

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA BIMBINGAN PENYULUHAN
ISLAM IAIN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

**Nikita Diah Utami
NIM. 211517006**

Pembimbing:

**Mayrina Eka P.B., M. Psi
NIP. 198304112018012001**

**JURUSAN BIMBINGAN PENYULUHAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nikita Diah Utami

NIM : 211517005

Fakultas : Ushuluddin Adab Dan Dakwah

Jurusan : Bimbingan Penyuluhan Islam

Judul : Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam Iain Ponorogo

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 12 Mei 2022

Yang membuat pernyataan



Nikita Diah Utami
NIM. 211517005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nikita Diah Utami
Nim : 211517006
Jurusan : Bimbingan Penyuluhan Islam
Judul Skripsi : Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja
Online Pada Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN
Ponorogo

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis ini telah diperiksa dan disahkan oleh pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id.

Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dan dapat dipergunakan dengan sebagai mestinya.

Ponorogo, Senin, 6 Juni 2022

Penulis,



Nikita Diah Utami

NIM. 211517006



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**

Alamat: Jl. Puspita jaya Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo 63492

E-mail: Fuad@iainponorogo.ac.id Website: www.fuad.iainponorogo.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Nikita Diah Utami

NIM : 211517006

Jurusan : Bimbingan Penyuluhan Islam

Judul : Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja
Online Pada Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam Iain
Ponorogo


Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Mengetahui,
Ketua Jurusan


Muhammad Nurdin, M.Ag
NIP. 197604132005011001

Ponorogo, 12 Mei 2022

Menyetujui,
Pembimbing


Mayrina Eka P.B., M. Psi
NIP. 198304112018012001



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH**

PENGESAHAN

Nama : NIKITA DIAH UTAMI
 NIM : 211517006
 Jurusan : Bimbingan dan Penyuluhan Islam
 Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
 Judul : Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja
 penelitian : *Online* Pada Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN
 Ponorogo




Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada:

Hari : Senin
 Tanggal : 30 Mei 2022

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Bimbingan Penyuluhan Islam (S. Sos) Pada:

Hari : Senin
 Tanggal : 06 Mei 2022

Tim Penguji:

- 1) Ketua Sidang : Muhammad Nurdin, M.Ag. ()
- 2) Penguji 1 : Fadhilah Eka Rahmawati, M.Psi. ()
- 3) Penguji 2 : Mayrina Eka Prasetyo Budi, M.Psi. ()

Ponorogo, 06 Mei 2022

Pengesahan Dekan


Dr. Ahmad Munir, M. Ag
NIP.19680616199#031002

ABSTRAK

Utami, Nikita Diah. 2022. Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo. **Skripsi.** Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Mayrina Eka Prasetyo Budi, M. Psi.

Kata Kunci: *kontrol diri, perilaku konsumtif, belanja online, mahasiswa*

Perilaku konsumtif dalam belanja *online* merupakan perilaku yang sudah umum bagi mahasiswa. Apalagi didukung oleh teknologi zaman sekarang yang sudah menyediakan aplikasi untuk berbelanja secara *online*. Tindakan perilaku konsumtif menyebabkan pemborosan karena hanya mengutamakan keinginan tanpa pertimbangan. Apabila mahasiswa mampu mengontrol diri mereka ketika dihadapkan dengan faktor-faktor pemicu perilaku konsumtif, maka risiko kecenderungan berperilaku konsumtif juga bisa dihindari. Maka diperlukan kontrol diri sebagai pengendali individu dalam mengambil keputusan berbelanja. Mahasiswa yang berperilaku konsumtif dalam berbelanja *online* kemungkinan memiliki kontrol diri yang rendah. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Tingkat kontrol diri mahasiswa BPI semester dua sampai semester sepuluh tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo, 2) Tingkat perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa BPI semester dua sampai semester sepuluh tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo, 3) Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa BPI semester dua sampai semester sepuluh tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 142 responden, yaitu mahasiswa BPI semester dua sampai semester sepuluh pada semester genap tahun akademik 2022. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berbentuk skala psikologi, dan untuk analisis yang digunakan uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji statistika (deskriptif dan inferensial) dan uji hipotesis menggunakan uji korelasi *product moment*. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa 1) tingkat kontrol diri mahasiswa tergolong sedang dengan presentase 66,2%, 2) tingkat perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa tergolong sedang dengan presentase 62,0% dan 3) terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo. Hal ini dapat diketahui dari hasil perhitungan SPSS yaitu nilai $r -0,290$ dengan signifikan $0,000 < 0,01$. H_0 diterima H_a ditolak artinya adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam semester dua sampai semester sepuluh tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif belanja *online*.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman yang begitu pesat di Indonesia, teknologi semakin berkembang, dengan adanya perkembangan teknologi yang terjadi mengakibatkan perubahan nilai serta gaya hidup pada masyarakat. Salah satunya terkait pada kebiasaan berbelanja. Jika sebelumnya masyarakat biasa berbelanja secara langsung dengan mendatangi toko, *mall* atau pasar tradisional, lain halnya untuk saat ini berbelanja juga dapat melalui *handphone* dengan perantara berbagai *platform e-Commerce* (*Shoope, Tokopedia, Lazada, Buka Lapak* dan lain-lain) maupun *online shop* di media sosial (*Facebook, Instagram*, dan lain sebagainya) yang dapat digunakan belanja secara *online*.

Online shop atau belanja *online* via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui *internet*, atau layanan jual-beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung.¹ Pada *online shop* konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video. Beberapa keuntungan yang akan diperoleh konsumen antara lain mengakses *online shop* tanpa adanya batasan tempat dan waktu, harga

¹ Chacha Andira Sari, "Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga", *Jurnal Antropologi*, Vol.IV, No. 2 (2015). 208

barang yang lebih murah dari toko konvensional, kemudahan bertransaksi yang dapat dilakukan melalui *transfer bank*, *merchant retail* yang bekerja sama dengan *e-Commerce*, maupun pembayaran langsung ketika barang sampai di alamat tujuan atau biasa disebut *cash on delivery* (COD), adanya promo gratis ongkos kirim dan masih banyak lagi.

Adapun beberapa kerugian yang mungkin akan dialami oleh para konsumen. Beberapa kerugian tersebut diantaranya tingkat kesesuaian antara gambar dengan fisik aslinya belum tentu 100% sesuai, lamanya proses pengiriman yang tidak bisa diprediksi, kondisi fisik barang setelah diterima lebih mungkin mengalami kekurangan, dan yang lebih berisiko adalah kecenderungan konsumen berperilaku konsumtif.

Mahasiswa adalah seorang pelajar yang sedang menempuh pendidikan tinggi di sebuah perguruan tinggi yang terdiri atas sekolah tinggi, akademi, institut, dan yang paling umum adalah universitas. Mahasiswa merupakan peralihan individu dari fase remaja, tentunya tidak terlepas dari karakteristik individu yang mudah terbujuk oleh hal-hal yang menyenangkan dan suka ikut-ikutan teman, yang menjadi faktor utama dari gaya hidup konsumtif.

Mahasiswa yang juga termasuk dalam usia remaja merupakan masa transisi dari masa remaja akhir menuju masa dewasa awal dan identik dengan masa pencarian jati diri yang di tandai dengan peralihan perubahan fisik serta di ikuti dengan peralihan perubahan emosi atau

kejiwaan yang masih sangat tidak stabil dan rentan dengan tindakan-tindakan negatif.² Menurut Santrock (2003) pada masa ini, remaja akan mengalami banyak perubahan baik secara kognitif, biologis maupun sosial sehingga wajar pada masa ini remaja akan lebih labil, karena masih mencari jati diri atau identitas diri. Maka biasanya pada masa remaja sering kali dihubungkan dengan image negatif mengenai penyimpangan yang disebabkan oleh faktor internal secara personal maupun akibat dari faktor eksternal berupa perubahan dan pengaruh lingkungan yang ada di sekitarnya.

Menurut Santrock (2003) remaja adalah masa perkembangan yang dimulai ketika seseorang melewati usia sepuluh tahun sehingga mencapai usia dua puluhan tahun. Pada usia remaja yang identik masih dalam pencarian jati diri menjadi sasaran empuk pasar. Pasar menawarkan gaya hidup tren tertentu pada remaja. Untuk memenuhi gaya hidup itu, remaja didorong untuk mengkonsumsi produk-produk yang ditawarkan.³ Dorongan-dorongan untuk membeli suatu produk agar terlihat lebih trendi berdampak buruk pada motivasi belajar mahasiswa. Mahasiswa akan lebih sering memegang *handphone* dan sibuk dengan hal-hal yang memberi kesenangan pada dirinya, padahal seorang mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan aktivitas yang positif dan produktif. Tawaran menarik produk-produk secara online menjadikan para mahasiswa menghabiskan

² Sumadi Suryabrata, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo, 2005), 216.

³ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2013), 268.

banyak waktu dan lalai dengan kewajiban utamanya yaitu belajar untuk menambah pengetahuan atau mengerjakan tugasnya.

Pada gaya hidup konsumtif, biasanya mereka tidak dapat menahan diri untuk membeli barang yang kurang diperlukan dan juga tidak percaya terhadap diri sendiri terhadap apa yang sudah dimiliki, mereka membeli barang yang kurang diperlukan untuk mengikuti *trend* yang sedang terjadi di lingkungannya agar mendapatkan pengakuan sosial. Dengan hal tersebut, maka kontrol diri dibutuhkan agar individu dapat membimbing, mengarahkan dan mengatur segi-segi perilakunya untuk menghasilkan sesuatu yang diinginkan dan dapat menghindari akibat yang tidak diinginkan. Kebanyakan bentuk perilaku konsumtif yang ditunjukkan mahasiswa yaitu belanja online, seperti membeli berbagai model baju, hijab, tas, dan lain sebagainya dari berbagai merk yang sebetulnya kurang mereka perlukan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada sepuluh mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo menunjukkan bahwa tujuh responden diantaranya rutin melakukan pembelian di *online shop* setiap satu bulan sekali. Hal tersebut dikarenakan adanya setiap *event* tanggal kembar yang menyediakan gratis ongkos kirim minimal belanja 0 rupiah. Beberapa responden beranggapan bahwa hal tersebut merupakan salah satu kesempatan bagi mereka untuk membeli barang tanpa memikirkan uang tambahan untuk ongkos pengiriman. Selain itu, mereka merasa diuntungkan karena melalui *event*

tanggal kembar tersebut mereka dapat membeli barang-barang yang mereka butuhkan dengan harga yang sedikit miring karena ada banyak diskon. Banyak dari responden yang menyatakan rela mempersiapkan atau menyisihkan uang untuk mengikuti setiap *event* tanggal kembar di berbagai *online shop*. Berdasarkan kebanyakan jawaban dari responden menyebutkan bahwa mereka mempersiapkan uang sebanyak Rp.100.000 – Rp.300.000 untuk membeli barang yang lebih dari lima barang setiap bulannya. Ada beberapa responden juga yang mengaku memanfaatkan layanan *shopeepay later* sebagai media pembayaran di *online shop* yang mengakibatkan pembelian barang tidak terkontrol sehingga mereka menjadi keberatan dalam membayar tagihan bulanan *shopeepay later* tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara pada seluruh responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki beberapa karakteristik dari perilaku konsumtif. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perilaku konsumtif dengan membeli/mengkonsumsi barang secara berlebihan yang dilakukan secara *online* melalui *online shop*. Barang yang dibeli/dikonsumsi dalam hal ini tidak hanya kebutuhan pokok yang terlalu banyak, namun juga kebutuhan lain yang sifatnya tidak mendesak. pemahaman mengenai perilaku konsumtif penting untuk dilakukan agar dapat meningkatkan pemahaman mengenai perilaku konsumtif sehingga meminimalisir munculnya dampak negatif.

Pada dasarnya kontrol diri berperan dalam menyesuaikan diri, sehingga ketika kontrol diri kurang baik membuat perilaku yang ditimbulkan cenderung menyimpang. Pada individu yang dikategorikan memiliki tingkat kontrol diri yang rendah, individu tersebut tidak mampu mengarahkan dan mengatur perilaku utamanya serta tidak mampu memilih tindakan yang tepat sehingga akan mengarah pada perilaku agresif.⁴ Monks dkk (2006) juga mengatakan bahwa pada umumnya remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkat laku dan kesenangan musik dan cara berinteraksi.⁵ Maka dari itu kontrol diri dapat membantu individu dalam mengendalikan perilaku untuk mengambil keputusan pembelian melalui adanya pertimbangan terhadap barang yang akan di beli. Individu yang memiliki kontrol diri yang rendah sering kali mengalami kesulitan dalam menentukan konsekuensi atas tindakan yang mereka lakukan, sedangkan individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan cenderung memperhatikan tingkah laku yang tepat untuk digunakan dalam berbagai macam situasi/kondisi

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap mahasiswa atau mahasiswi Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo dengan judul “Hubungan Kontrol Diri Dengan

⁴ Ramadona Dwi Marsela, Mamat Supriatna, “Kontrol Diri: Definisi dan Faktor”. *Jurnal of Innovative Counseling*. Vol. 3, No. 2. (2019), 67.

⁵ Ririn Anggraini dan Sulis Ariyanti, “Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul”, *Jurnal Psikologi* . Vol. 12, No. 1. (2014), 35.

Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kontrol diri pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo?
2. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo?
3. Adakah hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.
2. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis ada atau tidaknya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

Secara teoritis:

1. Penelitian ini dapat digunakan untuk menguji teori yang ada.

2. Penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan ilmu psikologi.
3. Hasil dari penelitian ini bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya.

Secara praktis :

1. Bagi mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman supaya para mahasiswa mengupayakan agar memiliki kontrol diri yang baik sehingga tidak menimbulkan perilaku konsumtif dalam belanja *online*.

2. Bagi Institusi jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam

Dapat memberi masukan agar jurusan memberikan pelatihan kepada mahasiswa tentang manajemen kontrol diri agar tidak berperilaku konsumtif.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Terdahulu

Disamping menggunakan buku-buku atau relevansi yang relevan, peneliti juga melihat hasil penelitian terdahulu agar nantinya tidak terjadi kesamaan, selain itu telaah terdahulu digunakan sebagai bahan perbandingan dalam penelitian ini. Dalam telaah penelitian terdahulu ini peneliti menemukan bahwa:

1. Penelitian yang ditulis oleh Annisa Adzkiya dengan judul “Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan Tahun 2017)”, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2018. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, media sosial, literasi keuangan dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta angkatan 2017. Hasil penelitian tersebut menemukan adanya hubungan positif pada *variable* gaya hidup dan media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan *variable* literasi, keuangan dan religiusitas secara simultan memiliki hubungan negative terhadap perilaku konsumtif.⁶

⁶ Annisa Adzkiya, “Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan Tahun 2017)” (Skripsi, Universitas UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2018), 86-87.

Berdasarkan penelitian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti terdahulu menganalisis perilaku konsumtif beserta faktor pendorongnya. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu menghubungkan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam belanja *online*.

2. Penelitian yang ditulis oleh Isna Amalia dengan judul “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal”, Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta, tahun 2019. Pada Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada dewasa awal penggemar Kpop. Dan Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa $p = 0,04$ & $R \text{ square} = 0,018$, artinya terdapat pengaruh kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada penggemar *K-Pop* dewasa awal sebesar 1,8%. Hal itu menandakan bahwa terdapat faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan dapat memengaruhi perilaku konsumtif.⁷

Berdasarkan penelitian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan dua variable yaitu kontrol diri dan perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaannya

⁷ Isna Amalia, “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal”, (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, 2019), 72.

adalah peneliti terdahulu meneliti pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu menghubungkan kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

3. Penelitian yang ditulis oleh Zinti Munazzah dengan judul “Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri diperoleh presentase yang paling tinggi pada kategori sedang yakni 80.95%. sedangkan untuk perilaku konsumtif diperoleh presentase yang paling tinggi pada kategori sedang yakni 67.71%. Hasil korelasi variabel $r = -.304^*$ $P = 0.001$, yang artinya hipotesis dalam penelitian ini diterima. Terdapat hubungan negative antara kontrol diri dan perilaku konsumtif.⁸

Berdasarkan penelitian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan dua variable yaitu kontrol diri dan perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu menghubungkan kontrol diri dengan perilaku konsumtif saja, sedangkan penelitian yang akan dilakukan

⁸ Zinti Munazzah, “Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”, (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2016), 69.

yaitu menghubungkan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online*.

4. Penelitian yang ditulis oleh Jasmine Dzakiyyah Andiani dengan judul “Hubungan Antara *Self-Control* Dengan Perilaku Konsumtif Produk Korea Pada Komunitas *Kloss Community* Di Surabaya”, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan tingkat perilaku konsumtif dalam kategori sedang yakni 74 % dan *self-control* pada kategori sedang yakni 66%. Hasil uji hipotesis nilai koefisien korelasi sebesar $r = -0.325$ dan $\text{sig } p = 0.021 < 0.05$, yang artinya hipotesis diterima. Terdapat hubungan negatif antara *self-control* dengan perilaku konsumtif produk korea pada *KLOSS Community*.

Berdasarkan penelitian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan dua variable yaitu kontrol diri dan perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu menghubungkan kontrol diri dengan perilaku konsumtif produk korea pada komunitas *kloss community*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu menghubungkan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa.⁹

⁹ Jasmine Dzakiyyah Andiani, “Hubungan Antara Sel-Control Dengan Perilaku Konsumtif Produk Korea Pada Komunitas Kloss Community Di Surabaya” (Skripsi, Universitas Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2020), 74.

5. Penelitian yang ditulis oleh Dewi Arum dan Riza Noviana Khoirunnisa dengan judul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-Commerce Shopee*”, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya tahun 2021. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *e-commerce shopee*, hal ini diketahui berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,00 ($p < 0,01$). Selain itu, diketahui pula koefisien korelasi sebesar -0,633 dengan artian hubungan antara dua variabel termasuk kuat dan negatif.

Berdasarkan penelitian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan dua variabel yaitu kontrol diri dan perilaku konsumtif. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu menghubungkan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *e-commerce shopee*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu menghubungkan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online*¹⁰.

¹⁰ Dewi Arum dan Riza Noviana Khoirunnisa, “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-Commerce Shopee*”. *Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol. 8, No. 9 (2021), 92.

B. Landasan Teori

1. Kontrol Diri

a. Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri (*Self Control*) menurut Averill (1973) merupakan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif. Kontrol diri menurut M. Nur Ghufon & Rini Risnawita diartikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif. Kontrol diri merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang ada di lingkungan sekitarnya.¹¹ Sedangkan menurut Gleitman (1999) mengatakan bahwa kontrol diri merujuk pada kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu yang ingin dilakukan tanpa terhalangi baik oleh rintangan maupun kekuatan yang berasal dari dalam diri individu.¹²

Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dari dalam diri maupun dari luar diri individu. Individu yang mempunyai kemampuan kontrol diri akan membuat keputusan dan mengambil langkah

¹¹ M. Nur Ghufon & Rini Risnawita S, *Teori-teori Psikologi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), 21.

¹² Syamsul Bachri Thalib, *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*, (Jakarta: Kencana, 2010), 107.

tindakan yang efektif untuk menghasilkan sesuatu yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan.

b. Aspek-aspek Kontrol Diri

Secara umum, kontrol diri dibedakan atas tiga kategori utama (Averill, 1973), yaitu:¹³

- 1) Mengontrol perilaku (*behavioral control*). Mengontrol perilaku merupakan kemampuan untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku dibedakan atas dua komponen, yaitu:
 - a) Kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) yaitu menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan, dirinya sendiri atau orang lain atau sesuatu di luar dirinya. Individu dengan kemampuan mengontrol diri yang baik akan mampu mengatur perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya.
 - b) Kemampuan mengatur stimulus (*stimulus modifiability*), merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan, yaitu mencegah atau menjauhi stimulus, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan membatasi intensitasnya.

¹³ Ibid, 110-111.

- 2) Mengontrol kognitif (*cognitive control*). Mengontrol kognitif merupakan cara seseorang dalam menafsirkan, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif. Mengontrol kognisi merupakan kemampuan dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan untuk mengurangi tekanan.

Mengontrol kognitif dibedakan atas dua komponen, yaitu:

- a) Kemampuan untuk memperoleh informasi (*information again*). Informasi yang dimiliki individu mengenai suatu keadaan akan membuat individu mampu mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan objektif.
 - b) Kemampuan melakukan penilaian (*appraisal*). Penilaian yang dilakukan individu merupakan usaha untuk menilai dan menafsirkan suatu keadaan dengan memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.
- 3) Mengontrol keputusan (*decision control*). Mengontrol keputusan merupakan kemampuan individu untuk memilih dan menentukan tujuan yang diinginkan. Kemampuan mengontrol keputusan akan berfungsi baik bilamana individu memiliki kesempatan, kebebasan dan berbagai alternatif dalam melakukan suatu tindakan.

Mengacu pada aspek-aspek kontrol diri, sebagaimana dikemukakan oleh Averil (1973), dapat disimpulkan bahwa kemampuan kontrol diri mencakup: kemampuan mengontrol perilaku, kemampuan mengontrol stimulus, kemampuan mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian, kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian, dan mampu mengambil keputusan.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri ini terdiri dari dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal, sebagai berikut:¹⁴

1) Faktor internal

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan keluarga. lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Oleh sebab itu, jika orang tua menerapkan sikap disiplin kepada anaknya secara intens sejak dini dan orang tua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang akan diberikan jika anak melakukan penyimpangan, maka

¹⁴ Ghufron, M Nur & Rini Risnawati S, Teori-teori, 32.

sikap kekonsistensian inilah yang akan diinternalisasi oleh sang anak, yang mana di kemudian hari akan menjadi kontrol diri baginya.

d. Cara Mengembangkan Kemampuan Kontrol Diri

Kontrol diri menggambarkan kemampuan individu untuk mengontrol lingkungan pribadi sebagai kebutuhan intrinsik. Ahli-ahli berpendapat bahwa selain dapat mereduksi efek psikologis yang negatif yang bersumber dari stressor lingkungan, kontrol diri juga dapat digunakan sebagai suatu intervensi yang bersifat pencegahan (*preventif*). Secara umum strategi untuk memaksimalkan kontrol diri dapat digolongkan dalam tiga kategori Wandersman, (dalam Holahan & Wandersman, 1987), yaitu:¹⁵

- 1) Membuat atau memodifikasi lingkungan menjadi responsive atau menunjang tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh individu. Pada prinsipnya, arah ini menempatkan objek (lingkungan) sebagai sentral atau pusat perkembangan. Contohnya, merubah tata letak perabotan atau fungsi ruangan dalam mengurangi kebosanan di dalam rumah atau tempat kerja.
- 2) Memperbanyak informasi dan kemampuan untuk menghadapi atau menyesuaikan diri dengan lingkungan. Subjek atau individu menjadi fokus atau sentral pengembangan. Misalnya, melatih diri mengantisipasi hal-hal atau kondisi yang tidak

¹⁵ Syamsul Bachri Thalib, Psikologi Pendidikan Berbasis, 112.

menyenangkan yang mungkin terjadi di masa yang akan datang.

- 3) Menggunakan secara lebih efektif kebebasan memilih dalam pengaturan lingkungan. Misalnya, menggunakan waktu dan posisi individu dalam situasi atau lingkungan tertentu. Keluar dari suatu keadaan atau lingkungan pada saat-saat tertentu juga dapat digunakan sebagai alternatif bilamana hal tersebut di pandang lebih baik.

2. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Engel, Blackwell dan Miniard (1994) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan yang dilakukan oleh individu secara langsung yang terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.¹⁶ Sedangkan perilaku konsumtif menurut Lubis (dalam Lina & Rosyid, 1987), merupakan perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional akan tetapi karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Lina dan Rosyid juga mengungkapkan jika perilaku konsumtif akan melekat pada seseorang bila mereka membeli sesuatu di luar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada

¹⁶ Indri Anggraini, "Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal" (Skripsi: Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, 2019), 10.

faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan.¹⁷ Definisi tersebut didukung dengan pernyataan Munazzah (2016) yang menyatakan jika dikatakan tidak wajar apabila seseorang berbelanja bukan karena kebutuhan, melainkan hanya karena kesenangan semata tanpa berpikir rasional yang disebut dengan perilaku konsumtif.¹⁸

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan hidup dengan keinginan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Manusia menjadi lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan, dan cenderung dikuasai hasrat keduniawian dan kesenangan material semata. Adanya sikap seperti ini membuat orang selalu merasa tidak puas jika barang yang diinginkan belum dimiliki.¹⁹ Dalam artian luas, konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas.²⁰

Berdasarkan pengertian tentang perilaku konsumtif di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang kurang diperlukan secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional demi

¹⁷ Lina dan Haryanto F Rasyid, "Perilaku Konsumtif berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri", *Jurnal Psikologika*. No. 4. (1997), 6.

¹⁸ Zinti Munazzah, Hubungan Kontrol Diri, 1.

¹⁹ Rina Ekaningdyah Anggarasari, "Hubungan Tingkat Religisitas Dengan Sikap Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga", *Jurnal Psikologika*. No. 4. (1997), 16.

²⁰ Ferina Dewi, Erna, *Merk dan Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2008), 34.

mendapatkan kepuasan dan kesenangan individu. Tindakan individu ini akan menyebabkan pemborosan karena hanya mengutamakan keinginan atau kesenangan tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu manfaat dan kebutuhan dari barang atau jasa tersebut.

b. Aspek – Aspek Perilaku Konsumtif

Engel, Blackwell dan Miniard (1994) mengatakan bahwa perilaku konsumtif terdiri dari beberapa aspek, yakni sebagai berikut:²¹

1. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa individu sebagai konsumen melakukan aktivitas belanja semata-mata hanya didasari oleh keinginan sesaat atau hasrat yang tiba-tiba. Individu tidak memikirkan serta tidak mempertimbangkan terlebih dahulu apa yang akan terjadi di kemudian hari dan biasanya bersifat emosional.

2. Pembelian Tidak Rasional (*Non-Rational Buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa individu sebagai konsumen melakukan aktivitas belanja bukan berdasarkan kebutuhan (*needs*), tetapi karena perasaan gengsi atau tren terkini. Individu ingin dikesankan atau dikenal sebagai orang yang modern.

3. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

²¹ Indri Anggraini, Pengaruh Kontrol Diri Terhadap, 11.

Aspek ini menunjukkan bahwa individu sebagai konsumen melakukan aktivitas belanja tidak didasari oleh kebutuhan yang jelas dan cenderung hanya menghambur-hamburkan uang.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Kosumtif

Keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan.

Ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor eksternal dan faktor internal.²²

- 1) Faktor eksternal seperti iklan, keluarga, kebudayaan dan faktor lingkungan.
- 2) Faktor internal seperti motivasi, harga diri, proses belajar, kepribadian dan konsep diri.

d. Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam

Islam merupakan agama yang ajarannya mengatur segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satunya ialah dalam masalah konsumsi. Islam telah mengatur seluruh perilaku manusia dalam mengkonsumsi sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah, yang apabila perilaku konsumsi dilakukan sesuai

²² Lina dan Haryanto F. Rasyid. Perilaku Konsumtif, 7.

dengan Al-Qur'an dan As-sunnah maka kehidupan manusia akan lebih mencapai kesejahteraan dan keberkahan dalam hidupnya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah yaitu membelanjakan harta dengan tidak berlebihan (konsumtif), berlaku hemat, dan lain-lain.

Konsumsi berlebih-lebihan dalam Islam di sebut dengan *israf* (pemborosan). Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal dan lain sebagainya. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang.²³ Namun demikian, Islam tetap memperbolehkan seorang Muslim untuk menikmati karunia kehidupan, selama itu masih dalam batas kewajaran. Dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf [7]: 31 dikatakan: *“Makan dan minumlah, janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”*

Selanjutnya difirmankan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah [5]: 87: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak suka orang-orang yang melampaui batas”*

Dari ayat diatas, dapat dipelajari bahwa kenyataan pada kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan

²³ Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktek*. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 188.

hidup berjalan dengan baik. Namun, bila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara yang berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada manusia tersebut. Banyak sekali efek buruk yang ditimbulkan karena *israf*, diantaranya adalah *egoism*, *self-interest*, tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri.²⁴

3. Belanja Online (Online Shopping)

a. Pengertian Belanja Online

Belanja *online* memberikan berbagai perubahan termasuk barang-barang yang dikonsumsi hingga perbedaan proses transaksi yang digunakan. Kemudahan yang disajikan dalam berbelanja yaitu efisiensi waktu, tanpa harus bertatap muka pelanggan bisa membeli barang yang diinginkan. Belanja *online* (*online shopping*) merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung online dapat melihat barang-barang di toko *online*. Konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video.²⁵ Para pengguna jasa jual beli online ini dapat dengan mudah melihat pilihan barang dan harga yang akan dibelinya. Keunggulan

²⁴ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. (Jakarta: PT Grafindo Husada, 2006), 15-16.

²⁵ Chaca Andira Sari, *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan*, 208.

pembelian secara *online* ini proses belanja lebih praktis dan mudah di lakukan.

b. Keunggulan Dan Kelemahan Belanja *Online*

Keunggulan belanja *online* dari pada belanja secara *offline* yaitu:

1. Mudah karena dapat dilakukan dimana saja & kapan saja, melalui perangkat *computer* dimana saja yang terkoneksi dengan internet, termasuk dari perangkat *mobile* pribadi. Mudah karena tinggal masuk ke *web*, pilih produk, baca deskripsi produk, klik beli, pilih cara pembayaran, dan tunggu barang diantar.
2. Murah alasan lain adalah belanja lewat *online* lebih murah.
3. Praktis karena tidak perlu mendorong troli, tidak perlu antri di kasir, dan tidak perlu marah-marah dengan layanan SPG yang lama dan tidak memuaskan. Belanja *online* bisa dilakukan dimana saja, kapan saja, dengan alamat pengiriman yang boleh ditentukan sendiri.
4. Efisien karena Konsumen tidak perlu berlama-lama menghabiskan waktu mencari produk yang di butuhkan.

Belanja *online* juga mempunyai kelemahan-kelemahan, yaitu:

1. Tidak jarang kualitas barang yang diinginkan berbeda dengan yang tercantum di *website*.
2. Rentan Penipuan.

3. Rentan rusak atau pecah karena media pengiriman.
4. Rentan aksi pembobolan rekening karena pembayaran dilakukan melalui *internet*.
5. Marak aksi *spamming* karena setelah pembeli melakukan registrasi, penjual cenderung selalu mengirimkan katalog *online* melalui *email* pembeli dan hal ini cukup mengganggu privasi.²⁶

c. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Untuk Belanja *Online*

1. Belanja nyaman

Toko *online* tersedia selama 24 jam sehari, tujuh hari seminggu. Ini berarti konsumen bisa duduk kembali dan rileks saat konsumen menghabiskan malam hari atau *browsing* sambil belanja *online*. Dan konsumen bisa membeli secara *online* kapan saja, beberapa fitur toko *online* banyak yang menawarkan produk-produk dengan berbagai jenis harga, bahan, dan model pakaian untuk segala usia.

2. Browsing di *web* dari pada mengemudi di sekitar kota

Belanja *online* menghemat uang bensin, dan memungkinkan Anda untuk menemukan barang yang unik tanpa pergi dari toko ke toko selama liburan atau kesempatan-kesempatan khusus lainnya.²⁷

3. Perbandingan harga

²⁶ Ni Kadek Devi Aprillia Agustini, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Vol. 9, No.1.(2017), 129.

²⁷Suhartini, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Onlinedi Komunitas Kaskus Semarang". (Skripsi, Universitas Diponegoro, Yogyakarta, 2011), 14-16.

Banyak toko *online* menyediakan ratusan nama merk, sehingga Anda dapat dengan mudah menemukan salah satu yang sesuai kebutuhan dan anggaran konsumen.

4. Pemilihan produk tanpa batas

Toko *online* biasanya menawarkan berbagai pilihan produk. Konsumen dapat menemukan pakaian untuk seluruh keluarga, perhiasan, rumah dan kebun, produk-produk dekorasi, dan bahkan personalisasi hadiah bagi orang-orang yang sangat istimewa. Bahkan pilihan yang lebih luas tersedia di situs belanja online bagi para pembeli yang mencari komputer, ponsel dan elektronik lainnya.

5. Belanja dengan tenang tanpa terburu-buru

Situs belanja *online* di *internet* tidak menutup kecuali *website* sedang *down* untuk beberapa alasan, sehingga konsumen tidak perlu merasa terburuburu atau dipaksa untuk berkomitmen untuk membeli item.

6. Informasi dan tinjauan

Jika konsumen ingin mendengar pendapat tentang suatu produk sebelum membeli. Konsumen akan menemukan beberapa toko *online* yang memungkinkan pelanggan memberikan komentar atau menilai sebuah barang yang telah mereka beli. Ini akan membantu konsumen baru membuat keputusan berdasarkan pengalaman orang lain. Jika konsumen

menemukan bahwa suatu produk atau bahkan seluruh toko *online* telah menerima berbagai ulasan yang buruk, mungkin menjadi tanda untuk beralih ke produk berikutnya atau toko *online* lainnya.

4. Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online

Pada dasarnya kontrol diri berperan dalam penyesuaian diri, sehingga ketika kontrol diri kurang baik membuat perilaku yang ditimbulkan cenderung menyimpang. Pada individu yang dikategorikan memiliki tingkat kontrol diri yang rendah, maka individu tersebut tidak mampu mengarahkan dan mengatur perilaku utamanya, serta tidak mampu memilih tindakan yang tepat sehingga akan mengarah pada perilaku agresif.²⁸

Peran kontrol diri menurut memiliki peranan yang penting dalam proses membeli suatu barang, karena kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu. Individu yang memiliki kontrol diri tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjanya sesuai dengan kebutuhan bukan hanya untuk memuaskan keinginan mereka, tidak mudah terpengaruh oleh tawaran dengan diskon yang besar, percaya diri dengan penampilan apa adanya, mampu menata uang lebih efisien

²⁸Ramadona Dwi Marsela, Mamat Supriatna, Kontrol Diri: Definisi dan Faktor, 67.

dengan membelanjakannya untuk sesuatu yang bermanfaat sebagai aset perilaku.²⁹

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif sedang adalah mereka yang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang namun masih bisa mengontrol dan melogika bahwa barang yang diinginkan tidak harus dibeli saat itu juga. Kemudian, mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang sedang adalah mereka yang tidak terlalu baik dan tidak terlalu buruk dalam mengontrol dirinya. Maka dari itu, semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif belanja online dan semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa.

Mahasiswa yang kategorinya masih masuk dalam tahap perkembangan masa transisi dari masa remaja akhir ke dewasa awal, sering diidentikkan dengan perilaku konsumtif, karena pada usia tersebut mereka mempunyai keinginan membeli yang tinggi untuk menjaga penampilan dan mencari pengakuan sosial. Akan tetapi, mahasiswa termasuk dalam kategori remaja akhir dan dewasa awal, yaitu usia 18-21 tahun, yang mana pada usia tersebut mereka sudah mulai stabil. Mahasiswa sudah mulai dituntut untuk memiliki kontrol diri yang baik agar mampu mengendalikan perilakunya terutama dalam hal konsumsi, apalagi di era sekarang yang dapat melakukan segala hal

²⁹Zinti Munazzah, Hubungan Kontrol Diri , 35.

dengan mudah secara *online* yang dapat membuat mahasiswa berperilaku konsumtif dalam belanja *online* tanpa diimbangi dengan kontrol diri yang baik.

C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah:

1. H_a : Ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.
2. H_o : Tidak ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah strategi mengatur latar penelitian agar peneliti memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian. Dalam rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasional. Pada penelitian ini kasus yang akan diangkat adalah hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.

B. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.³⁰ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Variabel bebas (*Independent Variable*) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu terjadi lebih dulu. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2006), 60.

variabel “x”.³¹ Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kontrol diri.

- b. Variabel terikat (*Dependent variable*) yaitu variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “y”.³² Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif.

2. Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain.³³ Dalam penelitian ini definisi operasionalnya yaitu:

- a. Kontrol diri dapat didefinisikan kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif.
- b. Perilaku konsumtif dapat didefinisikan perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional.

³¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 57.

³² Ibid.,

³³ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 67-68.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Sugiyono adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.³⁴ Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial. Dapat dipahami bahwa instrumen merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data secara sistematis dan lebih mudah. Instrumen penelitian menempati posisi teramat penting dalam hal bagaimana dan apa yang harus dilakukan untuk memperoleh data di lapangan.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner yang berbentuk skala psikologi, yaitu instrumen pengukuran untuk mengidentifikasi konstruk psikologis. Adapun karakteristik skala psikologi menurut Saifuddin (2019), yaitu data dari skala psikologis bersifat subjektif, arah pertanyaan tidak jelas, responden tidak tau arah jawaban, penilaian pada skala memiliki prosedur tersendiri, mengukur satu variabel psikologis saja, serta ada uji validitas dan reabilitasnya.³⁵

Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

1. Data tentang tingkat kontrol diri mahasiswa/mahasisiwi jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Raktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta), 1998, 102.

³⁵Ibid.,1-5.

2. Data tentang tingkat perilaku konsumtif mahasiswa/mahasisiwi jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.

1. Skala Kontrol Diri

Instrumen kontrol diri yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala kontrol diri yang di buat oleh Reisyi Dhia Aini Mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Skala tersebut dibuat berdasarkan aspek-aspek kontrol diri dari Averill (1973). Peneliti menggunakan skala tersebut dengan pertimbangan bahwa subjek penelitian memiliki karakter yang sama sebagai mahasiswa, masalah dan variabel yang akan diteliti sama, serta mudah dan praktis digunakan dan juga dapat menghasilkan data yang diperlukan dalam peneltian.

Skala kontrol diri tersebut sebelumnya telah diuji validitas dan reabilitasnya, dengan kesimpulan dari 29 aitem tidak ada aitem yang gugur dan menghasilkan *Cronbach's Alpa* sebesar 0,864 sehingga masuk dalam kriteria reliabel. Guna memastikan bahwa instrumen ini sesuai dengan subjek penelitian dan menghasilkan data yang diperlukan, maka peneliti melakukan proses uji coba validitas dan reabilitasnya.

Adapun blue print skala kontrol diri yang akan digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Blue Print Skala Kontrol Diri

No	Aspek	Indikator Perilaku	Nomor Aitem		Jumlah
			Fav	Unfav	
1	Kontrol Perilaku	Kemampuan mengendalikan keadaan	6, 8	1, 3, 9	5
		Kemampuan mengontrol stimulus	2, 4, 7	5	4
2	Kontrol Kognitif	Kemampuan mempertimbangkan keadaan	11,	10, 12, 13, 14	5
		Kemampuan menilai keadaan	16, 19	15, 17, 18	5
3	Mengontrol Keputusan	Kemampuan mengambil keputusan	21, 25, 26,	23, 28, 29	6
		Kemampuan memilih tindakan	20, 22, 24	27	4
Jumlah			14	15	29

2. Skala Perilaku Konsumtif

Instrumen perilaku konsumtif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala perilaku konsumtif yang dibuat oleh Indri Anggraini Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Skala tersebut dibuat berdasarkan teori konsumtif milik Engel, Blackwell dan Miniard (1994). Peneliti menggunakan skala tersebut dengan pertimbangan bahwa subjek penelitian memiliki karakter yang sama sebagai mahasiswa, masalah dan variabel yang akan diteliti sama, serta mudah dan praktis digunakan dan juga dapat menghasilkan data yang diperlukan dalam penelitian.

Skala perilaku konsumtif tersebut sebelumnya telah diuji validitas dan reabilitasnya, dengan kesimpulan dari 30 aitem tidak ada aitem yang gugur dan menghasilkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,96 dan termasuk dalam kriteria yang sangat reliabel. Guna memastikan bahwa instrumen ini sesuai dengan subjek penelitian dan menghasilkan data yang diperlukan, maka peneliti melakukan proses uji coba validitas dan reabilitasnya.

Adapun blue print skala perilaku konsumtif yang akan digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator Perilaku	Nomor Aitem		Jumlah
			Fav	Unfav	
1.	Pembelian impulsive	Membeli produk secara tiba-tiba	1, 2, 3, 8, 9	4, 5, 6, 7, 10	10
2.	Pemborosan	Menghaburkan uang karena tidak dapat menentukan skala prioritas	11, 12, 16, 17, 18	13, 14, 15, 19, 20	10
3.	Pembelian tidak rasional	Mengutamakan perasaan gengsi daripada kebutuhan	23, 24, 25, 28, 29	21, 22, 26, 27, 30	10
		Jumlah	15	15	30

D. Lokasi, Populasi dan Sampel

1. Lokasi Penelitian

Lokasi merupakan tempat dimana penelitian itu dilakukan. Dalam penelitian ini lokasi yang dijadikan penelitian adalah IAIN Ponorogo. Alasan pengambilan lokasi ini karena memang permasalahan yang

diangkat adalah mahasiswa/i dari Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam yang ada di IAIN Ponorogo.

2. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini populasi yang dipakai adalah seluruh mahasiswa/mahasiswi dari jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo, dengan jumlah mahasiswa aktif yaitu 243 orang.

3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. sampel dapat digunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.³⁶ Menurut Suharsimi, apabila subjeknya kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua populasi untuk dijadikan sampel penelitian sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi. Tetapi jika jumlah subjeknya besar dapat diambil 10% - 15% atau 20%-25% atau lebih.³⁷

Berdasarkan hal di atas, maka sampel dalam penelitian ini yang diambil sebanyak 142 mahasiswa. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan tabel Issac dan Michael dengan taraf kesalahan 5 %. Sampel yang dipilih oleh peneliti harus memperlihatkan segala karakteristik sesuai dengan data yang

³⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 57.

³⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, 102.

diperlukan dalam penelitian, sehingga tergambar dalam sampel yang dipilih.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability* dengan jenis *purposive sampling*. *Non-probability* adalah teknik sampling yang tidak berdasarkan pada peluang sehingga tidak seluruh anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel penelitian. Jenis *purposive sampling* adalah teknik pemilihan sekelompok subjek berdasarkan pada ciri-ciri populasi yang telah diketahui sebelumnya dengan pertimbangan tertentu. Peneliti memilih jenis *purposive sampling* karena telah menetapkan responden dengan kriteria tertentu.

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisisioner kepada partisipan melalui kuesioner, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.
- b. Subjek merupakan mahasiswa aktif jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam.
- c. Pernah atau sedang melakukan kegiatan minimal lima kali belanja secara *online* selama satu bulan, baik melalui *website*, sosial media, maupun aplikasi *eCommerce*.

E. Tahap-tahap penelitian

Pada bagian ini peneliti menjelaskan secara urut meliputi teknik pengumpulan data, kualifikasi dan jumlah petugas yang terlibat dalam

pengumpulan data, serta jadwal pelaksanaan pengumpulan data.³⁸ Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan datanya.³⁹ Salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif adalah dengan kuesioner berbentuk skala psikologi. Melalui skala ini peneliti memberikan pernyataan tertulis melalui sebuah pernyataan yang sudah disiapkan sebelumnya, dan harus diisi oleh responden. Dalam pelaksanaannya, kuesioner akan diberikan kepada responden melalui *google form* yang akan dikirim lewat media sosial berupa *whatsapp*, dengan respondennya yaitu mahasiswa/mahasiswi Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.

Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian disini adalah skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.⁴⁰ Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. *Skala likert* dalam penelitian ini menggunakan distorsi respon sebagai dasar penentuan nilai skalanya. Kriteria penilaian dari *skala likert* berkisar antara 1 (satu) sampai 4 (empat) pilihan jawaban sebagai berikut:

³⁸ Tim Penyusun, *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020), 29.

³⁹ Deni Darmawan, "*Metode Penelitian Kuantitatif*", (Bandung: Remaja RosdaKarya, 2014), 159.

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 134.

Table 3.3
Skala *likert*

Jawaban	Favorable	Unfavorable
Selalu	4	1
Sering	3	2
Kadang-kadang	2	3
Tidak pernah	1	4

F. Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data dapat dengan mudah dipahami dan dimanfaatkan untuk menjawab rumusan masalah.⁴¹ Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil dokumentasi dan angket.⁴² Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik analisis data yakni uji instrumen (validitas dan reabilitas), uji statistik (statistik deskriptif dan statistik inferensial) untuk menjawab rumusan masalah no 1 dan 2 serta uji hipotesis menjawab rumusan masalah no 3.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengetahui butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan atau pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai

⁴¹ Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 102.

⁴² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 30.

validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.⁴³

Pada penelitian ini, uji coba instrumen diterapkan kepada mahasiswa/mahasiswi Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo. Uji coba instrumen diterapkan dua kali uji kepada 60 responden. Setelah melakukan uji coba instrumen, data yang diperoleh kemudian diolah untuk menghitung hasil skor pada setiap itemnya dan kemudian menentukan valid tidaknya hasil uji coba menggunakan rumus uji validitas. Dalam penelitian skala ini diuji validitasnya dengan menggunakan korelasi product moment dari Pearson. Rumus yang digunakan yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi Pearson

N : banyak pasangan nilai X dan Y

$\sum XY$: jumlah dari hasil kali nilai X dan nilai Y

$\sum X$: jumlah nilai X

$\sum Y$: jumlah nilai Y

$\sum X^2$: jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum Y^2$: jumlah dari kuadrat nilai Y

Namun dalam pengolahan data ini, peneliti menggunakan aplikasi untuk membantu proses penghitungan hasil, yaitu dengan

⁴³ Ibid., 211.

menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics 26*. Dalam pengolahan data ini, hasil data yang telah diperoleh dimasukkan dalam SPSS kemudian akan dihitung secara otomatis.

Untuk keperluan uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian ini, responden yang diambil sejumlah 30 mahasiswa bimbingan penyuluhan islam dengan menggunakan instrumen yang terdiri dari 59 aitem. Dari 59 aitem tersebut masing masing 29 aitem untuk skala kontrol diri dan 30 aitem untuk skala perilaku konsumtif.

1) Uji Validitas Skala Kontrol Diri

Peneliti melakukan dua kali uji validitas instrumen, uji coba dilakukan dua kali dikarenakan pada uji coba pertama ditemukan beberapa aitem yang belum layak (tidak valid). Pada uji coba validitas pertama diperoleh bahwa 16 aitem dinyatakan valid dan 13 aitem memiliki koefisien *corrected item-total correlation* di bawah 0,361 yaitu aitem nomor 5, 6, 7, 8, 9, 15, 18, 21, 22, 23, 24 dan 25. Dari hasil uji coba validitas pertama, peneliti memperbaiki aitem yang tidak valid agar responden dapat memahami skala kontrol diri, sehingga dapat menghasilkan data yang diperlukan.

Pada uji coba validitas kedua setelah beberapa aitem skala kontrol diri diperbaiki, dinyatakan bahwa ada empat aitem yang memiliki koefisien *corrected item-total correlation* di bawah

0,361 yaitu aitem nomor 6, 7, 19 dan 21. Berdasarkan proses uji coba validitas tersebut, diketahui bahwa dari 29 aitem yang ada, terdapat 25 aitem yang dinyatakan valid dan empat aitem yang gugur dengan perincian sebagai berikut: dua aitem pada aspek kontrol perilaku, satu aitem pada aspek kontrol kognitif dan satu aitem pada aspek mengontrol keputusan. Adapun hasil uji validitas skala kontrol diri dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.4
Rekapitulasi Uji Validitas Butir Pernyataan Instrumen
Penelitian Variabel Kontrol Diri (X)

Variabel	No item	Nilai Hitung "r"	Nilai Tabel "r" 5%	Keterangan
Kontrol Diri	1.	0,513	0,361	VALID
	2.	0,712	0,361	VALID
	3.	0,541	0,361	VALID
	4.	0,372	0,361	VALID
	5.	0,365	0,361	VALID
	6.	-0,197	0,361	TIDAK VALID
	7.	-0,285	0,361	TIDAK VALID
	8.	0,423	0,361	VALID
	9.	0,395	0,361	VALID
	10.	0,670	0,361	VALID
	11.	0,412	0,361	VALID
	12.	0,858	0,361	VALID
	13.	0,634	0,361	VALID
	14.	0,676	0,361	VALID
	15.	0,410	0,361	VALID
	16.	0,470	0,361	VALID
	17.	0,470	0,361	VALID
	18.	0,414	0,361	VALID
	19.	0,224	0,361	TIDAK VALID
	20.	0,476	0,361	VALID
	21.	0,419	0,361	VALID
	22.	-0,185	0,361	TIDAK VALID
	23.	0,361	0,361	VALID
	24.	0,367	0,361	VALID

	25.	0,389	0,361	VALID
	26.	0,664	0,361	VALID
	27.	0,614	0,361	VALID
	28.	0,411	0,361	VALID
	29.	0,393	0,361	VALID

2) Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif

Peneliti melakukan dua kali uji validitas instrumen, uji coba dilakukan dua kali dikarenakan pada uji coba pertama ditemukan beberapa aitem yang belum layak (tidak valid). Pada uji coba validitas pertama diperoleh bahwa 25 aitem dinyatakan valid dan lima aitem memiliki koefisien *corrected item-total correlation* di bawah 0,361 yaitu aitem nomor 4, 11, 13, 14 dan 15. Dari hasil uji coba validitas pertama, peneliti memperbaiki aitem yang tidak valid agar responden dapat memahami skala kontrol diri, sehingga dapat menghasilkan data yang diperlukan.

Pada uji coba validitas kedua setelah beberapa aitem skala perilaku konsumtif diperbaiki, dinyatakan bahwa tidak ada aitem yang memiliki koefisien *corrected item-total correlation* di bawah 0,361. Berdasarkan proses uji coba validitas tersebut, diketahui bahwa 30 aitem perilaku konsumtif dipertahankan dan tidak ada yang gugur. Adapun hasil uji validitas skala perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3.5
Rekapitulasi Uji Validitas Butir Pernyataan Instrumen
Penelitian Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel	No item	Nilai Hitung "r"	Nilai Tabel "r" 5%	Keterangan
Perilaku Konsumtif	1.	0,692	0,361	VALID
	2.	0,803	0,361	VALID
	3.	0,765	0,361	VALID
	4.	0,494	0,361	VALID
	5.	0,550	0,361	VALID
	6.	0,699	0,361	VALID
	7.	0,499	0,361	VALID
	8.	0,705	0,361	VALID
	9.	0,657	0,361	VALID
	10.	0,530	0,361	VALID
	11.	0,486	0,361	VALID
	12.	0,759	0,361	VALID
	13.	0,380	0,361	VALID
	14.	0,394	0,361	VALID
	15.	0,444	0,361	VALID
	16.	0,646	0,361	VALID
	17.	0,696	0,361	VALID
	18.	0,727	0,361	VALID
	19.	0,743	0,361	VALID
	20.	0,546	0,361	VALID
	21.	0,620	0,361	VALID
	22.	0,549	0,361	VALID
	23.	0,780	0,361	VALID
	24.	0,823	0,361	VALID
	25.	0,594	0,361	VALID
	26.	0,507	0,361	VALID
	27.	0,669	0,361	VALID
	28.	0,573	0,361	VALID
	29.	0,547	0,361	VALID
	30.	0,406	0,361	VALID

Valid tidaknya suatu instrumen diketahui dengan membandingkan indeks korelasi product moment pearson dengan nilai signifikansinya yaitu 5%. Untuk menentukan kriteria penilaian uji validitas yaitu:

1. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka kesimpulannya item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka kesimpulan item kuesioner tersebut tidak valid

Nomor-nomor soal yang dinyatakan valid tersebut, kemudian dipakai untuk pengambilan data dalam penelitian ini. Jumlah keseluruhan aitem yang valid yaitu 55 aitem, dengan pembagian 25 aitem kontrol diri, dan 30 aitem perilaku konsumtif.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan atau pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk angket/kuesioner. Peneliti melakukan dua kali uji reliabilitas instrumen, dikarenakan pada uji coba validitas pertama ditemukan beberapa aitem yang belum layak (tidak valid), akan tetapi hasil uji reliabilitas pertama dinyatakan reliabel. Agar lebih meyakinkan bahwa skala yang digunakan dalam penelitian ini reliabel, maka peneliti juga melakukan dua kali uji reliabilitas instrumen. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas yaitu *Alpha cronbach's*. Rumusnya yaitu:⁴⁴

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right)$$

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 239.

keterangan :

r_{11} : Reliabilitas Instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varians butir

$\sum \sigma^2 t$: Varians total

Berdasarkan perhitungan dalam aplikasi SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.6
Rekapitulasi Uji Reliabilitas Butir Pertanyaan Instrumen
Penelitian Variabel Kontrol Diri (X)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	83.9000	88.438	.369	.814
X02	83.2333	81.633	.716	.798
X03	83.7000	80.355	.687	.798
X04	84.5333	91.016	.346	.816
X05	83.3667	95.413	-.008	.829
X06	83.2667	96.685	-.080	.831
X07	82.9000	96.645	-.077	.830
X08	82.8667	94.602	.077	.824
X09	82.5667	92.530	.277	.818
X10	83.4000	85.214	.508	.808
X11	82.9000	88.921	.425	.812
X12	83.5333	82.602	.649	.801
X13	83.6000	85.834	.446	.811
X14	83.2000	84.441	.618	.803
X15	82.6667	94.023	.108	.823
X16	82.7333	91.789	.413	.815
X17	82.9000	88.438	.489	.810
X18	83.2667	94.133	.096	.824

X19	82.8667	92.602	.290	.818
X20	83.7667	87.978	.431	.812
X21	82.9667	92.171	.231	.819
X22	82.5667	95.978	-.014	.824
X23	83.3333	93.333	.169	.821
X24	82.8667	95.361	.019	.825
X25	83.4667	92.051	.280	.818
X26	83.7000	86.907	.526	.808
X27	83.4667	87.775	.477	.810
X28	84.2667	86.892	.469	.810
X29	83.6667	89.885	.336	.816

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.821	29

Tabel 3.7
Rekapitulasi Uji Reliabilitas Butir Pertanyaan Instrumen
Penelitian Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	50.5000	163.776	.552	.912
X02	51.4333	160.392	.741	.908
X03	51.0333	163.895	.560	.911
X04	51.3333	173.333	.205	.917
X05	51.4667	166.257	.679	.910
X06	51.4000	163.766	.701	.909
X07	51.7000	167.803	.542	.912
X08	51.3333	161.747	.627	.910
X09	51.0000	162.759	.577	.911
X10	51.6667	168.368	.514	.912

X11	51.5333	172.602	.241	.916
X12	51.7667	163.909	.633	.910
X13	52.0000	173.586	.313	.915
X14	51.7000	174.148	.153	.918
X15	52.1000	178.852	-.040	.917
X16	51.5333	170.809	.398	.914
X17	50.7667	167.013	.406	.914
X18	51.3667	168.654	.436	.913
X19	51.6667	163.816	.716	.909
X20	51.5333	169.637	.379	.914
X21	51.2667	167.030	.522	.912
X22	51.7667	168.047	.571	.912
X23	51.3667	164.309	.688	.910
X24	51.6667	164.644	.719	.910
X25	51.5333	166.602	.496	.912
X26	51.5000	167.224	.499	.912
X27	51.6000	167.559	.566	.912
X28	51.1000	162.231	.576	.911
X29	51.4000	168.731	.401	.914
X30	51.7333	169.857	.356	.915

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	30

Kriteria uji reliabilitas:

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,60$.⁴⁵

Dalam tabel diatas dapat dilihat dan disimpulkan bahwa:

⁴⁵ Sufren dan Yonathan Natanael, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), 61.

- a. Nilai *Cronbach's Alpha* variabel kontrol diri yaitu 0,821. Nilai $0,821 > 0,60$, maka dapat dinyatakan bahwa konstruk variabel kontrol diri diatas reliabel.
- b. Nilai *Cronbach's Alpha* variabel perilaku konsumtif yaitu 0,915. Nilai $0,915 > 0,60$, maka dapat dinyatakan bahwa konstruk variabel perilaku konsumtif diatas reliabel.

Item skala yang telah disebarkan sesuai dengan kisi-kisi instrumen untuk pengumpulan data yang sudah diuji validitas dan reabilitasnya sebagai berikut:

Tabel 3.8
Blue Print Kontrol Diri Final

B I u K e P r i n t	Aspek	Indikator Perilaku	Nomor Aitem	
			Fav	Unfav
	Kontrol Perilaku	Kemampuan mengendalikan keadaan	8	1, 3, 9
		Kemampuan megontrol stimulus	2, 4	5
	Kontrol Kognitif	Kemampuan mempertibangkan keadaan	11,	10, 12, 13, 14
		Kemampuan menilai keadaan	16	15, 17, 18
	Mengontrol Keputusan	Kemampuan mengambil keputusan	25, 26,	23, 28, 29
		Kemampuan memilih tindakan	20, 22, 24	27

Tabel 3.9
Blue Print Perilaku Konsumtif Final

Aspek	Indikator Perilaku	Nomor Aitem	
		Fav	Unfav
Pembelian impulsive	Membeli produk secara tiba-tiba	1, 2, 3, 8, 9	4, 5, 6, 7, 10
Pemborosan	Menghaburkan uang karena tidak dapat menentukan skala prioritas	11, 12, 16, 17, 18	13, 14, 15, 19, 20
Pembelian tidak rasional	Mengutamakan perasaan gengsi daripada kebutuhan	23, 24, 25, 28, 29	21, 22, 26, 27, 30

2. Uji Statistik

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yaitu statistika yang meliputi kegiatan-kegiatan pengumpulan, penyajian, penyederhanaan atau penganalisan, dan penentuan ukuran-ukuran khusus dari suatu data tanpa penarikan kesimpulan.⁴⁶ Analisis data deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah no 1 dan 2 yaitu Bagaimana tingkat kontrol diri dan bagaimana tingkat perilaku konsumtif yang dialami mahasiswa/i Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.

Pada penelitian ini masing-masing variabel akan diberikan skor, yang dibagi menjadi tiga yaitu rendah, sedang dan tinggi.

⁴⁶ Husein Tampomas, *Sukses Ulangan dan Ujian Sistem Persamaan Linear Statistika Untuk SMU dan Sederajat*, (Jakarta: Grasindo, 2003), 31.

Digunakan klasifikasi yang menggunakan data statistik mengikuti norma serta klasifikasi *standar deviasi*.

Tabel 3.10
Kategori Norma

Kategori	Rumus
Tinggi	$X > (M-1.SD)$
Sedang	$(M-1.SD) < X < (M+1.SD)$
Lemah	$X < (M-1.SD)$

b. Statistik Inferensial

Yaitu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.⁴⁷

1) Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.⁴⁸ Uji normalitas menggunakan bantuan program spss 21 dengan rumus kolmogorof smirnof dengan taraf signifikansi 5%. Sebaran data dikatakan normal jika memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$).⁴⁹

2) Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui bahwa data yang dipakai memiliki hubungan yang

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian pendidikan*, 228.

⁴⁸ Singgih Santoso, *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 43.

⁴⁹ *Ibid.*, 46.

linier atau tidak diantar dua variabel.⁵⁰ Uji linearitas dilakukan dengan uji SPSS, dapat dilakukan menu Compare Means dengan submenu Means. Uji linearitas dengan cara ini menghasilkan angka-angka statistik.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis yaitu pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, karena itu perlu diuji kebenarannya. Hipotesis juga diartikan sebagai dugaan sementara terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵¹ Untuk menjawab rumusan masalah no 3 mengenai bagaimana hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif, sekaligus hipotesis

Ha : Ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.

Ho : Tidak ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.

Teknik statistik yang digunakan pada penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu salah satu teknik yang dikembangkan oleh *Karl Pearson* untuk menghitung koefisien korelasi. Kegunaan uji *Pearson Product Moment* atau analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan variabel bebas (X) dengan variabel

⁵⁰ *Ibid.*,

⁵¹ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi Dan Analisis Data Dengan SPSS* (Sleman: CV Budi Utama,2019), 130.

terikat (Y) dan data berbentuk interval dan ratio.⁵² Untuk perhitungannya akan menggunakan bantuan IBM SPSS 26 *for windows*. Rumus yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi r

X = Nilai dalam distribusi variabel X

Y = Nilai dalam distribusi variabel Y

Korelasi Pearson Product Moment dilambangkan r, dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila $r = -1$ artinya korelasi negatif sempurna, $r = 0$ artinya tidak ada korelasi, dan $r = 1$ berarti korelasinya sempurna positif (kuat).⁵³ Sedangkan harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 3.11
Interpretasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,339	Rendah
0,40 – 0,559	Cukup
0,60 – 0,779	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

⁵² Sutrisno Hadi, *Statistik (jilid 2)* (Yogyakarta: Andi, 2004), 236.

⁵³ *Ibid.*, 218.

BAB VI

HASIL PENELITIAN

A. Statistik Deskriptif

Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan sampel yang merupakan mahasiswa BPI IAIN Ponorogo berjumlah 142 responden. Sebelum menyebar angket kepada responden, peneliti melakukan dua kali uji validitas dan uji reliabilitas kepada 60 mahasiswa BPI IAIN Ponorogo. Setelah data terkumpul, peneliti menyajikan data deskriptif sebagai berikut:

Deskripsi kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswa BPI IAIN Ponorogo, data diperoleh dari hasil skor angket yang disebarkan kepada responden. Data yang dihasilkan berupa angka, pengambilan skor terhadap data kuesioner atau angket menggunakan *skala likert* dengan ketentuan positif dan negatif, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Skala likert

Alternatif Jawaban	Nilai	
	Favorable	Unfavorable
Sangat setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak setuju	2	3
Sangat tidak setuju	1	4

Hasil dari data angket yang diperoleh, peneliti menguraikan variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif belanja *online*, sebagai berikut:

1. Kontrol Diri Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam Semester Dua Sampai Semester Sepuluh Tahun Akademik 2022 IAIN Ponorogo

Dikarenakan kondisi pandemi covid-19 ini, untuk memperoleh data penelitian, peneliti menyebarkan kuesioner berupa *soft-file* via *whatsapp* dan diisi melalui *google form* kepada 142 responden. Hasil skor dari variabel kontrol diri mahasiswa sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Skor Skala Kontrol Diri Mahasiswa

NO	INTERVAL HASIL SKOR SKALA KONTROL DIRI	FREKUENSI
1	52 – 56	7
2	57 – 61	15
3	62 – 66	40
4	67 – 71	26
5	72 – 76	28
6	77 – 81	19
7	82 – 86	2
8	87 – 91	5
JUMLAH		142

Tabel 4.3
Mean dan Standar Deviasi Kontrol Diri Mahasiswa BPI

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kontrol Diri	142	52.00	91.00	68.9577	7.81603
Valid N (listwise)	142				

Data pada **tabel 4.3** merupakan hasil dari *output* spss dari hasil perhitungan angket atau kuesioner kontrol diri Mahasiswa BPI.

Dapat diketahui bahwa N merupakan jumlah sampel berjumlah 142 mahasiswa, nilai mean sebesar 68,95, nilai standar deviasi 7,816, nilai terendah 52, dan nilai tertinggi sebesar 91.

Untuk menentukan skor kontrol diri mahasiswa BPI semester 2 sampai semester 10 tahun akademik 2022, maka akan dibagi menjadi tiga bagian yaitu tinggi, sedang dan rendah. Klasifikasi yang dibuat yang menggunakan data statistik mengikuti norma standar deviasi seperti yang tertera pada tabel 3.10 diatas.

Untuk perhitungannya sebagai berikut;

$$1) X > \text{Mean} + 1. \text{ Standar Deviasi} = X > 68,95 + 1. 7,816 = X > 76,76$$

$$2) \text{Mean} - 1. \text{ Standar Deviasi} = X \text{ Mean} + 1. \text{ Standar Deviasi} = 68,95 - 1. 7,816 \text{ X } 68,95 + 1. 7,816 \Rightarrow 61,13 \text{ X } 76,76$$

$$3) X < \text{Mean} - 1. \text{ Standar Deviasi} = X < 68,95 - 1. 7,816 = X < 61,13$$

Dapat diketahui bahwa untuk skor lebih dari 76,76 dikategorikan tingkat tinggi, skor 61,13 – 76,76 dikategorikan tingkat sedang dan untuk skor kurang dari 61,13 dikategorikan tingkat rendah. Kategorisasi dan persentase variabel kontrol diri pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Kategorisasi dan Persentase Kontrol Diri

Kategori					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	19	13.4	13.4	13.4
	Sedang	94	66.2	66.2	79.6
	Tinggi	29	20.4	20.4	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

2. Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam Semester Dua sampai Semester Sepuluh Tahun Akademik 2022 IAIN Ponorogo

Dikarenakan kondisi pandemi covid-19 ini, untuk memperoleh data penelitian, peneliti menyebarkan kuesioner berupa *soft-file* via *whatsapp* dan diisi melalui *google form* kepada 142 responden. Hasil skor dari variabel prokrastinasi akademik mahasiswa sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Skor Skala Perilaku Konsumtif Mahasiswa

NO	INTERVAL HASIL SKOR SKALA KONTROL DIRI	FREKUENSI
1	30 – 38	14
2	39 – 47	23
3	48 – 56	31
4	57 – 65	36
5	66 – 74	14
6	75 – 83	18
7	84 – 92	5
8	93 – 103	1
JUMLAH		142

Tabel 4.6
Mean dan Standar Deviasi Perilaku Konsumtif Belanja *Online*
Mahasiswa BPI

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumtif	142	30	103	57.83	14.330
Valid N (listwise)	142				

Data pada **tabel 4.6** merupakan hasil dari *output ibm spss* 26 dari hasil perhitungan kuesioner perilaku konsumtif belanja *online* Mahasiswa BPI semester dua sampai semester sepuluh tahun akademik 2022. Dapat diketahui bahwa N merupakan jumlah sampel berjumlah 142 mahasiswa, nilai mean sebesar 57,83, nilai standar deviasi 14,330, nilai terendah 30, dan nilai tertinggi sebesar 103.

Untuk menentukan skor perilaku konsumtif mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam, maka akan dibagi menjadi tiga bagian yaitu tinggi, sedang dan rendah. Klasifikasi yang dibuat yang menggunakan data statistik mengikuti norma standar deviasi seperti yang tertera pada tabel 3.10 diatas.

Untuk perhitungannya sebagai berikut;

- 1) $X > \text{Mean} + 1. \text{ Standar Deviasi} = X > 57,83 + 1. 14,330 = X > 72,16$
- 2) $\text{Mean} - 1. \text{ Standar Deviasi} = X \text{ Mean} + 1. \text{ Standar Deviasi} = 57,83 - 1. 14,330 = X < 43,5$

$$3) X < \text{Mean} - 1. \text{ Standar Deviasi} = X < 57,83 - 14,330 = X < 43,5$$

Dapat diketahui bahwa untuk skor lebih dari 72,16 dikategorikan tingkat tinggi, skor 43,5 – 72,16 dikategorikan tingkat sedang dan untuk skor kurang dari 43,5 dikategorikan tingkat rendah. Kategorisasi dan persentase variabel perilaku konsumtif belanja *online* pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Kategorisasi dan Perilaku Konsumtif Belanja *Online*

		Kategori			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Rendah	24	16.9	16.9	16.9
	Sedang	88	62.0	62.0	78.9
	Tinggi	30	21.1	21.1	100.0
	Total	142	100.0	100.0	

B. Statistik Inferensial

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan alat untuk menguji atau melihat apakah suatu data normal atau tidak normal. Dalam penelitian ini uji normalitas yang dipakai menggunakan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* yang menunjukkan data berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan data tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansi $\leq 0,05$.⁵⁴

⁵⁴ Toto Aminoto dan Dwi Agustina, *Mahir Statistika & SPSS* (Tasikmalaya: Edu Publisher, 2020), 207.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		142
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	13.71431964
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.043
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,200 lebih dari ($>$) 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel liner atau tidak. Dengan ketentuan apabila nilai signifikansi $> 0,005$ maka terdapat hubungan linier antara variabel kontrol diri (X) dengan variabel perilaku konsumtif (Y) dan jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka hubungan antara variabel kontrol diri (X) dengan variabel perilaku konsumtif (Y) tidak linier.⁵⁵

⁵⁵ Singgih santoso, Statistika, 43.

Tabel 4.9
Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri	Betweeen Groups	(Combined)	8063.150	31	260.102	1.369	.120
		Linearity	2436.302	1	2436.302	12.827	.001
		Deviation from Linearity	5626.848	30	187.562	.988	.495
	Within Groups		20892.793	110	189.934		
	Total		28955.944	141			

Berdasarkan hasil uji linieritas diketahui nilai signifikansi *deviation from linearity* sebesar 0,49 yang berarti lebih dari ($>$) 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online linier.

C. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis *korelasi product moment* dengan menggunakan bantuan *IBM SPSS 26 for windows*. Adapun hasil dari uji korelasi antara variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Hipotesis

Correlations			
		KD	PK
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	-.290**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	142	142
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-.290**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	142	142

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

Berdasarkan **tabel 4.10** diperoleh hasil nilai koefisien korelasi sebesar -0,290 dan nilai signifikansi (p) $0,000 < 0,01$ dengan banyak subjek 142 orang, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif dan signifikan antara variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif.

Dari hasil tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa antara variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif memiliki arah hubungan negatif dan tingkat hubungannya rendah. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yakni ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Tingkat Kontrol Diri Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam Semester Dua Sampai Semester Sepuluh Tahun Akademik 2022 IAIN Ponorogo

Berdasarkan uji analisis yang sudah dilakukan dengan hasil yang berupa data statistik pada bab IV, dari keseluruhan subjek 142 mahasiswa/i Bimbingan Penyuluhan Islam semester dua sampai semester sepuluh pada semester genap tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo tergolong kategori/tingkat tinggi 29 mahasiswa/i memiliki presentase 20,4%, termasuk kategori/tingkat sedang 94 mahasiswa/i dengan presentase 66,2% dan untuk tingkat rendah 19 mahasiswa/i dengan presentase 13,4%. Jadi sebagian besar mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam semester dua sampai semester sepuluh tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo memiliki tingkat kontrol diri pada tingkat sedang.

Berdasarkan data yang diperoleh dari skala penelitian, bentuk kontrol diri pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam yang mengacu pada seluruh aspek-aspek kontrol diri yang dikemukakan oleh Averill (1973). Pada aspek mengontrol perilaku, mahasiswa cenderung dapat mengendalikan keadaan seperti menahan diri agar membeli barang-barang yang dibutuhkan saja. Pada aspek mengontrol kognitif, mahasiswa cenderung mampu menilai keadaan seperti mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli, dapat memikirkan akibat dari apa yang akan dilakukan.

Kemudian pada aspek mengontrol keputusan, mahasiswa cenderung mampu dalam memilih tindakan seperti menghindari masuk aplikasi belanja *online* pada saat diskon serta dapat menunda pembelian sebuah produk.

B. Tingkat Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam Semester Dua Sampai Semester Sepuluh Tahun Akademik 2022 IAIN Ponorogo

Berdasarkan uji analisis yang sudah dilakukan dengan hasil yang berupa data statistik pada bab IV, dari keseluruhan subjek 142 mahasiswa/i Bimbingan Penyuluhan Islam semester dua sampai semester sepuluh pada semester genap tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo tergolong kategori/tingkat tinggi 30 mahasiswa/i memiliki presentase 21,1%, termasuk kategori/tingkat sedang 88 mahasiswa/i dengan presentase 62,0% dan untuk tingkat rendah 24 mahasiswa/i dengan presentase 16,9%. Jadi sebagian besar mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam semester dua sampai semester sepuluh tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo memiliki tingkat perilaku konsumtif belanja *online* pada tingkat sedang.

Berdasarkan data yang diperoleh dari skala penelitian, bentuk perilaku konsumtif pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam yang mengacu pada aspek-aspek Engel, Blackwell dan Miniard (1994), dapat disimpulkan bahwa bentuk perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam mencakup pada seluruh aspek. Pada aspek pembelian impulsif, mahasiswa cenderung membeli produk

secara tiba-tiba seperti membeli barang karena menyukainya walaupun awalnya tidak berniat membeli, membeli barang hanya karena mengingikannya tanpa pertimbangan terlebih dahulu dan ketika melihat barang yang modelnya terbatas langsung membelinya tanpa pertimbangan yang rasional. Pada aspek pemborosan, mahasiswa cenderung menghamburkan uang karena tidak dapat menentukan skala prioritas seperti membeli barang yang banyak diminati agar terlihat trendi, membeli barang untuk memperbanyak koleksi dan barang-barang yang di beli di *online shop* terkadang tidak terpakai. Kemudian pada aspek pembelian tidak rasional, mahasiswa cenderung mengutamakan perasaan gengsi daripada kebutuhan seperti membeli barang-barang di *online shop* tanpa mempertimbangkan jumlah uang yang sedang dimiliki saat itu serta membeli barang yang sedang tren di *online shop* meskipun telah memiliki banyak barang yang serupa.

C. Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa sebagian besar tingkat kontrol diri mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo tergolong pada tingkat sedang, pada signifikan 5% dengan persentase 66,2%. Untuk perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa juga menduduki tingkat yang sama yaitu tingkat sedang, pada signifikan 5% dengan persentase 62,0%. Dari perhitungan korelasi *product moment* mendapatkan nilai r -0,290 dengan signifikan (p) $0,000 < 0,01$. Hal ini

menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam semester dua sampai sepuluh tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo. Artinya bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif belanja *online*.

Penelitian ini membuktikan penelitian Zinti Munazzah yang menyatakan bahwa individu yang memiliki kontrol diri tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjanya sesuai kebutuhannya bukan hanya untuk memuaskan keinginan mereka. Hal ini didukung juga dalam jurnal penelitian psikologi oleh Dewi Arum dan Riza Noviana Khoirunnisa yang menyatakan bahwa individu yang memiliki kontrol diri yang baik dapat membuat pertimbangan prioritas dalam perilaku membeli, memilih antara yang penting maupun tidak sebelum membuat keputusan. Sebaliknya, individu yang memiliki kelemahan dalam kontrol diri akan membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan prioritasnya.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut kesimpulan dari penelitian ini:

1. Tingkat kontrol diri mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam semester dua sampai semester sepuluh pada semester genap tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo sebagian besar memiliki kontrol diri tingkat sedang (66,2%).
2. Tingkat perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam semester dua sampai semester sepuluh pada semester genap tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo sebagian besar masuk dalam tingkat sedang (62,0%).
3. Terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam semester dua sampai semester sepuluh pada semester genap tahun akademik 2022 IAIN Ponorogo. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif belanja *online* dan sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif belanja *online*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, berikut beberapa saran yang peneliti sampaikan mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku

konsumtif belanja online pada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI) IAIN Ponorogo:

1. Untuk Mahasiswa

Disarankan kepada mahasiswa Bimbingan Penyuluhan Islam IAIN Ponorogo untuk menanamkan rasa percaya diri dengan meningkatkan kontrol diri sehingga dapat terhindar dari perilaku konsumtif belanja online yang dapat berdampak negatif pada kehidupan sehari-hari.

2. Kepada pihak akademik

Mengingat perilaku konsumtif telah biasa terjadi dikalangan mahasiswa, peneliti berharap agar pihak akademik dapat memberikan fasilitas dan layanan kepada mahasiswa untuk membantu mengurangi perilaku konsumtif, Hal ini dapat diwujudkan melalui pemahaman dan pembelajaran kepada mahasiswa mengenai dampak dari perilaku konsumtif, sehingga mampu meningkatkan kontrol diri pada mahasiswa.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk lebih memperpanjang waktu penelitian dan mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan kontrol diri dan perilaku konsumtif agar hasil penelitiannya lebih baik dan lebih lengkap lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya, Annisa. "Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan Tahun 2017)". Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2018.
- Anggarasari, Rina Ekaningdyah. "Hubungan Tingkat Religisitas Dengan Sikap Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga". *Jurnal Psikologika*, (1997): 15-20.
- Anggreini, Ririn dan Sulis Mariyanti. "Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul". *Jurnal Psikologi*, 12(01), (2014): 34–42.
- Agustini, Ni Kadek Devi Aprilia. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012". *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9 (1), (2017): 127–136.
- Amalia, Isna. "Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal". Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, 2019.
- Aminoto, Toto dan Dwi Agustina. *Mahir Statistika & SPSS*. Tasikmalaya: Edu Publisher, 2020.
- Andiani, Jasmine Dzakiyyah, "Hubungan Antara Sel-Control Dengan Perilaku Konsumtif Produk Korea Pada Komunitas Kloss Community Di Surabaya". Skripsi, Universitas Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2020.

- Anggraini, Indri, "Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Wanita Usia Dewasa Awal". Skripsi, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, 2019.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Raktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998.
- Arum, Dewi dan Riza Noviana Khoirunnisa, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-Commerce Shopee*". *Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol. 8, No. 9 (2021): 92-102.
- Dermawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Remaja RosdaKarya, 2014.
- Dewi, Ferina dan Erna. *Merk dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Duli, Nikolaus. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi Dan Analisis Data Dengan SPSS*. Sleman: CV. Budi Utama.
- Ghufron, M. Nur dan Rini Risnawita S. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruz Media, 2010.
- Herdiyanti, Arisma Yuli. "Hubungan Tingkat Stress dengan Gangguan Insomnia pada Mahasiswa/Mahasiswi Bimbingan Penyuluhan Islam Semester Delapan Tahun Akademik 2019/2020 IAIN Ponorogo". Skripsi, Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2020.

- Kurniawan, Agung Widhi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jokjakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Lina dan Haryanto F Rasyid. "Perilaku Konsumtif berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri". *Jurnal Psikologika*. (1997): 5-14.
- Marsela, Ramadona Dwi dan Mamat Supriatna. "Kontrol Diri: Definisi dan Faktor". *Journal of Innovative Counseling*, 3(2), (2019): 65–69.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Grafindo Husada, 2006.
- Munazzah, Zinti. "Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang". Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2016.
- Rahardjo, Susilo Toto dan Suhartini. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online Di Komunitas Kaskus Semarang". Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.
- Rianto, Nur. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktek*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Saifuddin, Ahmad. *Penyusunan Skala Psikologi Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2013.

- Santoso, Singgih. *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010.
- Sari, Chaca Andira. "Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga". *Jurnal Antropologi*, IV, (2015): 205-216.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jogjakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Jakarta: CV. Andi Offset, 2013.
- Sufren. *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Suryabrata, Sumadi. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo, 2005.
- Tampomas, Husein. *Sukses Ulangan dan Ujian Sistem Persamaan Linear Statistika Untuk SMU dan Sederajat*. Jakarta: Grasindo, 2003.
- Thalib, Syamsul Bachri. *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Tim Penyusun. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020.