

**NASKAH PUBLIKASI**

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MELALUI *E-COMMERCE* PADA REMAJA**

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONTROL AND CONSUMPTIVE  
BEHAVIOR USING E-COMMERCE AMONG ADOLESCENTS**

**Syuja Nadya Latifa<sup>1</sup>, Aniq Hudiyah Bil Haq<sup>2</sup>, Desita Dyah Damayanti<sup>3</sup>**



**OLEH:**

**SYUJA NADYA LATIFA**

**1911102433096**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYA KALIMANTAN TIMUR**

**SAMARINDA**

**2024**

**Naskah Publikasi**

**Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui *E-Commerce* pada Remaja**

**The Relationship Between Self-Control and Consumptive Behavior Using E-Commerce  
among Adolescents**

**Syuja Nadya Latifa<sup>1</sup>, Aniq Hudiya Bil Haq<sup>2</sup>, Desita Dyah Damayanti<sup>3</sup>**



**Oleh:**

**Syuja Nadya Latifa**

**1911102433096**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYA KALIMANTAN TIMUR**

**SAMARINDA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**NASKAH PUBLIKASI**

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF  
MELALUI E-COMMERCE PADA REMAJA**

**Oleh:**

**Syuja Nadya Latifa**

**1911102433096**

**Samarinda, 14 Desember 2023**

**Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aniq Hadiyah Bil Haq', with a stylized flourish at the end.

**Aniq Hadiyah Bil Haq, M.A.**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**NASKAH PUBLIKASI**

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF  
MELALUI E-COMMERCE PADA REMAJA**

Yang disiapkan dan disusun oleh:


Nama : Syuja Nadya Latifa

NIM : 1911102433096

Fakultas : Psikologi

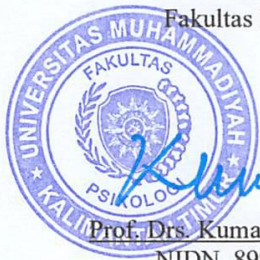
Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 03 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Psikologi.

Penguji 1: Desita Dyah Damayanti, M.Psi., Psikolog

  
(.....Aniq H.B.....)

Penguji 2: Aniq Hadiyah Bil Haq, M.A.

Dekan  
Fakultas Psikologi



Prof. Drs. Kumaidi, M.A., Ph.D.  
NIDN. 8993050022

Ketua  
Program Studi Psikologi



Desita Dyah Damayanti, M.Psi., Psikolog  
NIDN. 1111129301

# HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MELALUI E-COMMERCE PADA REMAJA

**Syuja Nadya Latifa**

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

*e-mail*: syujanadyalatifa18@gmail.com

## Abstrak

Pada era globalisasi saat ini, kemajuan besar telah terjadi di banyak sektor termasuk kemajuan dalam kegiatan ekonomi. Hal ini dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Individu memerlukan kontrol diri untuk mengendalikan perilaku konsumtif yang ada pada dirinya. Penelitian ini bertujuan menemukan korelasi pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif melalui *e-commerce* pada remaja. Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan populasi remaja yang berdomisili di Kalimantan Timur. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 184 responden. Teknik Analisa data yang digunakan ialah *pearson product moment* dengan nilai koefisien korelasi sebesar  $-0,174$  dan nilai signifikansi  $0,018$  ( $p < 0,05$ ). Hal ini mengartikan hipotesis diterima dengan adanya hubungan yang negatif dan signifikan antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri. Hasil negatif mengartikan bahwa jika kontrol diri tinggi maka perilaku konsumtif rendah begitu pula sebaliknya bila nilai kontrol diri rendah maka nilai perilaku konsumtif tinggi. Hal ini berarti remaja dengan kontrol diri yang baik menyebabkan perilaku konsumtifnya rendah.

**Kata Kunci:** Kontrol diri, Perilaku Konsumtif, Remaja

## Pendahuluan

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis sebuah survei mengenai perilaku penggunaan internet pada tahun 2022. Survei ini menunjukkan bahwa jumlah penggunaan internet mencapai 210,026 juta jiwa, angka ini naik 3,32% dibandingkan tahun 2019-2020 yaitu sebesar 196,71 juta jiwa. Kontribusi penggunaan internet berdasarkan provinsi masih dipimpin oleh Jawa yaitu sebesar 43,92%, lalu disusul oleh Sumatera sebesar 16,63%, Sulawesi dengan 5,53%, Kalimantan dengan 4,88%. Di provinsi bagian timur Indonesia Nusa Tenggara, Papua, dan Bali sebesar 2,71%, 1,38%, 1,17%, dan Maluku dengan kontribusi penggunaan internet terendah yaitu sebesar 0,81%. APJII mengemukakan bahwa 13 sampai 18 tahun memiliki penetrasi internet terbesar, yakni 99,16%, diikuti oleh usia 19 sampai 34 tahun dengan 98,64%, usia 35-54 tahun di 87,30%, kelompok usia 5 sampai 12 tahun di 63,43%, dan yang terendah pada usia lebih dari 55 tahun sebesar 51,73% (APJII, 2022).

Perilaku penggunaan internet yang tiap tahun mengalami peningkatan ini salah satunya menyebabkan kegiatan jual beli dilakukan melalui media internet, yaitu dengan munculnya *e-commerce* atau *Electronic Commerce*, yaitu proses jual beli jasa ataupun sebuah produk, transaksi bisnis, pertukaran jasa secara keseluruhan menggunakan internet (Kasmi & Candra, 2017). Terdapat jenis-jenis bisnis *e-commerce* yang ada di Indonesia, yaitu iklan baris atau

*listing, marketplace*, toko daring, toko daring yang berbasis di media sosial, dan serta jenis-jenis *website crowdsourcing/crowdfunding* (Pradana, 2015).

Pada era globalisasi saat ini, kemajuan besar telah terjadi di banyak sektor termasuk kemajuan dalam kegiatan ekonomi. Kemajuan ini tentu saja dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan sesuatu. Misalnya, masyarakat tidak lagi mengalami keterbatasan dalam mencari produk yang dibutuhkannya karena semakin tinggi pembuatan dan peredaran terhadap sebuah produk barang dan jasa yang ditawarkan pada masyarakat (Anggraini & Santhoso, 2017). Munculnya rasa ingin melakukan pembelian terhadap produk secara berlebihan menjadi penyebab awal terbentuknya perilaku konsumtif. Seseorang akan berulang-ulang melakukan pembelian pada sebuah barang hanya karena keinginan mereka bukan dikarenakan kebutuhan (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013). Terbentuknya perilaku konsumtif disebabkan oleh pembelian atau konsumtif itu sendiri. Munculnya perilaku konsumtif dikarenakan masa industrialisasi yang di mana produksi barang dilakukan secara besar-besaran, hal ini menyebabkan produsen membutuhkan konsumen yang lebih banyak dari sebelumnya (Lestarina, Karimah, Febrianti, Ranny, & Harlina, 2017). Pada tahun 2018 Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) menunjukkan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia mencapai 122,7 triliun dan pada tahun 2019 meningkat sebesar 1,22 % menjadi 124,2 triliun (Herindar, 2021).

Berdasarkan hasil survei awal yang peneliti lakukan menghasilkan data bahwa 7 dari 10 remaja lebih sering berbelanja *online*. Alasan remaja menyukai berbelanja secara *online*, karena lebih memiliki banyak jenis produk, lebih praktis, dan lebih murah. Pada usia remaja ini biasanya terjadi proses pembentukan pola konsumsi individu. Remaja yang lebih mudah untuk terbujuik iklan, gemar mengikuti teman-temannya, tidak realistis, serta cenderung lebih boros saat menggunakan uang. Sifat-sifat tersebut dapat dimanfaatkan produsen untuk menggunakan remaja sebagai target pasar mereka. Remaja yang sering berperilaku konsumtif dikhawatirkan akan terciptanya dampak negatif karena berbelanja barang-barang hanya berdasarkan keinginannya saja (Nurhaini, 2018). Dampak dari perilaku konsumtif, ialah kecemburuan sosial, dapat menghilangkan kesempatan menabung, dan tidak memikirkan keperluan yang akan datang (Fitriyani dkk., 2013). Remaja yang telah terbiasa berperilaku konsumtif dikhawatirkan akan terus membawa pola perilaku tersebut hingga dewasa atau masuk dalam dunia kerja (Suminar & Meiyuntari, 2016).

Kotler & Keller (2016), berpendapat terdapat empat faktor dari perilaku konsumtif, yakni faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Kontrol diri merupakan faktor pribadi yang merupakan salah satu faktor penting yang mampu mempengaruhi perilaku konsumtif. Kontrol diri atau pengendalian diri didefinisikan sebagai kemampuan dalam membimbing, mengatur, serta mengarahkan perilaku seseorang, salah satunya dalam menekankan perilaku impulsif (Pradisti, Widiastuti, & Widuri, 2022). Kontrol diri disesuaikan dengan keadaan dan kondisi dalam pengendalian perilaku, menarik perhatian, dan keinginan untuk mengubah sebuah perilaku (Anjani & Astiti, 2020). Seseorang dengan pengendalian diri kurang akan memiliki waktu yang lebih sulit untuk menentukan dampak dari tindakan mereka, sedangkan seseorang dengan pengendalian diri yang lebih kuat akan dapat lebih memperhatikan cara berperilaku dengan benar dalam berbagai situasi (Chita, David, & Pali, 2015). Individu dengan kontrol diri yang baik mampu mengendalikan diri dari dorongan yang muncul, karena hal ini individu dapat menghindari perilaku yang negatif (Nurhaini, 2018). Salah satu perilaku negatif tersebut ialah perilaku konsumtif. Sehingga dengan adanya kontrol diri yang baik, individu dapat menahan timbulnya perilaku konsumtif.

Hasil penelitian dari Candra, Nastasia, & Fenia, (2021), menunjukkan adanya hubungan yang relevan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Seseorang dengan tingkat kontrol diri yang tinggi maka memiliki tingkat konsumtif yang rendah. Sebaliknya, perilaku konsumtif meningkat pada individu dengan pengendalian diri rendah. Selain itu, berdasarkan temuan penelitian Azizatunnisa & Herdiana, (2020), juga menghasilkan adanya korelasi antara kontrol diri dan perilaku konsumtif, yaitu jika remaja mempunyai kontrol diri yang kuat, maka mereka mampu untuk menahan perilaku konsumtif dengan lebih mudah. Akan tetapi, lebih sulit untuk mengendalikan perilaku konsumtif jika seseorang tidak memiliki kontrol diri yang kuat.

Berlandaskan keterangan di atas, maka peneliti sangat ingin untuk membahas mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja melalui *e-commerce* pada remaja. Penelitian ini berfokus pada remaja yang menjadi subjek penelitian sehingga hal ini menjadi pembeda dari pada penelitian sebelumnya yang kebanyakan menggunakan subjek siswa SMA.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi untuk penelitian ini ialah remaja yang berdomisili di Kalimantan Timur. Populasi ini tidak diketahui

jumlah tetapnya. Sampel dari penelitian ini ialah minimal 100 responden berdasarkan rumus lemeshow. Teknik sampling yang digunakan ialah *purposive sampling* dengan kriteria sampel, yaitu berdomisili di Kalimantan Timur, usia 12-22 tahun, pernah atau sering berbelanja melalui *e-commerce* atau belanja secara *online*. Data yang digunakan pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan dua skala. Skala pertama untuk perilaku konsumtif adalah skala yang akan dibuat oleh peneliti berdasarkan dari aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (1997), skala kedua digunakan untuk mengukur kontrol diri ialah skala kontrol diri Arifin (2020). Teknik Analisa yang digunakan adalah teknik korelasi *pearson product moment*. Data yang telah didapatkan nantinya akan diolah menggunakan *software* program SPSS Statistic versi 25.

### Hasil Penelitian

Berdasarkan data penelitian dengan jumlah 184 subjek yang sesuai dengan kriteria subjek penelitian, peneliti mengategorikan karakteristik subjek penelitian berdasarkan usia, jenis *e-commerce* yang digunakan, dan intensitas berbelanja. Perhitungan distribusi frekuensi ini dilakukan dengan menggunakan *software Microsoft excel 2023* sebagai berikut:

**Tabel 1. Karakteristik Subjek Berdasarkan Usia**

Usia	Total	Presentase
12-15 Tahun	53	28,8%
16-18 Tahun	93	50,5%
19-22 Tahun	38	20,7%
<b>TOTAL</b>	184	100%

Berdasarkan tabel 1. menunjukkan bahwa subjek dari penelitian ini didominasi oleh usia 16-18 tahun sebanyak 93 responden (50,5%), 12-15 tahun sebanyak 53 responden (28,8%), dan 19-21 tahun sebanyak 38 responden (20,7%).

**Tabel 2. Karakteristik Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Total	Presentase
Laki-Laki	62	33,7%
Perempuan	122	66,3%
<b>TOTAL</b>	184	100%

Berdasarkan tabel 2. menunjukkan jenis kelamin didominasi perempuan sebanyak 122 (66,3%) dan untuk subjek laki-laki sebesar 62 subjek (33,7%).

**Tabel 3. Karakteristik Subjek Berdasarkan E-Commerce**

E-Commerce	Total	Presentase
------------	-------	------------



Shopee	115	62,5%
Tokopedia	8	4,3%
Media Sosial	6	3,3%
Website	1	0,5%
Tiktok Shop	52	28,3%
Lazada	2	1,1%
<b>TOTAL</b>	<b>184</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 3. didapatkan hasil jenis *e-commerce* yang sering digunakan, ialah *shopee* dengan 115 responden (62,5%), *Tiktok Shop* sebanyak 52 responden (28,3%) dan *Tokopedia*, *Media Sosial*, *Lazada*, serta *website* sebanyak 17 responden (9,2%).

**Tabel 4. Karakteristik Subjek Berdasarkan Intensitas Berbelanja**

<b>Intensitas Berbelanja</b>	<b>Total</b>	<b>Presentase</b>
Sangat Sering	30	16,3%
Sering	28	15,2%
Kadang-Kadang	86	46,7%
Pernah	40	21,7%
Tidak pernah	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>184</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4. intensitas berbelanja responden lebih banyak “Kadang-Kadang” dengan jumlah 86 responden (46,7%), “Pernah” sebanyak 40 responden (21,7%), “Sangat Sering” sebanyak 30 responden (16,3%), dan “Sering” sebanyak 28 responden (15,2%).

**Tabel 4. Uji Normalitas**

<i>Unstandardized Residual</i>	
Signifikansi	.200

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan hasil dari signifikansi sebesar 0,2. Hal ini berarti nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga residual terdistribusi normal.

**Tabel 5. Uji Linieritas**

<b>Variabel</b>	<b>Signifikansi</b>		<b>Keterangan</b>
	<i>Linearity</i>	<i>Deviation From Linearity</i>	
Perilaku Konsumtif dan Kontrol Diri	.015	.160	Linier

Berdasarkan tabel 5 didapatkan hasil bahwa data penelitian bersifat linier dengan nilai *linearity* 0,15 ( $p < 0,05$ ), dan nilai *Deviation From Linearity* sebesar 0,16 ( $p > 0,05$ ). Berdasarkan nilai tersebut peneliti dapat melanjutkan ke tahap uji selanjutnya yaitu uji korelasi *pearson product moment*.

**Tabel 6. Uji Hipotesis**

Variabel Dependen	Variabel Independen	Koefisien Korelasi	Signifikansi
Perilaku Konsumtif	Kontrol Diri	-.174	.018

Berdasarkan tabel 6 didapatkan hasil adanya hubungan signifikan antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri dengan nilai signifikansi 0.018 ( $p < 0.05$ ). Nilai koefisien korelasi yang menunjukkan hasil negatif mengartikan bahwa jika nilai kontrol diri tinggi maka nilai perilaku konsumtif rendah begitu pula sebaliknya bila nilai kontrol diri rendah maka nilai perilaku konsumtif tinggi.

**Tabel 7. Kategorisasi Perilaku Konsumtif**

Kategori	Rentang Nilai	Jumlah	Presentase
Rendah	0 – 21	75	40,8%
Sedang	22 – 32	95	51,6%
Tinggi	> 33	14	7,6%
Total		184	100%

Berdasarkan tabel 7 menghasilkan bahwa 75 (40,8%) responden dalam kategori rendah, 95 (51,6%) responden dalam kategori sedang, dan 14 (7,6%) responden dalam kategori tinggi. Dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku konsumtif pada remaja Kalimantan timur adalah sedang.

**Tabel 8. Kategorisasi Kontrol Diri**

Kategori	Rentang Nilai	Jumlah	Presentase
Rendah	0 – 23	6	3,3%
Sedang	24 – 39	117	63,6%
Tinggi	> 40	61	21,2%
Total		184	100%

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui sebanyak 6 (3,3%) responden dalam kategori rendah, 117 (63,6%) responden dalam kategori sedang, dan 61 (21,2%) responden dalam kategori tinggi. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kontrol diri pada remaja Kalimantan timur adalah sedang.

### Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan perilaku konsumtif dengan kontrol diri pada remaja. Berdasarkan karakteristik subjek didapatkan hasil yang tertinggi untuk usia 16-18 tahun menyumbangkan sebesar 50,5%, jenis kelamin didominasi Perempuan sebesar 66,4%, untuk *e-commerce shopee* sebesar 63,5%, dan berdasarkan intensitas didominasi kadang-kadang sebesar 46,7%. Berdasarkan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil

yang signifikansi sebesar 0,200 yang berarti  $p > 0,05$ . Sehingga dapat diartikan bahwa data didistribusikan secara normal. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang didapatkan dengan hasil normalitas yang sama, yaitu penelitian menurut (Anjani, 2023; Sari, 2023). Berdasarkan hasil uji linearitas didapatkan hasil *Deviation From Linearity* sebesar 0,16 yang berarti  $p > 0,05$  sehingga dapat dikatakan data penelitian bersifat linier. Sejalan dengan hasil penelitian beberapa peneliti terdapat hasil yang linear antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri (Anjani & Astiti, 2020; Arum & Khoirunnisa, 2021; Sari, 2019).

Berdasarkan hasil analisis data yang didapatkan, bahwa adanya hubungan yang signifikan antar variabel yaitu sebesar 0,018 ( $p < 0,05$ ). Hal ini menandakan bahwa, hipotesis diterima, terdapat hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dari hasil analisa menghasilkan koefisien korelasi sebesar -0.174. Hal ini menandakan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kontrol diri hanya sebesar 3% dan 97% lainnya berasal dari faktor lain. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nofitriani (2020), yang menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kontrol diri sebesar 3% dan menurut Tripambudi & Indrawati (2018), kontrol diri berpengaruh hanya 4,3%. Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu gaya hidup sebesar 35% (Anggraini & Santhoso, 2017), konformitas sebesar 10% (Fitriyani dkk., 2013), konsep diri 40% (Wijayanti & Astiti, 2017), harga diri 10% (Jasmadi & Azzama, 2016), citra tubuh 21% dan kepercayaan diri 36% (Rombe, 2013). Hasil penelitian yang didapatkan dengan nilai koefisien korelasi yang negatif, sejalan dengan hasil penelitian menurut beberapa peneliti, terdapat hubungan yang negatif antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri, menunjukkan terdapat hubungan yang relevan antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri, yaitu bila individu memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi maka tingkat perilaku konsumtif akan rendah. Sebaliknya bila individu dengan kontrol diri rendah maka perilaku konsumtifnya (Anggreini & Mariyanti, 2014; Arum & Khoirunnisa, 2021; Candra dkk., 2021).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan subjek berinisial A yang merupakan mahasiswa berusia 20 tahun. Subjek menunjukkan bahwa pembelian melalui *e-commerce* didasari oleh rasa ingin tahu terhadap sebuah barang dan tidak didasari oleh kebutuhan, serta dilakukan secara spontan namun dengan intensitas kadang-kadang. Hal ini sejalan dengan hasil temuan yang peneliti temukan bahwa perilaku konsumtif pada remaja tidak hanya dipengaruhi oleh kontrol diri saja melainkan terdapat faktor lain yang tidak diteliti. Sejalan juga menurut Lubis (Fitriyani dkk., 2013) yang menyatakan munculnya perilaku konsumtif diawali dengan

keinginan berlebih untuk memiliki suatu barang. Mangkunegara (Widayanti & Sri, 2021) menjelaskan ciri-ciri dari pembelian remaja, ialah (1) remaja mudah terpengaruh godaan penjual, (2) mudah terbujuk rayuan iklan, terutama pada kemasan yang dihiasi warna yang menarik, (3) tidak berpikir untuk menghemat, (4) kurang realistis dan mudah terbujuk (impulsif).

Kontrol diri yang baik dapat menyebabkan munculnya pertimbangan akan prioritas pembelian dan membuat keputusan berdasarkan kebutuhan. Sebaliknya seseorang dengan kontrol diri yang lemah akan melakukan pembelian tanpa dilakukan pertimbangan terhadap prioritas (Arum & Khoirunnisa, 2021). Kontrol diri dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal memiliki yang signifikan berpengaruh pada kontrol diri ialah usia, dengan bertambahnya usia seseorang juga diikuti dengan bertambahnya kontrol diri yang dimiliki. Faktor eksternal dapat digambarkan melalui lingkup lingkungan individu (Arum & Khoirunnisa, 2021).

Berdasarkan kategorisasi yang dihasilkan, menunjukkan kontrol diri dan perilaku konsumtif masuk dalam kategori sedang, dengan persentase subjek 63,6% untuk variabel perilaku konsumtif dan 51,5% untuk variabel kontrol diri. Sejalan dengan penelitian Anggreini & Mariyanti (2014) menghasilkan perilaku konsumtif berkategori sedang dengan persentase 51,5%, dan menurut Hani, Hartati, & Aiyuda (2020) kategorisasi kontrol diri didapatkan hasil sedang dengan persentase 73,5%. Hasil kategorisasi yang menunjukkan sedang untuk perilaku konsumtif dan kontrol diri, hal ini menyebabkan intensitas berbelanja subjek yaitu kadang-kadang. Selaras dengan ciri remaja yang dalam periode peralihan, remaja selalu berubah-ubah emosi dan perilakunya, masa ini merupakan waktu yang tepat bagi remaja mencoba berbagai hal, seperti gaya hidup baru, menentukan pola perilaku, nilai, serta sifat yang paling sesuai dengan diri mereka (Hurlock, 1993). Remaja cenderung berperilaku konsumtif, karena remaja dinilai kurang percaya diri dan labil serta belum memiliki kemampuan terhadap menentukan kebutuhan dan keinginan yang perlu dikonsumsi, sehingga remaja menyukai hal yang menyenangkan dan boros dalam penggunaan uang jajannya (Fransisca & Erdiansyah, 2020).

Kebaruan penelitian ini ialah spesifikasi subjek yang diteliti ialah remaja dan *e-commerce*, kebanyakan penelitian terdahulu spesifikasi subjek hanya berdasarkan jenjang pendidikan tertentu, satu platform *e-commerce* saja, atau berdasarkan jenis kelamin subjek. Kebaruan lainnya yaitu, hasil kategorisasi didapatkan untuk perilaku konsumtif dan kontrol diri ialah

sedang. Penelitian juga ini memiliki keterbatasan, yaitu data yang dihasilkan tidak merata di setiap karakteristiknya dan terdapat perbedaan jumlah subjek pada setiap karakteristik terbilang besar. Kurangnya karakteristik yang diberikan juga berpengaruh dalam dilakukannya perbandingan data. Pengumpulan data dilakukan secara daring, oleh karena itu data yang dihasilkan dapat menimbulkan subjek melakukan pengisian kuesioner dengan tidak serius. Hasil pengumpulan data didapatkan pada karakteristik usia didominasi 16-18 tahun. Hal ini dikarenakan pengambilan data secara luring hanya dilakukan pada satu instansi saja.

### **Simpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini ialah adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja melalui *e-commerce*, yaitu semakin tinggi kontrol diri dari seseorang maka perilaku konsumtifnya akan semakin rendah. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri pada seseorang maka perilaku konsumtifnya akan semakin tinggi.

## Daftar Pustaka

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Media Ilmiah Psikologi*, 12(1), 34–42.
- Anjani, N. (2023). *Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online Produk Fashion pada Remaja di Tanjung Selamat*. Universitas Medan Area.
- Anjani, P. S., & Astiti, D. P. (2020). Hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi Jepang (anime) di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 144–155. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/57813>
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). *HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI PSIKOLOGI PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE*. 8.
- Azizatunnisa, A., & Herdiana, I. (2020). Self-control and consumptive behavior of adolescents in an Islamic boarding school-palarch's. *Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 17(3), 1779–1786.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi (2 ed.)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Candra, Y., Nastasia, K., & Fenia, S. Z. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMAN 10 Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 185–194. <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.197>
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik*, 3(1). <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>
- De Ridder, D. T. D., De Boer, B. J., Lugtig, P., Bakker, A. B., & van Hooft, E. A. J. (2011). Not doing bad things is not equivalent to doing the right thing: Distinguishing between inhibitory and initiatory self-control. *Personality and Individual Differences*, 50(7), 1006–1011. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.01.015>
- 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), 1–14. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Gunarsa, S. D. (2008). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: PT BPK Gunung

Mulia.

Hurlock, E. B. (1991). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (5 ed.). Jakarta: Erlangga.

Hani, U., Hartati, R., & Aiyuda, N. (2020). Kontrol diri terhadap Cybersex pada Remaja. *Psychopolytan : Jurnal Psikologi*, 3(2), 126–132. <https://doi.org/10.36341/psi.v3i2.966>

Jasmadi, & Azzama, A. (2016). Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Banda Aceh. *Psikoislamedia : Jurnal Psikologi*, 1(2), 325–334. <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i2.919>

Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal AKTUAL*, 15(2), 109. <https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>

Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing* (Fourth Eur). Pearson Education.

Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>

Lina, & Rosyid, H. F. (1997). PERILAKU KONSUMTIF BERDASAR LOCUS O F CONTROL PADA REMAJA PUTRI Lina. *Psikologika*, 2(4), 5–13. [journal.uui.ac.id](http://journal.uui.ac.id)

Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69. [http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative\\_counseling](http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling)

Nofitriani, N. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Harga Diri Dengan Perilaku Kosumtif Terhadap Gadget Pada Siswa Kelas XII SMAN 8 Bogor. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 4(1), 55.

Nurhaini, D. (2018). Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 92–100. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i1.4532>

Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. *Jurnal Neo-bis*, 9(2), 32–40.

Pradisti, L., Widiastuti, E., & Widuri, R. (2022). The Role of Self-Control On Consumptive Behavior. *International Sustainable Competitiveness Advantage*, 12(01), 93–99.

Rombe, S. (2013). Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(4), 228–236. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i4.3520>

Sari, N. K. (2023). *Hubungan antara Kontrol Diri dan Citra Diri dengan Perilaku Konsumtif*

*dalam Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswi Jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang* [Universitas Walisongo Semarang]. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>

Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 37–46. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i1.4704>

Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2016). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02). <https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556>

Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>

Widayanti, N., & Sri, M. A. (2021). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pendidikan Ekonomi Semester VIII Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020. *Oikis: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 5(1), 14–21. <http://www.nber.org/papers/w16019>

Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 41–49. <https://doi.org/10.24843/jpu.2017.v04.i01.p05>



# LAMPIRAN

## Surat Keterangan



**UMKT**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
Kalimantan Timur

Kampus 1 : Jl. Ir. H. Juanda, No.15, Samarinda  
Kampus 2 : Jl. Pelita, Pesona Mahakam, Samarinda  
Telp. 0541-748511 Fax.0541-766832



### SURAT KETERANGAN ARTIKEL PUBLIKASI

*Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Aniq Hadiyah Bil Haq
NIM	: 0610018902
Nama	: Syuja Nadya Latifa
NIM	: 1911102433096
Fakultas	: Psikologi
Program Studi	: S1 Psikologi

Menyatakan bahwa artikel ilmiah yang berjudul "Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui *E-Commerce* pada Remaja" telah di submit pada jurnal *Indonesian Journal of Psychological Studies (IJPS)* pada tahun 2024

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Mahasiswa/i

Syuja Nadya Latifa  
NIM. 1911102433096

Samarinda, 25 Juni 2024  
Dosen Pembimbing

Aniq Hadiyah Bil Haq, S.Psi., M.A.  
NIDN. 0610018902

# Bukti Submit

3994 / Latifa / HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MELALUI E-COMMERCE PADA REMAJA

Submission Files

File Name	Date	Type
25784-1 syuja, jurnal skripsi.docx	June 18, 2024	Article Text

Pre-Review Discussions

Name	From	Last Reply	Replies	Closed
No Items				