



## KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS SEBAGAI PREDIKTOR PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA YANG BERBELANJA DI E-COMMERCE

### SELF-CONTROL AND CONFORMITY AS PREDICTORS OF CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS SHOPPING IN E-COMMERCE

Oleh :

Revina Yustika Lorenza<sup>1</sup>  
Sri Lestari<sup>2</sup>

#### ABSTRACT

Submitted:  
08-12-2022

Revision:  
27-01-2023

Accepted:  
06-03-2023

*Consumptive behavior is the tendency of individuals to shop excessively because of a momentary desire for things that are not needed. This study aims to determine the role of self-control and conformity in the consumptive behavior of students who shop at e-commerce. This research involved 272 students (203 women and 69 men) aged 18-25 years who usually shop at e-commerce. Data collection uses three scales, and data is analyzed using multiple regression. The data analysis results show that both self-control and conformity influence the consumptive behavior of students who shop at e-commerce. Overall, self-control and conformity contribute 31% to consumptive behavior, 11% from self-control, and 20% from conformity. Conformity has a stronger role as a predictor of consumptive behavior than self-control. Consumptive behavior in college students occurs due to high conformity with friends and less ability to control impulse shopping. This research implies that students need to control conformity with friends in choosing goods and use a priority scale as a consideration in shopping.*

**Keywords:** *consumptive behavior, self control, conformity, shopping, E-commerce*

#### ABSTRAK

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu berbelanja secara berlebihan karena keinginan sesaat pada benda-benda yang sebenarnya tidak begitu dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang berbelanja di e-commerce. Penelitian ini melibatkan 272 orang mahasiswa (203 perempuan dan 69 laki-laki) dengan rentang usia 18-25 tahun yang biasa berbelanja di e-commerce. Pengumpulan data menggunakan tiga skala, dan data dianalisis menggunakan regresi berganda. Hasil analisis data menunjukkan kontrol diri dan konformitas bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang berbelanja di e-commerce. Secara keseluruhan kontrol diri dan konformitas memiliki sumbangan sebesar 31% terhadap perilaku konsumtif, yang 11% dari kontrol diri dan 20% dari konformitas. Konformitas memiliki peranan yang lebih kuat sebagai prediktor pada perilaku konsumtif daripada kontrol diri. Perilaku konsumtif pada mahasiswa terjadi karena konformitas yang tinggi dengan teman-teman dan kurang mampu mengontrol dorongan untuk berbelanja. Implikasi penelitian ini yaitu mahasiswa perlu mengendalikan sikap konform dengan teman dalam memilih barang, dan menggunakan skala prioritas sebagai pertimbangan dalam berbelanja.

**Kata kunci:** *belanja; e-commerce; konformitas; kontrol diri; perilaku konsumtif*

<sup>1</sup> Revina Yustika Lorenza, Universitas Muhammadiyah Surakarta, [revinayustikalorenza@gmail.com](mailto:revinayustikalorenza@gmail.com)

<sup>2</sup> Sri Lestari, Universitas Muhammadiyah Surakarta, [sri.lestari@ums.ac.id](mailto:sri.lestari@ums.ac.id) (Corresponding Author)

## PENDAHULUAN

Proses berbelanja dapat menimbulkan efek yang menyenangkan karena konsumen dapat memenuhi beberapa kebutuhannya, akan tetapi kesenangan yang diperoleh memberikan dampak buruk seperti kerugian ekonomi, pemborosan, dan kerugian pada diri sendiri. Apabila mahasiswa tidak dapat mengendalikan dirinya dan melakukan proses jual-beli yang berlebihan maka mengakibatkan individu berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif muncul karena konsumen mengkonsumsi barang yang kurang penting (Pulungan & Febriaty, 2018; Sahanaya, 2021). Perilaku konsumtif biasanya dilakukan untuk mencapai kepuasan pada diri sendiri dan memperlihatkan status sosial karena gengsi (Khairat et al., 2019).

Perilaku berbelanja yang dewasa ini menjadi tren adalah berbelanja pada perdagangan daring (*e-commerce*). Perdagangan daring sudah mulai masuk di Indonesia dan semakin populer sehingga dapat memunculkan perilaku konsumtif pada pembelinya. *E-commerce* atau perdagangan daring merupakan perusahaan yang melakukan inovasi perdagangan dalam menjual produk sehingga *e-commerce* bisa menguasai pasar. Dengan tingginya pengguna sosial media menjadikan penyampaian informasi terhadap produk lebih cepat. Akan tetapi, jika tidak diimbangi dengan literasi tentang keuangan menjadikan individu kurang mampu untuk mengelola keuangannya sehingga mudah terpengaruh dan berperilaku konsumtif (Sahanaya, 2021).

Menurut Arum dan Khoirunnisa (2021) *e-commerce* merupakan aplikasi yang berjalan di bidang perdagangan baik penjualan jasa ataupun barang yang dilakukan secara daring. *E-commerce* seringkali memberikan penawaran yang menarik seperti gratis ongkos kirim, potongan harga dan *cashback*. Belanja daring lebih efektif, mudah dan cepat untuk memperoleh barang yang ingin dibeli (Minanda et al., 2018). Dengan adanya kemudahan yang diberikan dari berbelanja daring mengakibatkan mahasiswa menjadi sulit untuk mengontrol dirinya karena mahasiswa cenderung membeli barang tanpa memikirkan kegunaan barang tersebut, melainkan hanya fokus terhadap keinginan dalam membeli barang sehingga menyebabkan kecanduan dalam berbelanja

Hasil penelitian yang dilakukan Pulungan dan Febriaty (2018) menunjukkan gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif konsumen pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan koefisien determinasi sebesar 49,20%. Pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa bukan berdasarkan manfaat atau kegunaannya tetapi berdasarkan pertimbangan harga. Pada saat ini terlihat bahwa kampus dijadikan tempat untuk ajang pamer mahasiswa mengenai penampilan dan juga kehidupan. Sebagian besar mahasiswa berusaha mengikuti tuntutan pergaulan yang lebih mementingkan penampilan dan gengsi. Hal seperti ini menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Kualitas kontrol diri yang baik sangat diperlukan agar mahasiswa tidak terjebak dalam perilaku konsumtif (Haryana, 2020).

Wawancara yang dilakukan oleh Arum dan Khoirunnisa (2021) pada 10 responden menunjukkan bahwa mahasiswa mempunyai karakteristik berperilaku konsumtif yaitu berbelanja barang secara daring melalui *e-commerce* yang dilakukan secara berlebihan. Barang yang dibeli atau dikonsumsi tidak hanya kebutuhan pokok tetapi juga barang yang tidak dibutuhkan. Mahasiswa semakin sering mengonsumsi barang yang bukan berdasarkan kebutuhan tetapi didasari oleh keinginan dalam menjaga penampilan agar terwujudnya gaya hidup yang tinggi dan mewah (Sucihati et al., 2019). Belanja daring dipilih karena mudah untuk diakses, beragam barang yang ditawarkan,

mudah dalam bertransaksi dan harga yang ditawarkan lebih murah. Ditambah pemahaman literasi keuangan rendah mengakibatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Mahasiswa seringkali mengalami rasa penat karena kegiatan kuliah yang padat, banyak tugas, dan mengikuti kegiatan kampus lainnya. Untuk mengurangi rasa penat tersebut, mahasiswa melakukan berbagai macam aktivitas yang dianggap menyenangkan salah satunya *refreshing*. Bentuk *refreshing* yang paling mudah untuk dilakukan oleh mahasiswa adalah berbelanja daring, karena dengan belanja daring dapat mempermudah mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya. Mahasiswa beranggapan bahwa terdapat cukup banyak manfaat yang diperoleh ketika berbelanja daring seperti kemudahan dan kenyamanan saat belanja, hingga akhirnya keinginan mahasiswa untuk belanja barang-barang secara daring terus ada (Minanda et al., 2018). Namun *refreshing* dengan berbelanja dapat menimbulkan dampak negatif yaitu berperilaku konsumtif dan perilaku konsumtif tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kurangnya kontrol diri, kurangnya literasi keuangan, konformitas, dan gaya hidup hedonis. Penelitian ini menguji peran kontrol diri dan konformitas yang menjadi faktor pendorong munculnya perilaku konsumtif. Pemilihan variabel ini didasarkan karena masih jarang penelitian yang menganalisis peran masing-masing variabel sebagai faktor pendorong mahasiswa berperilaku konsumtif dalam satu penelitian sekaligus. Selain itu, penelitian terkait variabel tersebut pada mahasiswa pengguna *e-commerce* di Provinsi Jawa Tengah juga masih jarang dilakukan.

Mahasiswa yang dapat mengelola keuangannya dengan baik, dapat melakukan perencanaan masa depan yang lebih baik seperti perlindungan dari kejadian yang tidak terduga, menghindari hutang, dan lebih teratur dalam mengelola keuangan. Namun bila pengelolaan keuangan kurang baik, mahasiswa dapat terdorong untuk berperilaku konsumtif. Aspek-aspek perilaku konsumtif ada tiga yaitu (1) pembelian impulsif atau *impulsive buying* (2) pemborosan atau *wasteful buying*, dan (3) pembelian tidak rasional atau *non rational buying* (Lina & Rosyid, 1997). Penelitian lain menyebutkan bahwa perilaku konsumtif dapat menimbulkan dampak negatif yaitu kecemburuan sosial, tidak bisa menabung, tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, dan muncul kecemasan (Fitriyani et al., 2013). Perilaku konsumtif yang tinggi dapat menimbulkan kerugian yaitu masalah keuangan yang berkepanjangan seperti pemborosan, keuangan tidak terkontrol, dan merugikan orang tua karena keuangan mahasiswa sebagian besar bersumber dari orang tua (Ulayya & Mujasih, 2020).

Berbelanja daring juga dapat menyebabkan dampak negatif yaitu perilaku konsumtif, karena mahasiswa kurang mampu mengontrol dirinya dan mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya. Penelitian Arum dan Khoirunnisa (2021) menunjukkan hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi pengguna *e-commerce* Shopee. Kontrol diri yang rendah terbukti mendorong tingginya perilaku konsumtif pada mahasiswa. Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif (Renaldy et al., 2018). Dengan demikian apabila tingkat kontrol diri individu semakin rendah maka tingkat perilaku konsumtif individu semakin tinggi. Perilaku konsumtif dapat dihindari dengan adanya kontrol diri pada individu.

Perilaku konsumtif merupakan bentuk perilaku konsumen yang mudah terbujuk pemasaran suatu produk tetapi mengesampingkan kepentingan dan kebutuhan. Perilaku konsumen yang bersifat irasional biasanya tertarik dengan iklan atau promosi yang ada di media, lebih memilih untuk membeli merek yang sudah terkenal, dan berbelanja suatu

produk bukan karena produk tersebut diperlukan tetapi karena gengsi, serta membeli suatu produk atau barang karena ingin coba-coba (Lailyah et al., 2021). Perilaku konsumtif adalah tindakan individu dalam mengonsumsi, memakai, dan menggunakan barang bukan karena butuh melainkan karena keinginan sesaat (Wigati et al., 2022). Perilaku konsumtif merupakan bentuk perilaku individu dalam mengonsumsi jasa atau barang yang dilandasi keinginan (Sahanaya, 2021). Pembelian barang-barang tersebut bisa dilakukan secara daring karena dengan berbagai macam kemudahan yang ditawarkan dapat menyebabkan pembeli menjadi ketagihan untuk terus berbelanja secara daring.

Terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam berbelanja daring. Faktor internal mencakup motivasi belanja dan persepsi mengenai berbelanja daring (Renaldy et al., 2018; Tenriawaru et al., 2018).. Motivasi merupakan dorongan yang ada pada individu untuk melakukan suatu tindakan. Bentuk dorongan yang dihasilkan tersebut terjadi sebagai akibat dari kebutuhan yang perlu untuk dipenuhi. Motivasi juga berperan sebagai kekuatan yang menggerakkan tingkah laku, memberikan tujuan dan arah tingkah laku. Terkait dengan persepsi, mahasiswa yang berbelanja secara daring beranggapan bahwa belanja daring dipersepsi memberikan kemudahan. Selain itu ada faktor eksternal yaitu kebiasaan masyarakat dan kelompok pertemanan yang juga berpengaruh terhadap perilaku berbelanja daring (Minanda et al., 2018).

Faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah konsumen berkeinginan untuk tampil beda dari yang lain, memiliki kebanggaan akan penampilan diri, ikut-ikutan membeli barang yang sedang tren atau mengikuti perkembangan zaman, dan pembeli ingin memperoleh perhatian dari orang lain (Kurniawan, 2017). Faktor yang mempengaruhi adalah faktor lingkungan (Triningtyas & Margawati, 2019). Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa biasanya disebabkan karena mahasiswa tidak mau kalah dari temannya, memiliki keinginan untuk mengikuti gaya hidup temannya dengan membeli barang bagus, tidak ingin dianggap ketinggalan zaman dan untuk memenuhi gaya hidup yang ada di lingkungannya.

Kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk menahan keinginan dan menahan dorongan yang bersifat sesaat dan bertentangan dengan norma atau peraturan yang berlaku (Nurhaini, 2018). Pengertian kontrol diri adalah ketika seseorang mampu mengendalikan dorongan yang berasal dari luar dan dari dalam diri (Averill, 1973). Keputusan atau tindakan yang dibuat individu akan lebih efektif apabila individu mempunyai kemampuan dalam mengontrol diri. Kontrol diri pada individu bertujuan untuk memperoleh hal yang diinginkan dan menghindari dari dampak yang tidak diinginkan. Kontrol diri adalah pengendalian diri dalam memutuskan suatu tindakan yang akan dilakukan, apalagi pada mahasiswa yang bekerja dan mempunyai penghasilannya sendiri.

Averill (1973) membedakan kontrol diri menjadi tiga yakni: (1) kontrol perilaku, berupa tindakan langsung terhadap lingkungan; (2) kontrol kognitif merupakan interpretasi peristiwa, dan (3) kontrol keputusan untuk memilih di antara alternatif tindakan. Kontrol diri dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal yang berpengaruh yaitu lingkungan keluarga, karena keluarga terlebih peran ayah dan ibu memiliki pengaruh cukup besar dalam pengendalian diri seseorang (Harahap, 2017). Faktor internal yang berpengaruh meliputi usia, dengan bertambahnya usia, kemampuan dalam mengontrol diri menjadi lebih baik.

Selain kontrol diri, perilaku konsumtif juga dapat dipengaruhi konformitas. Konformitas adalah perubahan yang terjadi pada individu baik secara sikap, perilaku dan

kepercayaan karena terdapat tekanan yang sifatnya aktual yang biasanya berasal dari kelompok atau lingkungan sekitarnya (Haryono, 2014; Ulfa, 2017). Individu melakukan penyesuaian diri dengan kelompok agar individu tersebut dapat diterima. Konformitas adalah bentuk perubahan perilaku individu karena terdapat tekanan dari kelompok (Myers, 2010).

Terdapat dua aspek konformitas yaitu *informative influence* dan *normative influence* (Myers, 2010). *Informative influence* adalah kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri dengan keyakinan informasi yang ada pada kelompok terhadap penilaian diri. Apabila tingkat kepercayaan terhadap opini dan informasi yang ada di kelompok semakin besar maka akan semakin besar pula penyesuaian diri individu dengan kelompok. *Normative influence* yaitu usaha individu dalam mengubah sikap, kepercayaan, persepsi atau perilakunya dengan tujuan supaya individu disukai dan diterima oleh kelompok. Individu melakukan hal tersebut agar tidak dikucilkan oleh kelompok karena memiliki perbedaan.

Faktor yang memengaruhi konformitas adalah faktor kepribadian yang terbentuk dari lingkungan sekitar seperti lingkungan sekolah dan rumah (Faradianti et al., 2018). Faktor berikutnya adalah budaya atau kultur yang sehari-hari dianut oleh individu. Selanjutnya faktor sosial juga memiliki pengaruh aktif terhadap kontrol sosial pada kelompok yang melakukan konformitas. Terdapat faktor modernisasi, globalisasi dan kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memudahkan individu melakukan konformitas.

Terjadinya perilaku konsumtif yang dialami oleh mahasiswa juga didukung oleh kecanggihan teknologi berbelanja daring, rendahnya kemampuan dalam mengontrol diri, dan adanya konformitas untuk mendapatkan penerimaan dari lingkungan. Apabila seseorang mempunyai kontrol diri yang tinggi, maka orang tersebut dapat mengendalikan, mengontrol atau mengatur dirinya dalam mengambil suatu keputusan. Individu yang mempunyai kontrol diri rendah akan membuat dirinya dapat melakukan pembelian yang bersifat impulsif, pemborosan dan pembelian yang bersifat tidak rasional yang dapat menyebabkan individu berperilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian Arum dan Khoirunnisa (2021) perilaku konsumtif yaitu perilaku individu ketika membeli produk tidak berdasarkan kebutuhan melainkan karena sebuah keinginan yang harus dipenuhi. Dengan adanya internet yang semakin canggih maka tercipta perubahan yang sangat besar pada setiap proses kehidupan manusia, dan sekarang pengguna internet terus meningkat.

Kegiatan berbelanja di zaman modern seperti saat ini dapat dilakukan secara daring seperti menggunakan aplikasi *e-commerce*. *E-commerce* adalah aplikasi dalam bidang perdagangan berupa jasa ataupun barang dan penjualan dilakukan secara daring. Hal ini sejalan dengan penelitian Salsabila dan Nio (2019) dengan bertambahnya pengguna internet dapat memberikan dampak positif bagi pengguna misalnya untuk mencari informasi, media dalam berkomunikasi, sarana hiburan dan adanya kemudahan dalam melakukan transaksi berbelanja secara daring dengan menggunakan *e-commerce*. Berdasarkan hasil penelitian di atas maka dengan adanya aplikasi *e-commerce* dapat mempermudah konsumen dalam berbelanja dengan cepat dan mudah. Namun ketika konsumen tidak dapat menggunakan aplikasi *e-commerce* dengan bijaksana maka dapat menyebabkan kerugian bagi penggunanya dan dapat menyebabkan konsumen jadi berperilaku konsumtif.

Salah satu kegiatan yang dapat menunjukkan perilaku konsumtif mahasiswa adalah minat dalam berbelanja secara daring. Hal ini sejalan dengan penelitian Amarulloh

dan Abdurrohman (2021) bahwa kemudahan dan kepraktisan dari *e-commerce* yang ditawarkan pada konsumen dalam berbelanja daring mendorong terjadinya perilaku konsumtif pada seseorang. Ketika berbelanja di *e-commerce* mahasiswa merasa terbantu dengan berbagai kemudahan yang didapatkan sehingga menimbulkan kecanduan berbelanja yang dapat mengakibatkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif bisa dilihat dari kemampuan individu ketika melakukan pertimbangan dalam mengambil atau memberi keputusan yang terbaik. Hal ini dapat dilakukan individu saat berbelanja daring agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Saat zaman semakin modern dan teknologi semakin canggih dapat membantu individu dalam mempermudah kegiatan termasuk kegiatan berbelanja. Saat ini berbelanja dapat dilakukan secara daring hanya dengan sebuah aplikasi *e-commerce*. Maka dari itu individu harus pandai dalam mengontrol dirinya dalam berbelanja daring agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif. Selain individu harus pintar dalam mengontrol dirinya, individu juga harus pintar dalam memilih kelompok pertemanan atau lingkungan pergaulan. Apabila individu terlalu memaksakan diri untuk mengikuti gaya hidup orang-orang yang ada di sekitarnya juga dapat membuat individu tersebut berperilaku konsumtif. Hal ini dapat dibuktikan dari penjelasan beberapa ahli di bawah ini.

Mahasiswa memerlukan interaksi sosial dengan lingkungannya atau biasa dikenal dengan konformitas. Konformitas bisa menyebabkan kecenderungan seseorang memiliki perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang dimaksudkan adalah keadaan individu yang dituntut untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. Penelitian menunjukkan bahwa konformitas dan gaya hidup *brand minded* secara bersamaan memiliki peran dalam meningkatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa di kota Denpasar (Windayani & Astiti, 2017). Di kalangan mahasiswa, jika memiliki keinginan untuk bergabung pada suatu kelompok maka wajib untuk mempunyai barang yang sama, hal ini dilakukan sebagai bentuk solidaritas dan menunjukkan kekompakan kelompok (Atrizka et al., 2020). Maka dari itu mahasiswa sering membeli barang-barang secara *online* karena lebih praktis dan murah. Tak jarang juga anggota kelompok membeli barang yang pernah digunakan atau yang disarankan oleh anggota lainnya.

Terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro (Perdana & Mujiasih, 2018). Dari paparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dan konformitas pada mahasiswa berperan dalam perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Berdasarkan penelitian terdahulu maka penting untuk melakukan penelitian terkait kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif. Meskipun penelitian terkait perilaku konsumtif dengan kontrol diri dan perilaku konsumtif dengan konformitas, telah dilakukan, namun penelitian pada mahasiswa pengguna *e-commerce* dalam berbelanja masih jarang dilakukan.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ada tiga yaitu: (1) kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang berbelanja di *e-commerce*, (2) konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang berbelanja di *e-commerce*, dan (3) kontrol diri dan konformitas bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang berbelanja di *e-commerce*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Subjek dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif perguruan tinggi di Jawa Tengah dan

menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk berbelanja. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *incidental sampling*. Partisipan mengisi kuesioner dengan menyebutkan data status sebagai mahasiswa angkatan tahun berapa, nama perguruan tinggi, usia dan jenis kelamin. Sebanyak 63 orang (23,9%) berasal dari Perguruan Tinggi Negeri dan 207 orang (76,1%) dari Perguruan Tinggi Swasta. Dilihat dari komposisi usianya, subjek yang berpartisipasi lebih banyak perempuan daripada laki-laki, dan didominasi oleh usia 20-22 tahun. Komposisi usia dan jenis kelamin subjek secara detail ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Data subjek penelitian berdasarkan usia dan jenis kelamin

Usia (tahun)	Laki-laki		Perempuan		Total	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
18	0	0,0	3	1,5	3	1,1
19	1	1,4	12	5,9	13	4,8
20	6	8,7	24	11,8	30	11,0
21	23	33,3	94	46,3	117	43,0
22	30	43,5	60	29,6	90	33,1
23	6	8,7	9	4,4	15	5,5
24	2	2,9	1	0,5	3	1,1
25	1	1,4	0	0,0	1	0,4
Jumlah	69	100	203	100	272	100

Pengumpulan data pada riset ini menggunakan kuesioner yang disusun dengan menggunakan *google form* dan diedarkan secara daring kepada mahasiswa di Jawa Tengah dengan menggunakan sosial media seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Telegram* dan lain-lain.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala kontrol diri yang disusun berdasarkan aspek kemampuan dalam mengontrol perilaku, kemampuan dalam mengontrol kognitif dan kemampuan dalam mengambil keputusan (Averill, 1973). Skala konformitas disusun menggunakan aspek *informative influence* dan *normative influence* (Myers, 2010). Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek: pembelian impulsif, pemborosan dan pembelian tidak rasional. Skala tersebut dinilai dengan menggunakan skala likert (Lina & Rosyid, 1997).

Pengujian validitas isi dilakukan oleh lima orang *rater* yang menilai kesesuaian pernyataan dalam skala dengan indikator yang diungkap. Pengukuran validitas berdasarkan kesepakatan *rater*, apabila hasil validitas lebih dari 0,667 maka item tersebut dianggap valid (Azwar, 2021). Uji reliabilitas diuji dengan menggunakan analisis Alpha Cronbach dengan aplikasi SPSS versi 22 for windows. Berdasarkan uji reliabilitas skala kontrol diri dengan 19 item diperoleh koefisiensi Alpha Cronbach sebesar 0,793, dan skala konformitas dengan 14 item sebesar 0,700. Uji reliabilitas pada perilaku konsumtif dengan 22 item menghasilkan koefisien Alpha Cronbach sebesar 0,881. Data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 22. Sebelum dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi, terlebih dulu dilakukan uji prasyarat yang mencakup uji normalitas, linearitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji analisis tahap awal yang dilakukan adalah uji asumsi mencakup uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Z diperoleh nilai sebesar 0,489 dengan signifikansi 0,971. Dengan demikian data pada penelitian ini berdistribusi normal.

**Revina Yustika Lorenza, Sri Lestari.** *Kontrol Diri dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berbelanja di E-commerce*

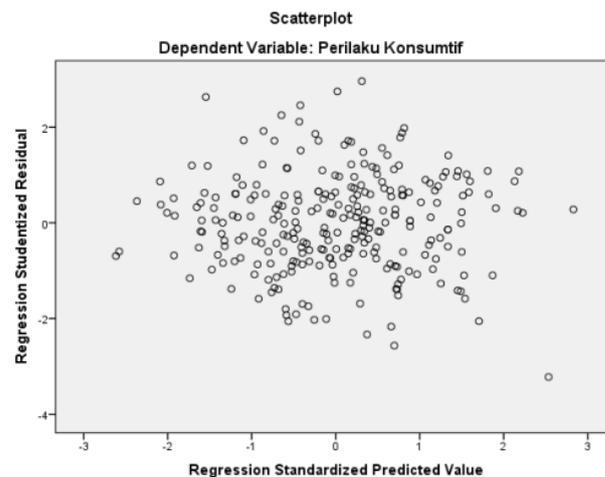
Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui ketiga variabel memiliki hubungan secara linier atau tidak. Nilai linearitas kontrol diri dengan perilaku konsumtif ( $p = 0,000$ ) dan nilai linearitas konformitas dengan perilaku konsumtif ( $p = 0,000$ ). Apabila hasil signifikansi linearitas di bawah  $0,05$  atau *deviation from linearity* di atas  $0,05$ , maka hubungan antara variabel  $X_1$  terhadap  $Y > 0,05$  dan variabel  $X_2$  terhadap  $Y > 0,05$  yang berarti bahwa kedua variabel independen dengan variabel dependen dikatakan linier. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Linearitas

Variabel	Linearity		Ket.
	F	Sig.	
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	47,604	0,000	Linier
Perilaku Konsumtif * Konformitas	82,930	0,000	Linier

Pada uji multikolinearitas kedua variabel independen yaitu kontrol diri dan konformitas memperoleh nilai VIF 1,060. Apabila nilai VIF yang diperoleh lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari *chart scatter plot* (Gambar 1). apabila titik menyebar secara acak dan tersebar di bawah angka nol hingga sumbu Y maka dapat dikatakan bahwa hasil memenuhi syarat untuk dilakukan uji asumsi klasik maka data masuk pada homoskedastisitas atau tidak heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji korelasi bivariat Pearson dapat dilihat pada tabel 3. Pada tabel 3 menunjukkan hasil yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri ( $r = -0,389$ ;  $p = 0,00$ ) dan perilaku konsumtif dengan konformitas ( $r = 0,479$ ;  $p < 0,00$ )

Tabel 3. Hasil Korelasi dan Deskriptif Statistik

	Skala	Mean	SD	1	2	3
1. Perilaku konsumtif	1-4	43,62	10,188	-	0,479	-0,389**
2. Kontrol diri	1-4	57,99	6,287	-0,389**	-	-0,238**
3. Konformitas	1-4	32,94	4,782	0,479	- 0,238**	-

Catatan. \*\*p < 0,00

Hasil regresi linier berganda menunjukkan nilai konstanta 42,215. Pada persamaan tersebut menunjukkan nilai koefisien regresi kontrol diri ( $X_1$ ) bernilai negatif (-0,472). Artinya apabila kontrol diri meningkat maka perilaku konsumtif mahasiswa menurun. Sebaliknya apabila kontrol diri menurun maka perilaku konsumtif meningkat. Nilai koefisien regresi konformitas ( $X_2$ ) bernilai positif (0,873). Artinya apabila konformitas meningkat, maka perilaku konsumtif juga meningkat. Dalam penelitian ini koefisien determinasi  $R^2$  diperoleh hasil 0,310. Hal ini berarti 31% perilaku konsumtif mahasiswa yang dipengaruhi oleh variabel kontrol diri ( $X_1$ ) dan konformitas ( $X_2$ ). Konformitas memiliki peranan yang lebih tinggi sebesar 20% dibandingkan kontrol diri yang memiliki peranan sebesar 11%, maka dari itu konformitas dapat dikatakan memiliki peranan yang lebih kuat daripada kontrol diri. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda pada Perilaku Konsumtif

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p
	B	SE	$\beta$		
1 (Constant)	42,215	6,800		6,208	0,000
Kontrol diri	-0,472	0,085	-0,291	-5,584	0,000
Konformitas	0,873	0,111	0,410	7,858	0,000

$R = 0,556$ ;  $R^2 = 0,310$ ; Adjusted  $R^2 = 0,305$ ;  $F = 60,327$ ;  $p = 0,000$  ( $p < 0,001$ )

Dari tabel 4 tampak bahwa kontrol diri ( $X_1$ ) dan konformitas ( $X_2$ ) memprediksi perilaku konsumtif ( $Y$ ) mahasiswa secara signifikan dengan nilai  $F = 60,327$  dan  $p < 0,001$  yang berarti bahwa hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima. Kemudian pada analisis regresi parsial juga ditemukan nilai konformitas signifikan secara positif memprediksi perilaku konsumtif.

Hasil uji parsial untuk variabel kontrol diri menunjukkan nilai  $t$  sebesar -5,584 dan  $p < 0,001$  yang berarti memiliki peranan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini dapat diartikan apabila kontrol diri meningkat, maka perilaku konsumtif mahasiswa menurun. Begitupun sebaliknya apabila kontrol diri mahasiswa menurun, maka kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif makin meningkat.

Hal ini selaras dengan penelitian Arum dan Khoirunnisa (2021) bahwa terdapat keterkaitan yang kuat antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Penelitian pada mahasiswa Fakultas Psikologi Unesa yang merupakan pengguna *e-commerce Shopee* mempunyai kontrol diri yang rendah dan perilaku konsumtif yang tinggi. Hasil penelitian Renaldy, Dewi, dan Hidayatullah (2018) pada mahasiswa program studi Ners di STIKes Santa Elisabeth Medan terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif yang dapat dilihat dari besaran nilai sumbangan efektif yang diberikan oleh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dengan perolehan koefisiensi determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,341

**Revina Yustika Lorenza, Sri Lestari.** *Kontrol Diri dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berbelanja di E-commerce*

atau 34,1%. Terdapat keterkaitan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Sebanyak 54 orang (94,7%) mahasiswa yang mempunyai kontrol diri dan perilaku konsumtif yang masuk kategori sedang, dan 36 orang (46,2%) mahasiswa yang mempunyai kontrol diri dan perilaku konsumtif yang tergolong tinggi (Siallagan et al., 2021).

Hasil uji parsial untuk variabel konformitas menunjukkan nilai t sebesar 7,758 dan  $p < 0,001$  yang berarti memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ketika konformitas meningkat, maka perilaku konsumtif juga meningkat. Sebaliknya apabila konformitas mahasiswa menurun, maka perilaku konsumtif pun menurun. Hasil ini sejalan dengan penelitian terhadap mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro angkatan 2016 yaitu apabila tingkat konformitas pada teman sebaya semakin tinggi maka akan membuat tingkat perilaku konsumtif menjadi tinggi, dan sebaliknya apabila tingkat konformitas terhadap teman sebaya semakin rendah maka semakin rendah pula tingkat perilaku konsumtif (Perdana & Mujiasih, 2018).

Penelitian Triningtyas dan Margawati (2019) menunjukkan hubungan yang positif pada konformitas dengan perilaku konsumtif berbelanja daring pada remaja. Remaja program studi Bimbingan dan Konseling mempunyai tingkat konformitas kategori tinggi sebanyak 36 subjek (50%). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa konformitas berperan terhadap perilaku konsumtif dalam berbelanja daring karena lingkungan pergaulan, dan terdapat suasana kompetitif di lingkungan. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh konformitas (Dezianti & Hidayati, 2021). Hasil penelitian menunjukkan salah satu faktor yang cukup kuat mendasari generasi milenial, terlebih pada usia remaja, dalam mengkonsumsi sesuatu atau berperilaku konsumtif karena adanya tekanan sosial atau konformitas.

Pada penelitian ini koefisien determinasi  $R^2$  diperoleh hasil 0,310. Artinya perilaku konsumtif mahasiswa yang berbelanja menggunakan aplikasi *e-commerce* 31% dipengaruhi oleh variabel kontrol diri ( $X_1$ ) dan variabel konformitas ( $X_2$ ). Konformitas memiliki peranan sebesar 20% dibandingkan kontrol diri yang memiliki peranan sebesar 11%, sehingga konformitas dapat dikatakan memiliki peranan yang lebih kuat daripada kontrol diri. Dengan demikian masih ada 69% pengaruh variabel lain terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang belum dijelaskan oleh penelitian ini.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu kontrol diri dan konformitas mampu memprediksi perilaku konsumtif mahasiswa di Jawa tengah yang berbelanja menggunakan *e-commerce*. Secara parsial konformitas juga dapat memprediksi perilaku konsumtif, demikian pula kontrol diri. Kontrol diri yang tinggi dapat membantu mahasiswa untuk mengendalikan dorongan berbelanja sehingga tidak menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif. Selain kontrol diri, konformitas juga dapat mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Upaya mahasiswa untuk mengikuti teman-teman sebayanya guna mendapatkan penerimaan dari lingkungan, membuat mahasiswa lebih mudah mengikuti perilaku teman-temannya. Ketika konformitas meningkat, maka perilaku konsumtif pun juga meningkat. Sebaliknya apabila konformitas mahasiswa menurun, maka perilaku konsumtif pun juga menurun.

Saran yang diberikan kepada mahasiswa yang berbelanja menggunakan *e-commerce* agar lebih mengendalikan diri dalam berbelanja. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah mengurangi paparan dari iklan dan promosi yang sedang berlangsung di *e-commerce*, tidak terjebak pada sekedar mengikuti tren yang sedang berlangsung

karena belum tentu sesuai dengan kebutuhan pribadinya. Membuat daftar kebutuhan juga akan membantu dalam menentukan skala prioritas barang yang perlu untuk dibeli dan mana yang tidak. Membiasakan menabung dalam rekening yang tidak mudah diambil juga dapat dilakukan guna mengendalikan pengeluaran yang tidak perlu. Saran untuk peneliti selanjutnya agar meneliti perbedaan gender atau usia yang memengaruhi terjadinya perilaku konsumtif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amarulloh, L. F., & Abdurrohmi. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online pada dewasa awal Petet Tuntang Kabupaten Semarang Jawa Tengah. *Prosiding Konstelasi Mahasiswa Unissula (KIMU)* 5, 891, 107–111.
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi pengguna e-commerce Shopee. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92–102.
- Atrizka, D., Saputri, A., Sibaran, A. S. L., & Sugiharto, A. (2020). Hubungan antara konformitas terhadap intensi membeli online pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. *Jurnal Diversita*, 6(2), 251–259. <https://doi.org/10.31289/diversita.v6i2.4114>
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- 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>
- Faradianti, M., Hayati, Y., & Zulfadhili. (2018). Konformitas dalam novel tiologi Dilan karya Pidi Baiq. *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.24036/81008960>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12, (1), 55–68.
- Harahap, J. Y. (2017). Hubungan antara kontrol diri dengan ketergantungan internet di Pustaka Digital Perpustakaan Daerah Medan. *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling*, 3(2), 131. <http://dx.doi.org/10.22373/je.v3i2.3091>
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh life style, self-control dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melakukan online shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v16i1.805>
- Haryono, P. (2014). Hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(4), 268–273. <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v2i4.3674>
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v13i4.2709>
- Lailiyah, N., Rahayu, T., & Fahira, K. T. (2021). Perilaku pengguna bus pariwisata sebagai konsumen rasional selama pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 42–51. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.229>
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putri. *Psikologika*, 2(4), 5–13. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1>
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. (2018). Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *Neo Societal*, 3(2), 433–440.
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh konsep diri dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 92–100.

**Revina Yustika Lorenza, Sri Lestari.** *Kontrol Diri dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berbelanja di E-commerce*

- Perdana, P. I., & Mujiasih, E. (2018). Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif membeli pakaian pada mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 6(4), 195–208. <https://doi.org/10.14710/empati.2017.20031>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Renaldy, M., Dewi, R. S., & Hidayatullah, M. S. (2018). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif konsumen online shop melalui sosial media pada mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Kognisia*, 1(1), 94–97. <https://doi.org/10.20527/jk.v1i1.1462>
- Sahanaya, G. A. (2021). Analisis perilaku konsumtif mahasiswa sebagai dampak perkembangan e-commerce di Indonesia. *Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*, 1(1), 126–131.
- Siallagan, A. M., Derang, I., & Nazara, P. G. (2021). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung Husada*, 8(1), 54–61.
- Sucihati, R. N., Usman, & Aprilindia, R. E. (2019). Analisis perilaku konsumtif melalui belanja online pada mahasiswa program S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 64–79. <https://doi.org/10.58406/jeb.v7i1.522>
- Tenriawaru, A., Wicaksono, B., & Saniatuzzulfa, R. (2018). Hubungan antara kecenderungan kepribadian narsistik dan financial literacy dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Jurnal Wacana*, 10(2), 13–26. <https://doi.org/10.13057/wacana.v10i2.126>
- Triningtyas, D. A., & Margawati, T. M. (2019). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap online shopping pada remaja. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 5(1), 16.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271–279. <https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950>
- Ulfa, U. A. (2017). Hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup konsumtif dengan kepercayaan diri. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(4), 554–562.
- Wigati, D., Dewi, W. C., & Sari, N. F. I. (2022). Intensitas mengakses online shopping Instagram dengan perilaku konsumtif. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 6(1), 1–13.
- Wijenayake, S., van Berkel, N., Kostakos, V., & Goncalves, J. (2020). Impact of contextual and personal determinants on online social conformity. *Computers in Human Behavior*, 108, 106302. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106302>
- Windayani, S., & Astiti, P. (2017). Peran konformitas dan gaya hidup brand minded terhadap perilaku konsumtif mahasiswi di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2, 96–108.