiliki pendirian yang kuat	3	
		Saya dapat menolak ajakan teman apabila saya memiliki urusan yang lebih penting	15	
		Saya akan mempertimbangkan dengan matang terlebih dahulu sebelum bertindak	27	
		Saya merasa kurang nyaman jika menolak ajakan teman		6
		Saya cenderung terburu-buru dalam mengambil keputusan		18
		Saya cenderung labil dalam mengambil keputusan		30
	b. Keputusan dalam berbagai situasi	Saya dapat memutuskan mana hal yang lebih penting bagi saya	9	
		Saya memilih keputusan berdasarkan tanggung jawab	21	
		Ketika saya memiliki janji saya akan menepatinya	33	
		Saya lebih mementingkan kepentingan orang lain dibanding kepentingan diri saya sendiri		12
		Saya memilih keputusan berdasarkan opini dari orang lain		24
		Saya merasa sulit untuk mengambil keputusan		36
JUMLAH			18	18
TOTAL			36	

2. SKALA KONFORMITAS

Aspek	Indikator Perilaku	Pernyataan/Aitem	Nomor Aitem	
			Favora ble	Unfavo rable
1.Kekompakan	a. Mengikuti ajakan membeli suatu benda	Saya membeli Iphone karena diajak oleh teman	1	
		Saya takut dijauhi teman-teman jika tidak ikut membeli Iphone tersebut	13	
		Saya ikut membeli Iphone ketika diberi rekomendasi oleh teman yang sudah beli Iphone merk tersebut	25	
		Saya enggan untuk membeli Iphone ketika teman-teman saya mengajak		4
		Saya merasa kurang terpengaruh oleh iklan Iphone yang diberikan oleh teman		16
		Saya menerima apabila teman teman saya menjauh karena tidak membeli Iphone yang sama dengan mereka		28
	b. Mengikuti yang dilakukan teman	Saya membeli Iphone karena melihat teman sudah membeli	7	
		Saya merasa gelisah jika tidak memiliki Iphone seperti yang teman-teman miliki	19	
		Saya meminta informasi pembelian Iphone ke teman yang sudah membeli Iphone terbaru	31	
		Saya membeli Iphone karena tertarik dengan iklan		10
		Saya sulit terpengaruh untuk membeli ketika melihat orang lain membeli Iphone		22
		Saya membeli Iphone hanya karena ingin terlihat seperti		34

		teman-teman saya yang memiliki Iphone terbaru		
2. Kesepakatan	a. Sepakat membeli bersama teman berdasarkan tren yang sedang berkembang	Saya sudah berjanjian bersama teman apabila ada Iphone seri terbaru rilis maka akan membeli bersama	2	
		Saya selalu menabung bersama teman untuk membeli Iphone	14	
		Saya merasa kurang nyaman apabila tidak bertanya ke teman sebelum membeli	26	
		Saya merasa enggan membeli Iphone, meskipun banyak teman yang juga membelinya		5
		Saya melihat review Iphone di youtube sebelum membeli		17
		Saya melihat ulasan tentang Iphone yang akan saya beli melalui postingan maupun komentar orang-orang di sosial media		29
	b. Tetap loyal meskipun tertarik dengan pilihan lain	Saya merasa kurang nyaman untuk membeli seri Iphone yang saya inginkan sehingga membeli seri Iphone lain agar sama seperti teman	8	
		Saya rela mengikuti ajakan teman membeli seri Iphone lain walaupun saya ingin membeli seri Iphone yang saya inginkan	20	
		Saya terpaksa membeli Iphone yang kurang saya inginkan agar dianggap dalam pertemanan saya	32	
		Saya selalu mempunyai keyakinan kuat ketika membeli		11
		Saya selalu membeli seri Iphone yang saya inginkan tanpa mengikuti ajakan teman		23

		Saya memiliki kebebasan untuk membeli Iphone tanpa harus memikirkan orang lain		35
3. Ketaatan	a. Ikut membeli agar dianggap dalam kelompok	Saya terpaksa membeli Iphone agar tetap dianggap teman-teman saya	3	
		Saya cemas apabila menolak perintah teman jika tidak membeli Iphone	15	
		Saya berusaha mengikuti setiap pendapat teman saya untuk membeli Iphone	27	
		Saya membeli Iphone tanpa ada keterpaksaan harus dianggap oleh teman-teman		6
		Saya cenderung sulit diarahkan ketika membeli sesuatu		18
		Saya biasa saja ketika dicibir teman jika tidak membeli Iphone		30
	b. Mengikuti perintah/hasil kesepakatan dalam kelompok meskipun tidak sependapat	Saya membeli Iphone karena setuju dengan hasil diskusi biarpun saya kurang menyukai Iphone tersebut	9	
		Saya akan menyetujui jika disuruh membeli Iphone walau saya kurang menyukai	21	
		Saya cenderung mengikuti teman membeli Iphone walaupun saya sedang ada masalah finansial	33	
		Saya merasa bebas dalam kelompok ketika membeli Iphone		12
		Saya kurang peduli dengan permintaan teman meskipun mereka menekan saya		24
		Saya membeli Iphone dari menyisihkan hasil uang jajan saya sendiri		36

JUMLAH	18	18
TOTAL	36	

3. SKALA PERILAKU KONSUMTIF

Aspek	Indikator Perilaku	Pernyataan/Aitem	Nomor Aitem	
			Favora ble	Unfavo rable
1. Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	a. Membeli sesuatu yang tidak direncanakan sebelumnya	Saya hanya membeli iPhone jika sudah direncanakan sebelumnya.	1	
		Saya memikirkan kebutuhan dan manfaat sebelum memutuskan membeli iPhone.	13	
		Saya cenderung menunda pembelian iPhone hingga benar-benar diperlukan.	25	
		Saya sering membeli iPhone secara spontan tanpa perencanaan.		4
		Saya tidak berpikir panjang ketika ada promo iPhone, langsung membeli.		16
		Saya mudah tergoda untuk membeli iPhone meskipun tidak merencanakannya.		28
	b. Mudah terpengaruh dalam membeli sesuatu	Saya tidak mudah terpengaruh oleh tren dalam membeli iPhone.	7	
		Saya membeli iPhone hanya karena saya benar-benar membutuhkannya.	19	
Saat melihat review yang bagus pada suatu seri Iphone, saya merasa harus membelinya		31		

		Saya membeli iPhone karena teman-teman saya juga membelinya.		10
		Saya merasa harus membeli iPhone agar tidak ketinggalan tren.		22
		Saya enggan tertarik ketika membeli iPhone berdasarkan dari ulasan orang lain		34
2. Pemborosan (<i>Wasteful Buying</i>)	a. Suka menghamburkan uang	Saya selalu mempertimbangkan keuangan saya sebelum membeli iPhone.	2	
		Saya menabung cukup lama sebelum memutuskan membeli iPhone.	14	
		Saya memastikan pembelian iPhone tidak mengganggu pengeluaran penting lainnya.	26	
		Saya sering menghabiskan uang secara berlebihan untuk membeli iPhone.		5
		Saya tidak mempedulikan kondisi keuangan ketika membeli iPhone.		17
		Saya cenderung mengeluarkan uang lebih banyak dari tabungan untuk mendapatkan iPhone yang lebih baru.		29
	b. Tidak mempunyai skala prioritas	Saya membeli iPhone hanya setelah kebutuhan penting lainnya terpenuhi.	8	
		Saya menunda pembelian iPhone jika ada keperluan lain yang lebih mendesak.	20	
		Saya mengutamakan kebutuhan akademis daripada membeli iPhone baru.	32	
		Saya sering membeli iPhone meskipun ada keperluan		11

		lain yang lebih penting.		
		Saya lebih memilih membeli iPhone meskipun kebutuhan lain belum terpenuhi.		23
		Saya mempertimbangkan seberapa penting suatu barang sebelum saya membelinya.		35
3. Pembelian tidak rasional (<i>Non Rational Buying</i>)	a. Membeli untuk kesenangan, bukan kebutuhan	Saya membeli iPhone hanya jika saya benar-benar membutuhkannya.	3	
		Saya merasa membeli iPhone bukan hanya untuk kesenangan semata.	15	
		Saya mengutamakan kebutuhan utama sebelum membeli iPhone.	27	
		Saya membeli iPhone hanya untuk memenuhi hasrat dan kesenangan pribadi.		6
		Saya membeli iPhone meskipun sudah memiliki smartphone yang masih berfungsi baik.		18
		Saya lebih sering membeli iPhone untuk kesenangan daripada karena kebutuhan.		30
	b. Pembelian tanpa berpikir panjang	Saya tidak merasa harus memiliki iPhone hanya untuk meningkatkan gengsi.	9	
		Saya tidak membeli iPhone demi menonjolkan status sosial saya.	21	
		Saya membeli iPhone karena fungsionalitas, bukan untuk pamer.	33	
		Saya membeli iPhone agar dianggap keren oleh teman-		12

		teman saya.		
		Saya merasa lebih percaya diri setelah memiliki iPhone, meskipun tidak terlalu membutuhkannya.		24
		Saya membeli iPhone agar tidak dianggap ketinggalan zaman oleh orang lain.		36
JUMLAH			18	18
TOTAL			36	

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Perilaku Konsumtif

a. Validitas

1) Putaran 1

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	98,1500	180,900	0,481	0,902
VAR00002	97,8500	185,772	0,429	0,902
VAR00003	98,2750	182,256	0,576	0,900
VAR00004	98,4000	183,836	0,404	0,903
VAR00005	97,6500	191,003	0,190	0,905
VAR00006	98,1500	186,285	0,399	0,903
VAR00007	97,8500	189,567	0,383	0,903
VAR00008	98,1250	185,804	0,334	0,904
VAR00009	97,8250	186,302	0,445	0,902
VAR00010	98,3750	184,035	0,399	0,903
VAR00011	98,1250	186,522	0,377	0,903
VAR00012	98,0750	186,892	0,378	0,903
VAR00013	97,9500	186,767	0,406	0,903
VAR00014	98,1750	186,251	0,392	0,903
VAR00015	97,9750	187,512	0,374	0,903
VAR00016	97,9000	185,579	0,452	0,902
VAR00017	98,0250	186,743	0,469	0,902
VAR00018	97,7250	188,102	0,447	0,902
VAR00019	98,0500	184,100	0,537	0,901
VAR00020	98,4750	182,563	0,519	0,901
VAR00021	97,9250	187,456	0,482	0,902
VAR00022	98,1000	184,092	0,397	0,903

VAR00023	98,4000	185,426	0,353	0,904
VAR00024	98,5500	186,203	0,351	0,903
VAR00025	98,1750	181,430	0,578	0,900
VAR00026	98,3750	181,676	0,496	0,901
VAR00027	98,6750	183,610	0,488	0,901
VAR00028	98,7500	184,705	0,424	0,902
VAR00029	98,9000	182,862	0,382	0,904
VAR00030	98,7500	183,577	0,520	0,901
VAR00031	98,7000	180,164	0,653	0,899
VAR00032	98,6500	180,182	0,558	0,900
VAR00033	99,0250	184,589	0,452	0,902
VAR00034	98,8250	189,892	0,165	0,907
VAR00035	98,7500	182,244	0,516	0,901
VAR00036	98,8250	179,122	0,645	0,899

2) **Putaran 2**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	92,4250	171,738	0,481	0,904
VAR00002	92,1250	176,266	0,442	0,905
VAR00003	92,5500	172,869	0,587	0,903
VAR00004	92,6750	174,789	0,397	0,906
VAR00006	92,4250	176,763	0,411	0,905
VAR00007	92,1250	180,266	0,378	0,906
VAR00008	92,4000	176,451	0,337	0,907
VAR00009	92,1000	176,964	0,448	0,905
VAR00010	92,6500	174,695	0,404	0,906
VAR00011	92,4000	177,426	0,367	0,906
VAR00012	92,3500	177,362	0,390	0,905

VAR00013	92,2250	177,204	0,420	0,905
VAR00014	92,4500	176,818	0,400	0,905
VAR00015	92,2500	178,244	0,371	0,906
VAR00016	92,1750	176,199	0,458	0,905
VAR00017	92,3000	177,241	0,482	0,904
VAR00018	92,0000	178,821	0,444	0,905
VAR00019	92,3250	174,635	0,550	0,903
VAR00020	92,7500	173,218	0,526	0,903
VAR00021	92,2000	177,856	0,502	0,904
VAR00022	92,3750	174,856	0,397	0,906
VAR00023	92,6750	176,225	0,350	0,906
VAR00024	92,8250	177,122	0,341	0,906
VAR00025	92,4500	172,254	0,579	0,903
VAR00026	92,6500	172,695	0,487	0,904
VAR00027	92,9500	174,151	0,499	0,904
VAR00028	93,0250	175,410	0,427	0,905
VAR00029	93,1750	173,789	0,377	0,906
VAR00030	93,0250	174,487	0,514	0,904
VAR00031	92,9750	171,153	0,647	0,902
VAR00032	92,9250	171,302	0,547	0,903
VAR00033	93,3000	175,600	0,440	0,905
VAR00035	93,0250	173,563	0,493	0,904
VAR00036	93,1000	170,451	0,625	0,902

b. Realibilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,907	34

2. Kontrol Diri

a. Validitas

1) Putaran 1

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	92,5750	211,943	0,405	0,910
VAR00002	93,1250	207,907	0,535	0,908
VAR00003	92,2250	213,307	0,357	0,910
VAR00004	92,3250	210,071	0,402	0,910
VAR00005	92,2750	208,358	0,549	0,908
VAR00006	92,1750	211,738	0,463	0,909
VAR00007	92,2000	213,856	0,365	0,910
VAR00008	92,0750	214,738	0,481	0,910
VAR00009	92,4750	211,333	0,351	0,911
VAR00010	92,2500	211,782	0,432	0,909
VAR00011	92,8250	208,353	0,510	0,908
VAR00012	92,1500	213,874	0,280	0,912
VAR00013	92,8500	207,772	0,496	0,909
VAR00014	92,2750	214,051	0,352	0,910
VAR00015	92,1500	213,208	0,410	0,910
VAR00016	92,4000	212,400	0,409	0,910
VAR00017	92,2000	212,062	0,429	0,910
VAR00018	93,0500	202,818	0,612	0,907
VAR00019	92,3750	211,574	0,356	0,911
VAR00020	93,4250	206,866	0,536	0,908
VAR00021	92,3500	213,515	0,380	0,910
VAR00022	93,3500	208,079	0,589	0,908
VAR00023	93,4500	208,664	0,557	0,908
VAR00024	93,2500	206,192	0,568	0,908
VAR00025	93,5250	207,076	0,618	0,907

VAR00026	93,3000	207,805	0,581	0,908
VAR00027	93,4750	207,487	0,597	0,907
VAR00028	93,5000	209,385	0,502	0,909
VAR00029	92,8250	211,071	0,416	0,910
VAR00030	93,5750	207,943	0,191	0,908
VAR00031	93,5000	209,077	0,459	0,909
VAR00032	93,3500	208,746	0,534	0,908
VAR00033	93,2750	209,179	0,413	0,910
VAR00034	92,7500	214,603	0,530	0,914
VAR00035	93,3250	211,456	0,408	0,910
VAR00036	92,5500	211,382	0,358	0,911

2) Putaran 2

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	86,5750	197,533	0,397	0,913
VAR00002	87,1250	193,035	0,553	0,911
VAR00003	86,2250	198,743	0,353	0,914
VAR00004	86,3250	196,635	0,359	0,914
VAR00005	86,2750	194,102	0,539	0,911
VAR00006	86,1750	198,097	0,415	0,913
VAR00007	86,2000	199,549	0,347	0,914
VAR00008	86,0750	199,866	0,495	0,912
VAR00009	86,4750	196,974	0,342	0,914
VAR00010	86,2500	197,064	0,439	0,912
VAR00011	86,8250	193,687	0,519	0,911
VAR00013	86,8500	192,849	0,514	0,911
VAR00014	86,2750	199,794	0,331	0,914

VAR00015	86,1500	198,797	0,398	0,913
VAR00016	86,4000	198,297	0,384	0,913
VAR00017	86,2000	197,754	0,415	0,913
VAR00018	87,0500	188,203	0,625	0,910
VAR00019	86,3750	197,215	0,346	0,914
VAR00020	87,4250	192,046	0,553	0,911
VAR00021	86,3500	198,797	0,384	0,913
VAR00022	87,3500	193,156	0,611	0,910
VAR00023	87,4500	193,895	0,570	0,911
VAR00024	87,2500	191,577	0,577	0,910
VAR00025	87,5250	192,358	0,632	0,910
VAR00026	87,3000	193,344	0,582	0,911
VAR00027	87,4750	192,563	0,620	0,910
VAR00028	87,5000	194,769	0,507	0,912
VAR00029	86,8250	196,507	0,416	0,913
VAR00031	87,5750	193,020	0,537	0,911
VAR00032	87,5000	193,949	0,485	0,912
VAR00033	87,3500	194,490	0,523	0,911
VAR00034	87,2750	194,204	0,430	0,913
VAR00035	87,3250	196,174	0,439	0,912
VAR00036	86,5500	197,331	0,337	0,914

b. Realibilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,914	34

3. Konformitas

a. Validitas

1) Putaran 1

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	96,5000	227,897	0,494	0,901
VAR00002	96,8250	225,584	0,584	0,900
VAR00003	97,1000	228,964	0,376	0,904
VAR00004	97,3500	231,977	0,389	0,903
VAR00005	96,5000	231,949	0,405	0,903
VAR00006	96,1500	232,079	0,457	0,902
VAR00007	96,5500	226,100	0,627	0,900
VAR00008	96,4500	223,895	0,396	0,904
VAR00009	97,1750	231,379	0,470	0,902
VAR00010	96,7250	228,051	0,444	0,902
VAR00011	96,7500	229,167	0,417	0,903
VAR00012	96,7250	230,717	0,405	0,903
VAR00013	96,5250	232,358	0,398	0,903
VAR00014	96,1250	231,240	0,519	0,902
VAR00015	96,0500	227,690	0,642	0,900
VAR00016	96,9000	229,682	0,460	0,902
VAR00017	96,8250	229,789	0,414	0,903
VAR00018	96,4000	229,426	0,532	0,901
VAR00019	96,6500	228,592	0,589	0,900
VAR00020	96,8500	232,797	0,357	0,903
VAR00021	96,2250	228,487	0,560	0,901
VAR00022	96,6250	224,240	0,592	0,900
VAR00023	96,5250	225,999	0,617	0,900
VAR00024	97,0250	228,538	0,456	0,902
VAR00025	96,7000	232,472	0,405	0,903
VAR00026	96,3500	231,977	0,625	0,901

VAR00027	96,3250	238,071	0,113	0,908
VAR00028	96,2750	229,333	0,515	0,901
VAR00029	96,2000	228,677	0,523	0,901
VAR00030	97,4750	231,743	0,388	0,903
VAR00031	97,2250	231,820	0,385	0,903
VAR00032	96,6250	228,907	0,357	0,904
VAR00033	97,0500	232,818	0,396	0,905
VAR00034	96,8500	235,874	0,402	0,907
VAR00035	96,9500	231,177	0,175	0,903
VAR00036	97,2000	230,318	0,423	0,902

2) Putaran 2

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	90,8750	211,958	0,493	0,902
VAR00002	91,2000	209,805	0,580	0,901
VAR00003	91,4750	211,794	0,413	0,904
VAR00004	91,7250	215,897	0,388	0,904
VAR00005	90,8750	215,856	0,404	0,904
VAR00006	90,5250	215,846	0,463	0,903
VAR00007	90,9250	210,122	0,630	0,900
VAR00008	90,8250	207,994	0,397	0,905
VAR00009	91,5500	215,074	0,480	0,903
VAR00010	91,1000	212,041	0,445	0,903
VAR00011	91,1250	212,881	0,426	0,903
VAR00012	91,1000	214,656	0,404	0,904
VAR00013	90,9000	216,297	0,395	0,904
VAR00014	90,5000	215,385	0,507	0,902
VAR00015	90,4250	211,584	0,649	0,900

VAR00016	91,2750	213,487	0,467	0,903
VAR00017	91,2000	213,395	0,428	0,903
VAR00018	90,7750	213,820	0,514	0,902
VAR00019	91,0250	212,999	0,571	0,901
VAR00020	91,2250	216,538	0,362	0,904
VAR00021	90,6000	212,297	0,569	0,901
VAR00022	91,0000	208,513	0,588	0,901
VAR00023	90,9000	210,297	0,609	0,901
VAR00024	91,4000	212,349	0,463	0,903
VAR00025	91,0750	216,379	0,404	0,904
VAR00026	90,7250	215,897	0,624	0,902
VAR00028	90,6500	213,515	0,506	0,902
VAR00029	90,5750	212,661	0,524	0,902
VAR00030	91,8500	215,977	0,374	0,904
VAR00031	91,6000	216,092	0,370	0,904
VAR00032	91,0000	213,231	0,346	0,905
VAR00033	91,4250	216,969	0,386	0,906
VAR00034	91,2250	219,717	0,371	0,908
VAR00036	91,5750	214,456	0,415	0,903

b. Realibilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,905	34

Lampiran 3 Skala Penelitian

IDENTITAS RESPONDEN

Dengan ini saya secara sukarela bersedia untuk mengisi angket ini.

Nama Lengkap :
NIM :
Jenis Kelamin :

PETUNJUK PENGISIAN

Silahkan ikuti petunjuk pengisian dan informasi di bawah ini.

1. Di bawah ini akan disajikan pernyataan-pernyataan yang merepresentasikan diri anda. Mohon dibaca dengan teliti dan berilah tanda checklist (√) pada salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan. Ada empat pilihan jawaban untuk masing-masing pernyataan dengan maksud sebagai berikut:

SS: Sangat Sesuai

S : Sesuai

TS: Tidak sesuai

STS: Sangat Tidak Sesuai

2. Mohon dijawab sejujurnya, sesuai dengan keadaan diri anda, jika ada pernyataan yang belum anda alami, anda dapat memposisikan ketika anda terlibat di dalamnya/mengalaminya
3. Informasi atau jawaban yang anda berikan bersifat personal dan dijamin kerahasiaannya. Oleh karena itu, **dimohon dengan sangat agar anda bersedia memberikan informasi/jawaban sesuai dengan keadaan, kondisi, pilihan, maupun pandangan yang sebenarnya, yang sesuai atau mendekati diri anda.**
4. Ketersediaan anda dalam kerja sama ini (pengisian angket) sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Untuk itu saya ucapkan terima kasih, semoga anda selalu dalam kebahagiaan, kesehatan, dan kesuksesan.

1. Skala Kontrol Diri

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya melakukan sesuatu atas dasar kehendak dari diri saya sendiri.				
2	Saya cenderung kurang terlalu memikirkan apa yang bukan menjadi urusan saya				
3	Saya memiliki pendirian yang kuat				

4	Saya membiarkan orang lain mencampuri urusan saya				
5	Saya merasa cemas ketinggalan tren, jika tidak segera membeli Iphone				
6	Saya merasa kurang nyaman jika menolak ajakan teman				
7	Saya mampu mengelola waktu dengan baik				
8	Saya tetap menjaga hubungan baik dengan orang yang membenci saya				
9	Saya dapat memutuskan mana hal yang lebih penting bagi saya				
10	Saya kesulitan menahan diri untuk membeli Iphone saat ada diskon besar-besaran				
11	Saya mudah menyerah apabila merasa kesulitan				
12	Saya lebih mementingkan kepentingan orang lain dibanding kepentingan diri saya sendiri				
13	Saya membuat keputusan sendiri tanpa adanya andil dari orang lain				
14	Saya kurang peduli dengan apa yang orang lain katakan tentang diri saya				
15	Saya dapat menolak ajakan teman apabila saya memiliki urusan yang lebih penting				
16	Apabila saya merasa kurang menyukai sesuatu saya akan menunjukkannya				
17	Saya mudah tersinggung dengan apa yang dikatakan teman saya				
18	Saya cenderung terburu-buru dalam mengambil keputusan				
19	Dalam bersosial media saya merasa kurang tertarik ketika mengikuti trend yang ada				
20	Saya dapat mempertimbangkan pro dan kontra sebelum membeli Iphone				
21	Saya memilih keputusan berdasarkan tanggung jawab				

22	Saya sering membeli Iphone meskipun saya tahu saya tidak membutuhkannya				
23	Saya cenderung menutup diri ketika ada masalah				
24	Saya memilih keputusan berdasarkan opini dari orang lain				
25	Saya mampu menempatkan diri saya dalam berbagai situasi				
26	Saya dapat tetap tenang meskipun banyak masalah				
27	Saya akan mempertimbangkan dengan matang terlebih dahulu sebelum bertindak				
28	Ketika saya marah saya akan melampiaskan kepada orang lain				
29	Pikiran saya gampang terpengaruh dengan orang lain				
30	Saya cenderung labil dalam mengambil keputusan				
31	Bagi saya tren membeli Iphone cenderung kurang mempengaruhi kehidupan saya				
32	Saya dapat memberikan saran ketika teman saya mempunyai masalah				
33	Ketika saya memiliki janji saya akan menepatinya				
34	Saya susah untuk mengendalikan diri dalam penggunaan telepon pintar				
35	Saya membeli Iphone meskipun tahu bahwa saya sedang mengalami masalah finansial				
36	Saya merasa sulit untuk mengambil keputusan				

2. Skala Konformitas

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya membeli Iphone karena diajak oleh teman				
2	Saya sudah berjanjian bersama teman apabila ada Iphone seri terbaru rilis maka akan membeli bersama				

3	Saya terpaksa membeli Iphone agar tetap dianggap teman-teman saya				
4	Saya enggan untuk membeli Iphone ketika teman-teman saya mengajak				
5	Saya merasa enggan membeli Iphone, meskipun banyak teman yang juga membelinya				
6	Saya membeli Iphone tanpa ada keterpaksaan harus dianggap oleh teman-teman				
7	Saya membeli Iphone karena melihat teman sudah membeli				
8	Saya merasa kurang nyaman untuk membeli seri Iphone yang saya inginkan sehingga membeli seri Iphone lain agar sama seperti teman				
9	Saya membeli Iphone karena setuju dengan hasil diskusi biarpun saya kurang menyukai Iphone tersebut				
10	Saya membeli Iphone karena tertarik dengan iklan				
11	Saya selalu mempunyai keyakinan kuat ketika membeli				
12	Saya merasa bebas dalam kelompok ketika membeli Iphone				
13	Saya takut dijauhi teman-teman jika tidak ikut membeli Iphone tersebut				
14	Saya selalu menabung bersama teman untuk membeli Iphone				
15	Saya cemas apabila menolak perintah teman jika tidak membeli Iphone				
16	Saya kurang terpengaruh oleh iklan Iphone yang diberikan oleh teman				
17	Saya melihat review Iphone di youtube sebelum membeli				
18	Saya cenderung sulit diarahkan ketika membeli sesuatu				
19	Saya merasa gelisah jika tidak memiliki Iphone seperti yang teman-teman miliki				
20	Saya rela mengikuti ajakan teman membeli seri Iphone lain walaupun saya ingin membeli seri Iphone yang saya inginkan				

21	Saya akan menyetujui jika disuruh membeli Iphone walau saya kurang menyukai bentuknya				
22	Saya merasa sulit terpengaruh untuk membeli ketika melihat orang lain membeli Iphone				
23	Saya selalu membeli seri Iphone yang saya inginkan tanpa mengikuti ajakan teman				
24	Saya kurang peduli dengan permintaan teman meskipun mereka menekan saya				
25	Saya ikut membeli Iphone ketika diberi rekomendasi oleh teman yang sudah beli Iphone				
26	Saya merasa kurang nyaman apabila tidak bertanya ke teman sebelum membeli				
27	Saya berusaha mengikuti setiap pendapat teman saya untuk membeli Iphone				
28	Saya menerima apabila teman teman saya menjauh karena tidak membeli Iphone yang sama dengan mereka				
29	Saya melihat ulasan tentang Iphone yang akan saya beli melalui postingan maupun komentar orang orang di sosial media				
30	Saya biasa saja ketika dicibir teman jika tidak membeli Iphone				
31	Saya meminta informasi pembelian Iphone ke teman yang sudah membeli Iphone terbaru				
32	Saya terpaksa membeli Iphone yang kurang saya inginkan agar dianggap dalam pertemanan saya				
33	Saya cenderung mengikuti teman membeli Iphone walaupun saya sedang ada masalah finansial				
34	Saya membeli Iphone hanya karena ingin terlihat seperti teman-teman saya yang memiliki Iphone terbaru				
35	Saya memiliki kebebasan untuk membeli Iphone tanpa harus memikirkan orang lain				

36	Saya membeli Iphone dari menyisihkan hasil uang jajan saya sendiri				
----	--	--	--	--	--

3. Skala Perilaku Konsumtif

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya hanya membeli iPhone jika sudah direncanakan sebelumnya.				
2	Saya selalu mempertimbangkan keuangan saya sebelum membeli iPhone.				
3	Saya membeli iPhone hanya jika saya benar-benar membutuhkannya.				
4	Saya sering membeli iPhone secara spontan tanpa perencanaan.				
5	Saya sering menghabiskan uang secara berlebihan untuk membeli iPhone.				
6	Saya membeli iPhone hanya untuk memenuhi hasrat dan kesenangan pribadi.				
7	Saya tidak mudah terpengaruh oleh tren dalam membeli iPhone.				
8	Saya membeli iPhone hanya setelah kebutuhan penting lainnya terpenuhi.				
9	Saya tidak merasa harus memiliki iPhone hanya untuk meningkatkan gengsi.				
10	Saya membeli iPhone karena teman-teman saya juga membelinya.				
11	Saya sering membeli iPhone meskipun ada keperluan lain yang lebih penting.				
12	Saya membeli iPhone agar dianggap keren oleh teman-teman saya.				
13	Saya memikirkan kebutuhan dan manfaat sebelum memutuskan membeli iPhone.				
14	Saya menabung cukup lama sebelum memutuskan membeli iPhone.				
15	Saya merasa membeli iPhone bukan hanya untuk kesenangan semata.				
16	Saya tidak berpikir panjang ketika ada promo iPhone, langsung membeli.				

17	Saya tidak mempedulikan kondisi keuangan ketika membeli iPhone.				
18	Saya membeli iPhone meskipun sudah memiliki smartphone yang masih berfungsi baik.				
19	Saya membeli iPhone hanya karena saya benar-benar membutuhkannya.				
20	Saya menunda pembelian iPhone jika ada keperluan lain yang lebih mendesak.				
21	Saya tidak membeli iPhone demi menonjolkan status sosial saya.				
22	Saya merasa harus membeli iPhone agar tidak ketinggalan tren.				
23	Saya lebih memilih membeli iPhone meskipun kebutuhan lain belum terpenuhi.				
24	Saya merasa lebih percaya diri setelah memiliki iPhone, meskipun tidak terlalu membutuhkannya.				
25	Saya cenderung menunda pembelian iPhone hingga benar-benar diperlukan.				
26	Saya memastikan pembelian iPhone tidak mengganggu pengeluaran penting lainnya.				
27	Saya mengutamakan kebutuhan utama sebelum membeli iPhone.				
28	Saya mudah tergoda untuk membeli iPhone meskipun tidak merencanakannya.				
29	Saya cenderung mengeluarkan uang lebih banyak dari tabungan untuk mendapatkan iPhone yang lebih baru.				
30	Saya lebih sering membeli iPhone untuk kesenangan daripada karena kebutuhan.				
31	Saat melihat review yang bagus pada suatu seri Iphone, saya merasa harus membelinya				
32	Saya mengutamakan kebutuhan akademis daripada membeli iPhone baru.				
33	Saya membeli iPhone karena fungsionalitas, bukan untuk pamer.				
34	Saya enggan tertarik ketika membeli Iphone berdasarkan dari ulasan orang lain				
35	Saya mempertimbangkan seberapa penting suatu barang sebelum saya membelinya.				
36	Saya membeli iPhone agar tidak dianggap ketinggalan zaman oleh orang lain.				

Lampiran 4 Skor Tabulasi Responden

Responden	Y	X1	X2	Respoden	Y	X1	X2	Responden	Y	X1	X2
R.1	91	84	85	R.51	82	77	84	R.101	85	80	74
R.2	71	53	58	R.52	77	50	73	R.102	116	95	79
R.3	80	59	81	R.53	70	52	59	R.103	110	85	72
R.4	97	83	92	R.54	107	85	90	R.104	72	71	53
R.5	90	63	89	R.55	62	71	73	R.105	68	68	71
R.6	78	55	72	R.56	101	92	94	R.106	112	81	61
R.7	75	54	78	R.57	71	51	70	R.107	105	86	91
R.8	89	55	74	R.58	70	54	59	R.108	70	75	69
R.9	82	54	79	R.59	91	90	89	R.109	83	67	68
R.10	74	55	73	R.60	83	89	74	R.110	65	75	76
R.11	76	57	87	R.61	75	54	69	R.111	93	88	88
R.12	64	57	63	R.62	67	51	65	R.112	87	92	89
R.13	61	49	74	R.63	68	52	62	R.113	95	88	82
R.14	91	56	76	R.64	78	49	52	R.114	92	91	84
R.15	62	52	70	R.65	87	83	83	R.115	93	86	87
R.16	77	56	68	R.66	70	61	54	R.116	94	87	83
R.17	81	80	88	R.67	66	59	60	R.117	61	54	58
R.18	81	56	74	R.68	98	82	88	R.118	86	74	85
R.19	86	67	70	R.69	88	79	88	R.119	56	50	56
R.20	87	63	75	R.70	76	52	71	R.120	120	66	86
R.21	90	76	86	R.71	97	90	84	R.121	59	58	56
R.22	75	59	85	R.72	84	80	88	R.122	88	79	90
R.23	93	80	87	R.73	82	71	79	R.123	120	104	120
R.24	87	71	83	R.74	89	63	68	R.124	92	86	86
R.25	102	64	72	R.75	86	60	78	R.125	91	88	85
R.26	81	86	65	R.76	81	58	78	R.126	101	81	92
R.27	87	98	81	R.77	81	60	80	R.127	94	71	113
R.28	97	71	68	R.78	81	57	73	R.128	96	59	88
R.29	93	85	83	R.79	76	57	66	R.129	90	85	89
R.30	83	75	78	R.80	91	94	88	R.130	109	88	94
R.31	90	90	90	R.81	76	58	76	R.131	62	49	64
R.32	89	86	87	R.82	80	69	75	R.132	61	62	62
R.33	91	94	85	R.83	100	79	88	R.133	113	106	112
R.34	78	76	90	R.84	87	75	73	R.134	86	86	89
R.35	79	80	88	R.85	99	88	92	R.135	45	52	54
R.36	80	90	90	R.86	95	80	86	R.136	65	78	68
R.37	71	84	74	R.87	99	84	88	R.137	95	86	86
R.38	84	81	88	R.88	98	84	95	R.138	62	68	61
R.39	108	89	82	R.89	96	93	81	R.139	94	79	80
R.40	108	88	78	R.90	94	82	88	R.140	90	76	85
R.41	63	55	67	R.91	94	58	56	R.141	90	87	89
R.42	61	68	62	R.92	91	91	78	R.142	89	91	92
R.43	97	58	77	R.93	88	85	85	R.143	72	71	66

R.44	80	80	81	R.94	89	92	95	R.144	84	72	84
R.45	79	77	83	R.95	97	96	91	R.145	88	89	91
R.46	88	80	76	R.96	88	85	69	R.146	70	53	74
R.47	79	82	82	R.97	66	62	58	R.147	69	54	66
R.48	86	92	87	R.98	89	86	90	R.148	70	51	69
R.49	91	91	89	R.99	93	84	86	R.149	76	50	74
R.50	90	93	83	R.100	91	85	86	R.150	87	81	87

Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Selfino Reynald Baharudin
2. Tempat & Tgl. Lahir : Semarang, 14 September 2001
3. Alamat : Taman Beringin 1 No. 6 RT.006/RW.008,
Tambakaji, Ngaliyan, Semarang.
4. HP : 081227866354
5. E-mail : selfinoreynald007@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal :

1. KB/TK Islam Al-Azhar 22 Semarang
2. SD Islam Al-Azhar 25 Semarang
3. SMP Islam Al-Azhar 23 Semarang
4. SMA Negeri 8 Semarang
5. UIN Walisongo Semarang

C. Riwayat Organisasi

1. MOMENTO sebagai anggota divisi musik (2021)
2. DEMA UIN Walisongo Semarang sebagai anggota kemendagri (2022)
3. Las Vegas Musik sebagai leader (2021-2023)