

Peran Kontrol Diri dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Selama Pandemi pada Pengguna Aplikasi *Shopee*

Rizka Ariani Nurjanah¹

Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
email: rizka1700013100@webmail.uad.ac.id

Erita Yuliasesti Diah Sari^{2*}

Fakultas Psikologi, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
email: erita.sari@psy.uad.ac.id

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Dikirim:
06-11-2021

Diperbaiki:
28-12-2021

Diterima
03-01-2022

Diterbitkan:
19-05-2022

ABSTRAK

Saat ini banyak orang menikmati kemudahan bertransaksi belanja *online* terutama pada masa pandemi, namun demikian hal tersebut juga menimbulkan dampak negatif seperti perilaku konsumtif. Tujuan penelitian ini adalah menguji hubungan kontrol diri dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif mahasiswi. Sebanyak 159 orang mahasiswi pengguna aplikasi *Shopee* berpartisipasi dalam penelitian ini. Data dikumpulkan dengan menggunakan skala perilaku konsumtif, skala kontrol diri, dan skala gaya hidup. Analisis data menggunakan teknik regresi berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan signifikansi hubungan antara kontrol diri dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif. Temuan berikutnya adalah adanya hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Gaya hidup juga memiliki hubungan positif yang sangat signifikan dengan perilaku konsumtif. Secara simultan, kontrol diri dan gaya hidup menyumbang 39,4% terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup memberikan sumbangan lebih besar terhadap perilaku konsumtif dibandingkan kontrol diri. Penelitian ini berimplikasi pada perlunya pencermatan gaya hidup yang lebih bijak dan positif dalam berperilaku membeli sehingga diharapkan mampu mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif.

Kata kunci: *Gaya hidup, Kontrol diri, Perilaku konsumtif*

ABSTRACT

The Role of Self-Control and Lifestyle on Consumptive Behavior in College Students During a Pandemic Shopee Application Users

Many people enjoy the convenience of online shopping transactions, especially during the pandemic. However, this also has negative impacts, such as wasteful behavior. This study examines the relationship between self-control and lifestyle with consumptive behavior in female students. A total of 159 female students who use the Shopee application participated in this study. Data collection uses a consumptive behavior scale, a self-

control scale, and a lifestyle scale. The data analysis technique used is multiple regression analysis with the help of the SPSS program. The analysis results show a very significant relationship between self-control and lifestyle with consumptive behavior. Next, there was a very significant negative relationship between self-control and consumptive behavior. Lifestyle has a significant positive relationship with consumptive behavior. Simultaneously, self-control and lifestyle contributed 39.4% to consumptive behavior. Lifestyle contributes more to consumptive behavior than self-control. This research has implications for the need to observe a wiser and more positive lifestyle in buying behavior to reduce the tendency of wasteful behavior.

Keywords: *Consumptive behavior, Life style, Self-control*

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

***Erita Yuliasesti Diah Sari**

E-mail: erita.sari@psy.uad.ac.id

HP/WA: +62 813-2873-6061

PENDAHULUAN

Setiap manusia hampir dipastikan melakukan aktivitas konsumtif dengan menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa untuk pemenuhan hidup sehari-hari (Zamzam & Aravik 2020). Kebutuhan tiap individu sangat variatif, tergantung pada berbagai faktor yang melekat padanya seperti status pernikahan. Sedangkan kebutuhan individu yang belum menikah dan sedang menempuh pendidikan akan memiliki corak yang berbeda dengan individu yang terikat dalam kehidupan keluarga.

Perilaku konsumtif mahasiswi merupakan bagian dari kelompok konsumen yang unik, di satu sisi adalah pembelajar, di sisi lain adalah konsumen yang cukup potensial dalam dunia konsumtif. Kebutuhan hidup mahasiswi cukup bervariasi, sehingga selalu muncul fenomena alokasi keuangan untuk berbagai keperluan tertentu perempuan dibanding mahasiswa. Disinilah kemudian muncul gaya perilaku dalam mengkonsumsi barang atau membelanjakan uang secara tidak terkendali dan bijak.

Gaya hidup seseorang dalam berbelanja mulai berkembang seiring dengan zaman yang semakin maju. Fasilitas belanja yang mudah terjangkau menjadi salah satu faktor

sumber penyebabnya. Banyak konsumen yang ditengarai mulai kesulitan mengendalikan diri. Di sisi lain, individu sebagai konsumen diharapkan mampu menjadi pribadi yang lebih selektif termasuk dalam membeli barang, mengatur sistem keuangan, serta mampu menetapkan prioritas agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Perempuan di Indonesia seperti halnya mahasiswi menjadi pelanggan yang sering berbelanja secara *online*. Rayful (2021) menyatakan 60% perempuan di Indonesia berbelanja *online* selama pandemi. Penelitian terdahulu menunjukkan 72,0% mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dalam berbelanja *online* (Afriani, 2014). Menurut pandangan agama Islam, sebenarnya perilaku konsumtif adalah tindakan yang berlebih-lebihan atau pemborosan, namun tidak semua orang memahami hal tersebut.

Berbagai perilaku konsumtif ditemukan pada mahasiswi, mulai dari membeli pakaian, aksesoris, *smartphone*, *make up*, dan sebagainya, baik secara *offline* maupun *online*. Kebiasaan ini cenderung hanya untuk melepas kejenuhan dan mengikuti keinginan hati. Berbagai bentuk perilaku konsumtif tersebut dapat berdampak positif dan negatif. Bagi konsumen pengguna aplikasi *e-commerce*, dampak positif perilaku konsumtif diantaranya adalah keyakinan akan meningkatnya motivasi menjual produk. Hal ini dianggap mampu mendorong peningkatan penghasilan apabila barang yang dibeli dapat terjual kembali. Akan tetapi, secara umum perilaku konsumtif berdampak negatif adalah individu menjadi boros dan membeli barang yang tidak sesuai kebutuhannya (Kadeni, 2018).

Engel, dkk. (2002b) menjelaskan bahwa individu berperilaku konsumtif karena gagal menahan diri untuk menggunakan produk yang diinginkan. Salah satu sumber yang ditengarai mendorong munculnya perilaku konsumtif adalah *e-commerce* yang sangat marak di Indonesia. Salah satu *platform* favorit masyarakat Indonesia adalah *Shopee* yang berdiri tahun 2015. Masyarakat Indonesia mayoritas mengakses *e-commerce shopping* ini, karena kemudahan pembelian barang, bahkan dapat melayani akses luar negeri.

Data wawancara kepada 101 orang mahasiswi sebuah PTS di Yogyakarta, untuk mengisi *google form* menghasilkan beberapa informasi. Tindakan membeli tanpa berpikir terlebih dahulu dilakukan dengan tujuan agar hati merasa nyaman. Beberapa diantaranya diketahui tidak mampu mengatur keuangan, karena merasa bahwa uang yang telah disisihkan selalu terpakai untuk membeli barang.

Jenis barang yang paling sering dibeli adalah *skincare*, kosmetik, pakaian, tas, sepatu dan aksesoris. Pembelian kadang disertai dengan kesadaran tentang minimnya manfaat barang

tersebut, tetapi tetap saja dilakukan. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya kontrol diri, terlebih lagi jika menemukan tawaran menarik seperti diskon, harga murah, atau ada pengaruh teman, pengaruh tokoh atau model yang diidolakan, serta pengaruh media sosial.

Pembelian melalui aplikasi *Shopee* juga didasari keinginan individu untuk memiliki barang, ingin menaikkan jumlah *member* yang akan mendapatkan manfaat khusus dari *Shopee*, menambah koin, menyisihkan uang bulanan yang sudah dialokasikan untuk membeli barang. Kemudahan dalam transaksi, waktu yang lebih efisien serta jarak dari rumah yang jauh dari *offline store*.

Menurut informasi yang telah diperoleh, rata-rata pembelian perbulan lebih dari Rp. 500.000. Sebagian besar konsumen hanya menggunakan aplikasi *Shopee* saja karena dianggap lebih mudah dan mendatangkan keuntungan. Selama proses menggunakan barang, kadang-kadang muncul rasa kecewa karena barang yang dipesan tidak sesuai harapan. Berikutnya muncul perasaan menyesal dengan pembelian spontan tersebut. Pembelian spontan ditengarai terjadi karena seringnya menonton *platform* hiburan di media sosial seperti tik tok yang menampilkan *review influencer*. Hal ini tentu saja menimbulkan dampak negatif karena mahasiswi cenderung menjadi konsumtif, terlebih dengan adanya kemudahan dalam berbelanja, tidak memperhatikan perbedaan antara kebutuhan dan keinginan.

Selanjutnya, Engel, dkk. (2002a) memaparkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan individu dalam membeli barang atau jasa tanpa memikirkan risiko yang akan terjadi. Perilaku membeli, memakai suatu produk yang bukan didasari oleh rasa kebutuhan, hanya keinginan irasional untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana disebut perilaku konsumtif (Dewi & Febriani, 2019) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang. Perilaku ini dianggap kurang bermanfaat apabila hanya merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang yang tidak penting dan berlebihan (Tambunan, 2001).

Penelitian Lina & Rosyid (1997) yang banyak diacu oleh peneliti konsumen, menyebutkan tiga aspek perilaku konsumtif yakni: pembelian impulsif yang menunjukkan bahwa individu membeli barang semata-mata karena hasrat yang tiba-tiba muncul tanpa adanya pertimbangan risiko. Kedua, pembelian tidak rasional yaitu membeli barang untuk

mencari kesenangan dan kepuasan hati. Barang tersebut termasuk kategori yang tidak penting, dan bukan kebutuhan. Ketiga, pembelian barang dengan jenis, warna dan kegunaannya yang sama secara terus-menerus menyebabkan individu memiliki barang tersebut berlebihan.

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti status sosial, gengsi, kepuasan (Enrico, dkk. 2014), kontrol diri (Anggreini & Mariyanti, 2014; Lubis, 2020; Boru, dkk. 2021), perilaku keuangan (Ridhayani & Johan, 2020), konformitas (Rahmatika & Kusmaryani, 2020), gaya hidup dan konformitas (Adinata & Noviandari, 2020). Kontrol diri menjadi bagian penting dalam mendorong perilaku konsumtif.

Ghufroon & Risnawati (2012) menjelaskan bahwa kontrol diri merupakan cara pengendalian emosi dan dorongan yang ada dalam diri. Kontrol diri melibatkan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan, stimulus yang baik dari dalam atau luar Thalib, (2017). Individu yang mampu berpikir logis dan mempertimbangkan keputusan untuk berbelanja yang penting sesuai kebutuhannya, akan terhindar dari perilaku konsumtif. Kontrol diri memiliki tiga aspek yakni: kognitif, perasaan dan tindakan (Duckworth, dkk. 2019). Ketiganya saling terkait mendorong munculnya perilaku konsumtif.

Faktor lain yang dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif yaitu gaya hidup, yang merupakan model atau gambaran individu serta cara mengalokasikan waktu, uang yang mencerminkan nilai kehidupannya (Engel, dkk. 2002b). Pola kehidupan kegiatan sehari-hari ketika berinteraksi di lingkungan dapat mencerminkan gaya hidup seseorang. Konsep hidup seseorang dan cara individu menghabiskan waktu dan uangnya untuk kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama hidupnya, maka gaya hidup individu tersebut cenderung konsumtif (Russell, 2004). Lebih jauh, gaya hidup juga mampu menggiring konsumen untuk memilih merek produk tertentu. Penelitian Haryanto, dkk. (2019) menemukan gaya hidup konsumen akan menyelaraskan pilihannya terhadap kesan merek, misalnya gaya hidup sehat akan mendorong konsumen memilih merek makanan yang memberi kesan sehat.

Situasi pandemi Covid-19 menjadi salah satu alasan kemudahan mahasiswi sebagai konsumen untuk berbelanja dan membayar secara *online*. Masa pandemi juga mendorong konsumen di berbagai negara untuk lebih memilih semua aktivitas secara *online* dan hal

tersebut menjadi gaya hidup baru seperti halnya masyarakat di Italia (Sorrentino, dkk. (2022).

Dalam kaitan ini, penelitian Fatmawati (2020) *online shopping* menyebabkan gaya hidup mahasiswa berubah menjadi cenderung berperilaku konsumtif. Belanja dengan cara ini juga dianggap lebih mudah, sederhana prosesnya, harganya kadang lebih murah dibandingkan toko *offline*, dan ketersediaan barang lengkap (Mitra, dkk (2019). Pertimbangan ini lebih mendorong individu memanfaatkan belanja secara *online* tanpa menyadari jika dilakukan terus menerus dan tidak terkendali maka berubah menjadi belanja konsumtif. Melalui penelitian ini akan diuji peran kontrol diri dan gaya hidup dalam mendorong perilaku konsumtif.

Hipotesis yang diajukan adalah hipotesis mayor dan hipotesis minor. Hipotesis mayor diajukan untuk melihat hubungan antara kontrol diri dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif secara simultan, khususnya mahasiswi pengguna aplikasi *Shopee*. Hipotesis minor terbagi menjadi dua bagian. Pertama, ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa individu dengan kontrol diri tinggi, akan diikuti dengan perilaku konsumtif rendah, demikian juga sebaliknya. Kedua adalah ada hubungan positif antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi persepsi gaya hidup individu, maka semakin tinggi perilaku konsumtif, demikian juga sebaliknya.

METODE

Responden yang turut berpartisipasi adalah mahasiswi sebuah perguruan tinggi swasta di Yogyakarta pengguna aplikasi *Shopee* dan sampel yang digunakan sebanyak 159 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan skala perilaku konsumtif yang memiliki tiga aspek yaitu membeli secara impulsif, membeli secara tidak rasional dan membeli secara berlebihan. Individu yang mendapatkan skor tinggi pada skala perilaku konsumtif menunjukkan perilaku konsumtif tinggi, sebaliknya individu yang mendapatkan skor rendah pada skala perilaku konsumtif menunjukkan perilaku konsumtif rendah. Skala berikutnya adalah skala kontrol diri dengan aspek kelarasan, berpikir, perasaan, dan tindakan. Individu yang mendapatkan skor tinggi pada skala ini dimaknai memiliki kontrol diri tinggi. Sebaliknya jika individu mendapatkan skor rendah pada skala tersebut, dimaknai kontrol

dirinya rendah. Skala ketiga adalah skala gaya hidup dengan aspek aktivitas atau kegiatan, minat, dan opini atau pendapat. Individu yang mendapatkan skor tinggi menunjukkan persepsi tinggi pada gaya hidupnya, sebaliknya individu yang mendapatkan skor rendah menunjukkan persepsi rendah pada gaya hidupnya.

Validitas yang dipilih adalah validitas isi (*content validity*), yakni validitas yang diestimasi melalui pengujian terhadap isi tes dengan analisis rasional (*professional judgment*). Koefisien reliabilitas yang dipilih adalah *Cronbach Alpha* dengan teknik konsistensi internal melalui *single trial administration* yaitu prosedur yang hanya memerlukan satu kali pengenalan sebuah tes kepada sekelompok individu sebagai subjek.

Teknik sampling yang dipilih adalah teknik *quota sampling* yaitu mengambil sampel sebanyak jumlah tertentu yang dianggap mampu merefleksikan ciri populasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda, yang bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel bebas dengan satu variabel tergantung. Analisis data secara keseluruhan dilakukan dengan bantuan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Analisis data dimulai dari informasi deskriptif mengenai kategorisasi. Hasil kategorisasi variabel perilaku konsumtif, kontrol diri dan gaya hidup dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif

Interval	Kategorisasi	Subjek	
		Frekuensi	Persentase
$45 \leq x$	Tinggi	1	0,63 %
$30 \leq x < 45$	Sedang	93	58,49 %
$X < 30$	Rendah	65	40,88 %
Total		159	100 %

Berdasarkan kategorisasi pada tabel 1 dapat diketahui dari keseluruhan jumlah subjek penelitian sebanyak 159, terdapat 1 orang (0,63%) berperilaku konsumtif tinggi, 93 orang (58,49%) memiliki perilaku konsumtif sedang dan 65 orang (40,88%) memiliki perilaku konsumtif rendah. Berikutnya adalah kategorisasi variabel kontrol diri lihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Kategorisasi Variabel Kontrol Diri

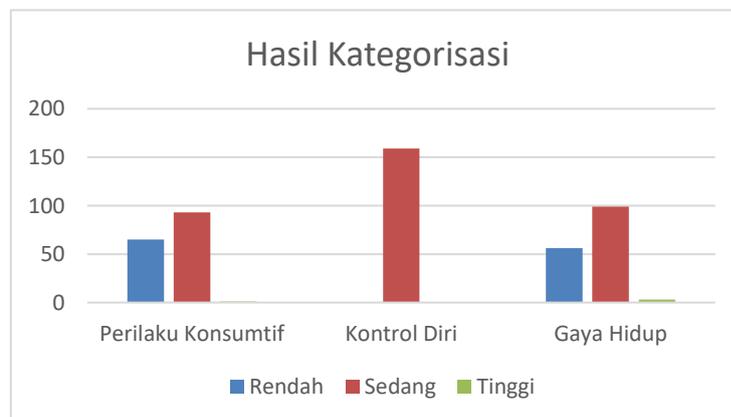
Interval	Kategorisasi	Subjek	
		Frekuensi	Persentase
$63 \leq x$	Tinggi	0	0 %
$42 \leq x < 63$	Sedang	159	100 %
$X < 42$	Rendah	0	0 %
Total		159	100 %

Tabel 2 di atas menunjukkan keseluruhan subjek penelitian sebanyak 159 mahasiswa atau 100% memiliki kontrol diri sedang.

Tabel 3. Kategorisasi Variabel Gaya Hidup

Interval	Kategorisasi	Subjek	
		Frekuensi	Persentase
$36 \leq x$	Tinggi	4	2,52 %
$24 \leq x < 36$	Sedang	99	62,26 %
$X < 24$	Rendah	56	35,22 %
Total		159	100 %

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui dari keseluruhan jumlah subjek penelitian sebanyak 159, terdapat 4 orang (2,52%) memiliki persepsi gaya hidup tinggi, 99 orang (62,26%) memiliki persepsi gaya hidup sedang, dan 56 orang (35,22%) memiliki persepsi gaya hidup rendah. Keseluruhan gambaran kategorisasi dapat dilihat melalui grafik 1 berikut ini:



Gambar 1. Hasil Kategorisasi Skor Hipotetik Variabel Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri dan Gaya Hidup

Uji asumsi

Uji asumsi terhadap ketiga variabel dilakukan sebelum analisis regresi, berdasarkan uji asumsi klasik yang dapat dijelaskan berdasarkan tabel 4, tabel 5, dan tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Normalitas

Variabel	Skor KS-Z	Sig (p)	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0,849	0,467	Normal
Kontrol Diri	0,952	0,325	Normal
Gaya Hidup	0,964	0,311	Normal

Berdasarkan uji normalitas tabel 4 di atas untuk variabel perilaku konsumtif diperoleh indeks normalitas KS-Z = 0,849 dengan taraf signifikansi 0,467 ($p > 0,05$) yang artinya data terdistribusi secara normal dan sampel dapat mewakili populasinya.

Tabel 5. Uji Linearitas

Variabel	Linearity		Deviation from linearity		Keterangan
	F	Sig.	F	Sig.	
Kontrol diri - perilaku konsumtif	5,692	0,018	1,228	0,254	Linear
Gaya hidup - perilaku konsumtif	103,778	0,000	1,683	0,034	Linear

Pada tabel 5 hasil uji linearitas pada variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif diketahui memiliki nilai *deviation from linearity* signifikansi $p = 0,254$ ($> 0,05$) dengan $F = 1,228$. Hal ini menunjukkan hubungan kedua variabel tersebut linear. Hasil yang diperoleh dari uji linearitas pada variabel gaya hidup dengan perilaku konsumtif, jika dilihat dari taraf signifikansinya kurang dari 0,05 pada *deviation from linearity*, namun pada nilai *linearity* signifikansinya di bawah 0,01. Hal ini tetap menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel X dan Y meskipun masih menyisakan *error*, yang berarti bahwa kemungkinan belum mengakomodir seluruh data yang ada.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Kontrol diri	0,995	1,005	Tidak ada multikolinearitas
Gaya hidup	0,995	1,005	Tidak ada multikolinearitas

Pada tabel 6 di atas hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel kontrol diri dan gaya hidup memiliki nilai *tolerance* 0,995 dan nilai VIF 1,005. Hasil tersebut bermakna tidak terjadi multikolinieritas pada kedua variabel, artinya tidak ada hubungan linier atau tidak terjadi tumpang tindih antara variabel bebas.

Uji hipotesis yang dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda menunjukkan hasil koefisien regresi R sebesar 0,628 ($P < 0,01$), yang bermakna bahwa secara simultan ada hubungan yang sangat signifikan antara kontrol diri, gaya hidup dengan perilaku konsumtif.

Hipotesis berikutnya yang diuji adalah hipotesis minor, dengan hasil seperti terlihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Hasil Hipotesis Minor

Variabel	r	Signifikansi	Keterangan
Kontrol diri dengan perilaku konsumtif	-0,185	0,010	Signifikan (hipotesis diterima)
Gaya hidup dengan perilaku konsumtif	0,612	0,000	Sangat signifikan (hipotesis diterima)

Terlihat pada tabel 7 di atas, hipotesis minor pertama teruji dengan koefisien korelasi sebesar -0,185 ($p < 0,01$), yang berarti terdapat hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Hipotesis minor kedua juga teruji dengan koefisien korelasi sebesar 0,612 ($p < 0,01$), yang berarti terdapat hubungan positif sangat signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif.

Secara bersama-sama, kontrol diri dan gaya hidup menyumbang 39,4% terhadap perilaku konsumtif, dan 60,6% lainnya disumbang oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini. Apabila dilihat dari masing-masing variabel bebas, diketahui bahwa sumbangan efektif kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 2,6%. Sumbangan efektif gaya hidup terhadap perilaku konsumtif sebesar 36,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan variabel gaya hidup jauh lebih besar dibandingkan kontrol diri.

Berdasarkan respon keseluruhan subjek diketahui bahwa perilaku konsumtif berada pada kategori sedang dan diikuti dengan kategori rendah. Mahasiswi memiliki perilaku konsumtif yang masih dalam batas diterima, bahkan beberapa tampak menunjukkan perilaku konsumtif rendah. Hal ini berbeda dengan dugaan awal, yang menyatakan perilaku konsumtif mahasiswi tinggi. Penyebab perbedaan ini dapat berasal dari cara subjek

merespon aitem pada skala, kemungkinan terjadi *faking good* karena tidak ingin diketahui sebagai individu konsumtif.

Kategorisasi kontrol diri seluruhnya terisi pada kategori sedang. Hasil tersebut bermakna mahasiswi cukup mampu mengontrol dirinya dan berpikir terlebih dahulu sebelum bertindak atau mengambil keputusan. Kategorisasi gaya hidup juga didominasi oleh kategori sedang dan diikuti dengan kategori rendah. Hasil tersebut menunjukkan gaya hidup yang cenderung kurang memiliki arah menjadi pembeli konsumtif.

Kontrol diri dan gaya hidup secara simultan berhubungan dengan perilaku konsumtif, dan hubungan tersebut dikatakan sebagai hubungan yang cukup kuat. Pernyataan ini menguatkan anggapan bahwa pada saat individu berperilaku konsumtif, membeli barang tanpa rencana, kontrol diri dan gaya hidup turut berperan di dalamnya. Di antara keduanya, gaya hidup merupakan kontributor utama yang mendorong timbulnya perilaku konsumtif dibandingkan kontrol diri di kalangan mahasiswi.

Gaya hidup menjadi bagian kehidupan sehari-hari yang kadang tidak disadari memengaruhi perilaku, termasuk perilaku belanja. Gaya hidup yang dimaksudkan adalah gaya hidup yang cenderung mengutamakan kepuasan hati, atau kesenangan diri dalam berbelanja. Gaya hidup seperti ini menjadi sumber kenikmatan dalam membeli barang, sehingga fungsi kontrol diri menjadi berkurang. Hal demikian dalam pandangan umum merupakan bentuk perilaku yang kurang bermanfaat karena cenderung merugikan diri sendiri. Individu juga kurang mampu mengendalikan diri. Di sisi lain, sebenarnya gaya hidup sendiri tidak selalu menjadi faktor utama pendorong munculnya perilaku konsumtif. Gaya hidup akan lebih mudah menjadi pemicu apabila dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dirasakan konsumen (Akkaya, 2021). Jika nilai-nilai yang diyakini merupakan nilai yang mengarah pada hedonisme misalnya, maka kecenderungan yang muncul adalah perilaku konsumtif.

Salah satu bentuk pengendalian diri yang dapat dilakukan untuk menghindari perilaku konsumtif adalah menahan godaan untuk membeli barang yang tidak penting atau tidak dibutuhkan. Hal ini selaras dengan penelitian Heni (2013) bahwa setiap individu memiliki usaha untuk mengatur perilaku. Individu diharapkan mampu menyikapi budaya konsumtif yang semakin mengkhawatirkan. Penelitian Haryani dan Herwanto (2015) menemukan bahwa mahasiswi yang memiliki kontrol diri tinggi mampu mengendalikan perilakunya sehingga tidak mudah terpengaruh ke arah perilaku konsumtif. Tindakan lain yang

positif seperti mensyukuri barang yang sudah dimiliki juga menjadi tindakan pencegah perilaku konsumtif (Tripambudi & Indrawati, 2018).

Penelitian Haryono (2014) menunjukkan gaya hidup mendorong perilaku konsumtif yakni mahasiswa membeli barang yang bermerk karena ingin meningkatkan gengsi dan menyesuaikan gaya hidup teman-temannya. Secara spesifik, gaya hidup hedonis sebagai penyebab perilaku konsumtif juga diteliti Burhan (2021) yang menemukan pola gaya hidup hedonis pada mahasiswi kedokteran. Disebutkan bahwa mahasiswa memang belum mampu mengontrol diri dalam membeli barang karena hanya mendasarkan pada keinginan, dan bukan karena kebutuhan.

Terkait uji hipotesis minor, mahasiswi yang menggunakan aplikasi atau *e-commerce Shopee*, memiliki gaya hidup spesifik. Sebagai pengguna aplikasi, salah satu tujuan utamanya adalah mendapatkan penghasilan tambahan. Salah satu caranya adalah dengan membeli barang sebanyak mungkin, bahkan menyediakan stok atau persediaan.

Perilaku ini didasari bukan karena kurangnya kontrol diri, tetapi memang ada dorongan untuk membeli lebih banyak. Kunci penentu perilaku konsumtif pada pengguna *Shopee* ini terletak pada gaya hidup yang dipilih dan dimiliki. Gaya hidup yang berlebihan, atau yang mengarah pada hedonisme yang akan lebih mudah memunculkan perilaku konsumtif. Dengan demikian, gaya hidup menjadi titik perhatian agar dapat diarahkan sedemikian rupa menjadi gaya hidup membeli atau membelanjakan uang secara sehat dan bermanfaat.

Pada zaman modern sekarang semakin banyak kemudahan yang didapatkan individu untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. Kemudahan ini yang membuat individu menjadi sulit untuk mengontrol keinginannya. Faktor gaya hidup ditunjukkan dengan cara seseorang mengalokasikan waktu dan uangnya cenderung digunakan atau dihabiskan untuk kesenangan dan kenikmatan materi serta menjadikannya sebagai tujuan utama hidupnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, kontrol diri dan gaya hidup memiliki peran dalam berperilaku konsumtif. Individu khususnya mahasiswi yang mampu mengendalikan diri dan memikirkan risiko yang akan terjadi sebelum mengerjakan sesuatu atau tindakan, akan mampu mengontrol dirinya, menahan godaan hawa nafsu untuk tidak berperilaku

konsumtif. Melihat masih belum optimalnya sumbangan kontrol diri dan gaya hidup, perlu ada perluasan penggunaan variabel yang memiliki nilai prediktor lebih baik. Dapat juga menambahkan variabel yang terkait demografi, seperti besaran uang saku pada mahasiswa, atau besar penghasilan orang tua dan kondisi keluarga. Pada individu yang sudah bekerja, dapat juga melibatkan variabel penghasilan, atau jumlah anggota keluarga.

REFERENSI

- Adinata, T. P., & Noviandri, H. (2020). Lifestyle relationship and conformity with consumptive behavior in adolescents in Banyuwangi City Province of East Java. *Socioedukasi: Jurnal ilmiah ilmu pendidikan dan sosial*, 9(1), 1-9.
- Afriani, R. (2014). *Hubungan status sosial ekonomi dan perilaku konsumtif pada mahasiswi (Studi kasus: Mahasiswi FISIP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Syarif Hidayatullah.
- Akkaya, M. (2021). Understanding the impacts of lifestyle segmentation & perceived value on brand purchase intention: An empirical study in different product categories. *European research on management and business economics*, 27, 1-11.
- Angreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggu. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(1), 34-42.
- Boru, V. F., Lerik, M. C., & Keraf, M. A. (2021). Self-control with online shopping consumptive behavior in young women in Oesapa Village. *Journal of Health and Behavioral Science*, 3(2), 199-208.
- Burhan, F. A. (2021). Nilai transaksi e-commerce RI melonjak 91%, shopee kuasai pasar. Jakarta, DKI, Indonesia. Retrieved from <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/60ba67ba89507/nilai-transaksi-e-commerce-ri-melonjak-91-shopee-kuasai-pasar>
- Dewi, A., & Febriani, S. (2019). *Perilaku konsumen di era digital*. Malang: UB Press.
- Duckworth, A. L., Taxer, J. L., Eskreis-Winkler, L., Galla, B. M., & Gross, J. J. (2019). Self-control and academic achievement. *Annual Review of Psychology*, 70, 373–399. doi:10.1146/annurev-psych-010418-103230
- Engel, J. F., Roger, D. B., & Paul, W. M. (2002a). *Perilaku konsumen* (Vol. 1). (Budiyanto, Trans.) Jakarta: Bina rupa aksara.
- Engel, J. F., Roger, D. B., & Paul, W. M. (2002b). *Perilaku konsumen di era digital* (Vol. 2). (Budiyanto, Trans.) Jakarta: Bina rupa aksara.
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The factors that influenced consumptive behavior: A survey of university students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1), 1-6.

- Fatmawati, N. (2020). Gaya hidup mahasiswa akibat adanya online shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29-38. doi:10.17509/jpis.v29i1.23722.
- Ghufron, M. S., & Risnawita, R. (2011). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1), 5-11.
- Haryanto, B., Febrianto, A., & Cahyono, E. (2019). Lifestyle and consumer preferences in choosing local or foreign brands: a study of consumer behavior in Surakarta – Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 74–88.
- Haryono, P. (2014). Hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa sekolah menengah atas negeri 5. *Psikoborbo*, 2(4), 268–273.
- Heni, S. A. (2013). Hubungan antara kontrol diri dan syukur dengan perilaku konsumtif pada remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 2(1), 1-15.
- Iqbal, M. (2021, 4 22). Bukan shopee, ini juara marketplace RI di kuartal I/2021. Jakarta, DKI, Indonesia.
- Kadeni, & Srijani, N. (2018). Pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Equilibrium*, 6(1), 61-70.
- Lina, L., & Rosyid, H., F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika*, 2(4), 5-13.
- Lubis, L. (2020). The relationship of self-control and conformity with consumptive behavior of network computer engineering students at SMK Negeri 2 Binjai. *International Journal on Language, Research and Education Studies*, 4(2), 209-222. doi:10.30575/2017/IJLRES-2020050802
- Mitra, N., Syahniar, S., & Alizamar, A. (2019). Consumptive Behavior of students in shopping online and implications in Guidance and Counseling Services in universities. *International Journal of Research in Counseling and Education*, 3(2), 120-124. doi:10.24036/00132za0002
- Rahmatika, A. F., & Kusmaryani, R. E. (2020). Relationship between conformity and consumptive behavior in female adolescents. *Humaniora*, 12(3), 177-182. doi:10.21512/humaniora.v11i3.6567
- Rayful, M. (2021). Selama pandemi, 60 persen pelanggan e-commerce dari kalangan perempuan. Jakarta, DKI, Indonesia. Retrieved from <https://lifestyle.bisnis.com/read/20210309/220/1365908/selama-pandemi-60-persen-pelanggan-e-commerce-dari-kalangan-perempuan>.

- Ridhayani, F., & Johan, I. R. (2020). The influence of financial literacy and reference group toward consumptive behavior across senior high school students. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 29-45.
- Russell, B. (2004). *Sejarah Filsafat Barat*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Sorrentino, A., Leone, D., & Caporuscio, A. (2022). *Italian Journal of Marketing*, 87-106. doi:10.1007/s43039-021-00043-8
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan perilaku konsumtif. Jakarta, DKI, Indonesia. Retrieved from <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>.
- Thalib, S. B. (2017). *Psikologi pendidikan berbasis analisis empiris aplikatif*. Jakarta: Gramedia Digital.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro. *Empati*, 7(2), 189–195.
- Zamzam, F., & Aravik, H. (2020). *Etika bisnis Islam seni berbisnis keberkahan*. Jakarta: Gramedia Digital.