

**PERILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI
KONTROL DIRI PADA REMAJA
DI SMU WR.SUPRATMAN I MEDAN**

Suviona

Program Studi Psikologi
Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia

Abstrak--- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif dan kontrol diri. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, dengan asumsi semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri, maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMU WR.Supratman I Medan sebanyak 100 orang yang dipilih dengan metode purposive sampling. Data diperoleh dari skala untuk mengukur kontrol diri dan perilaku konsumtif. Perhitungan dilakukan dengan melalui uji prasyarat analisis (uji asumsi) yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas hubungan. Analisis data yang digunakan adalah menggunakan korelasi Product Moment melalui bantuan SPSS 17 for Windows. Hasil analisis data menunjukkan koefisien korelasi sebesar -0,554 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sumbangan yang diberikan variabel kontrol diri terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 30,7 persen dan selebihnya 69,3 persen dipengaruhi oleh faktor lain seperti motivasi, kepribadian dan harga

diri. Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis penelitian ada hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif, dapat diterima.

Kata kunci : perilaku konsumtif, kontrol diri

***Abstract---**This study aims to determine the relationship between consumer behavior and self-control. The hypothesis of this study states that there is a negative relationship between self-control with the consumer behavior, with an assumption the higher self-control, the lower the consumer behavior and conversely the lower the self-control, the higher the consumer behavior. Subjects of the study were students of SMU WR.Supratman I Medan consisting of 100 students who were selected by purposive sampling method. Data were obtained from a scale to measure self-control and consumer behavior. The calculation was performed by means of testing requirements analysis (assumption) that consists of a test for normality and linearity test relationships. Analysis of the data used is Product Moment Correlation with SPSS 17 for Windows. The results of data analysis showed that a correlation coefficient was -0.554 with $p < 0.000$ ($p < 0.05$). This shows there is a negative relationship between self-control and the consumer behavior. These results indicate that the contribution given to the control variable on consumer behavior was 30.7 percent and the remaining 69.3 percent was affected by other factors such as motivation, personality and self-esteem. From these results, it can be concluded that the hypothesis stating that there is a negative relationship between self-control and consumer behavior, is acceptable.*

Keywords: Consumer Behavior, Self-Control

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada zaman ini sangat mempengaruhi seseorang didalam memenuhi kebutuhannya, dimana sistem periklanan atau pengenalan produk dari produsen ke konsumen juga semakin dibuat menarik yang membuat para konsumen secara psikologis tergiur akan penayangan iklan yang ditampilkan oleh para produsen kepada konsumen-konsumennya sehingga tanpa disadari mereka melakukan transaksi berbelanja diluar dari batas pengeluaran normal mereka setiap bulannya.

Pasar atau market adalah salah satu tempat dimana penjual dan pembeli melakukan transaksi ekonomi yakni membeli atau menjual suatu barang maupun jasa. Pasar merupakan suatu tempat yang padat akan individu yang beraneka ragam ingin melakukan kegiatan sehari-hari. Semakin banyak bermunculan pasar semakin banyak terjadi persaingan di kalangan produsen untuk merebut konsumen karena konsumen ini bersifat *temporary* bukan bersifat menetap selama masih ada kebutuhan individu akan terus mencari dan memenuhinya. Tentu saja hal ini tergantung dari perkembangan jaman serta tuntutan trend yang beredar dikalangan konsumen.

Berbelanja merupakan suatu aktivitas yang sangat menyenangkan dan membahagiakan bagi setiap orang yang menyukainya. Berbelanja juga merupakan suatu kegiatan yang tidak mengenal usia baik tua maupun muda semua kalangan pasti akan menyukai aktivitas tersebut. Berbelanja merupakan suatu konsep yang menunjukkan suatu sikap untuk mendapatkan barang-barang yang akan menjadi keperluan sehari-hari dengan jalan menukarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang tersebut, akan tetapi konsep belanja sekarang ini telah berubah bahkan berkembang menjadi sebuah cerminan gaya hidup dan rekreasi dikalangan masyarakat. Belanja merupakan gaya hidup tersendiri yang bahkan menjadi suatu kegemaran oleh sejumlah orang bahkan terjadi setiap kalangan baik dari remaja maupun kaum dewasa. Perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan semata-mata dilakukan demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi

boros atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif dimana belanja merupakan alat pemuas keinginan. terkadang barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan turut dibeli guna pemuasan diri dan dipengaruhi oleh trend/mode yang tengah berlaku pada saat ini (www.freewebs.com)

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak dari perkembangan jaman yang semakin modern dikarenakan Indonesia mempunyai potensi dimana masyarakat cukup konsumtif akan segala sesuatunya. Saat ini gaya hidup yang dijalani lapisan masyarakat dari Indonesia sudah hampir menyerupai gaya hidup barat baik dalam segi penampilan budaya bahkan jenis makanan yang mereka konsumsi juga sudah berbeda. Hal ini dapat dilihat dengan munculnya semakin marak dengan berbagai restoran cepat saji, kafe terbaru dan modern masa kini yang banyak didatangi orang serta pembangunan mall dan department store dimana masyarakat dengan mudah menjangkau segala sesuatu kebutuhan yang mereka inginkan tanpa harus bersusah payah menjangkaunya. Seorang sosiolog gaya hidup mengatakan konsumtif mendorong seseorang untuk menginginkan sesuatu secara instan dan cepat tanpa disadari konsumerisme sudah menjadi budaya dan suatu penyakit sosial yang berpotensi menciptakan masyarakat yang individualis dan materialistis bahkan mengarah ke hedonisme (Afrizal, 2012).

Jatman (dalam Lina dan Rosyid, 1997) menyatakan bahwa remaja merupakan salah satu golongan dari masyarakat yang tidak lepas dari pengaruh konsumtivisme dimana remaja tidak dapat melepaskan bahkan mengontrol hasrat mereka untuk berbelanja dan berperilaku konsumtif hal inilah yang menjadi suatu kesempatan bagi para produsen untuk mendapatkan keuntungan dari para remaja dengan cara memasarkan produk mereka ke pasaran dengan sasaran produk utama yang bertema remaja dan memberikan kepuasan kepada remaja dengan cara iklan spanduk yang mereka berikan sehingga para remaja pun tertarik dan melakukan perilaku konsumtif. Kelompok remaja merupakan pasar yang potensial bagi para produsen karena perilaku konsumtif terbentuk pada masa remaja dan disamping itu mereka gampang terbujuk rayuan iklan yang diberikan oleh para

produsen kepada mereka sehingga apapun yang ditawarkan oleh para produsen yang terkesan menarik maka akan menjadi sasaran pembelian para remaja.

Remaja merupakan subjek atau kelompok yang berorientasi konsumtif dimana mereka suka melakukan hal-hal baru bahkan mencoba melakukan sesuatu yang baru dikarenakan masa remaja masih sering melakukan hal hal yang dianggap baru dan mereka sangat ingin mencoba karena mereka merupakan sekelompok manusia yang beranjak dewasa dimana mereka masih mempunyai ego yang tinggi akan rasa ingin tahu yang besar (Loudon dan Bitta, 1984)

Masa remaja seharusnya menjadi masa dimana mereka menikmati masa indah mereka bermain dengan teman teman ketimbang mereka menghabiskan waktu mereka dengan berperilaku konsumtif. Perkembangan teknologi juga mempengaruhi para remaja dimana mereka berlomba lomba mengikuti perkembangan yang ada seperti mengikuti perkembangan terbaru gadget keluaran masa kini yang semakin canggih hal ini juga dipengaruhi oleh dorongan lingkungan sosial sekitar jika mereka tidak memilikinya maka akan dianggap tidak mengikuti perkembangan jaman yang ada. Masa remaja disebut masa kehausan sosial yakni adanya keinginan untuk bergaul dan diterima di lingkungan kelompok sebayanya (*peer group*), jadi kebanyakan remaja berpikir untuk dapat diterima di dalam kelompok mainya ia harus menyesuaikan diri dengan kelompok tersebut, termasuk dalam segi penampilan, dan gaya hidup, jika seorang remaja tidak diterima di dalam kelompok sebayanya maka ia akan merasa terasingkan, dan lebih memilih untuk menyendiri (E. . Hurlock, 1992).

Kalangan remaja yang berasal dari keluarga dengan kelas ekonomi yang berkecukupan akan dengan mudah memenuhi hasrat mereka dalam berbelanja karena mereka akan dengan bebas memasuki pusat pembelanjaan masa kini dan *department store* ternama yang ada. Remaja cenderung boros dalam membelanjakan uang mereka dikarenakan mereka berpikir segala sesuatunya tinggal meminta kepada orang tua mereka tanpa harus bekerja keras mendapatkan apa yang mereka inginkan disamping itu remaja juga masih tidak dapat berpikir secara realitis karena mereka masih mengutamakan ego mereka dalam mengambil

tindakan dan mereka cenderung masih labil dalam mengambil keputusan karena masih muda terpengaruh oleh lingkungan dan teman temannya. Apa yang dimiliki oleh teman teman harus mereka miliki juga sehingga dalam kejadian ini maka terjadilah perilaku konsumtif bahkan bagi mereka pusat pembelanjaan merupakan rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode tren yang ada masa kini (Tambunan, 2001).

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh sebagian remaja tidak lain hanya merupakan suatu tindakan agar mereka dapat diterima oleh lingkungan sosialnya disamping itu salah satu alasan masyarakat melakukan perilaku konsumtif karena adanya penawaran yang dilakukan oleh pihak produsen baik secara langsung maupun tidak langsung (Wagner, 2009). Dengan adanya penawaran barang atau produk semacam inilah yang mendorong masyarakat melakukan tindakan konsumtif tanpa memperhatikan kebutuhan yang ada dan kepentingan yang terdapat dalam barang tersebut melainkan untuk memenuhi hasrat semata dan kepuasan yang didapatkan.

Perilaku konsumtif tidak memandang usia, jenis kelamin bahkan status pekerjaan karena semua kalangan dapat berperilaku konsumtif hal ini terjadi tidak saja pada remaja wanita, remaja pria tidak luput untuk melakukan hal ini. Sebagian dari mereka mengikuti gaya hidup konsumtif ini karena tuntutan pergaulan. Hal ini umumnya dipengaruhi oleh anak-anak dari keluarga yang mampu dengan tingkat ekonomi kelas atas sehingga teman-teman yang lain yang masu lugu dan sederhana ikut dalam arus perilaku konsumtif (Panuju, 2005)

Salah satu contoh kasus berikut ini adalah Syahrini salah satu artis papan mengaku terus menerus *shopping*, seperti pakaian, tas, sepatu, dan aksesoris lainnya sebagai sesuatu yang dirasa sangat dibutuhkan saat dia tampil di depan publik. Tentu saja hal ini merupakan salah satu perilaku pemborosan dan cenderung ke arah perilaku konsumtif. (www.Kompasiana.com).

Contoh kasus kedua ini terjadi di masyarakat kita sendiri, masih segar dalam ingatan peristiwa ini terjadi sekitar beberapa tahun yang lalu, di kota Jakarta. Masyarakat pada saat itu berdesak-desakan, dorong-dorongan yang

mengakibatkan beberapa orang jatuh pingsan dan bahkan ada seorang mengalami patah tulang. Hanya untuk membeli *handphone blackberry* seri terbaru dengan diiming-imingi harga murah. Sedih rasanya ketika melihat masyarakat kita seperti ini. Membeli suatu barang bukan karena butuh, melainkan ingin. Lebih sedih lagi, ketika mereka memaksakan diri membeli barang yang mereka sendiri tidak membutuhkannya. Tidak bisa dipungkiri BB (*Blackberry*) menjamur dikalangan yang sebenarnya tidak terlalu membutuhkan, hanya karena teman-temannya menggunakan BB maka ia juga memaksakan diri untuk menggunakan HP tersebut. Dengan alasan agar lebih mudah dalam berkomunikasi. Padahal kita sama-sama mengetahui bahwa tanpa BB sekalipun komunikasi tetap bisa berjalan dengan baik. (www.Kompasiana.com).

Salah satu fakta lainnya dapat kita lihat salah satu mal di Surabaya, banyak sekali remaja yang berpakaian gaul dan modis dan terkadang cenderung berpakaian minim atau sexy agar menjadi pusat perhatian banyak orang. Seringkali demi mendapatkan pakaian, sepatu dan *handphone* model terbaru, kaum remaja sudah tidak lagi menghiraukan kondisi perekonomian orang tua mereka. Asalkan bisa terlihat keren atau gaul dan menjadi pusat perhatian, barang-barang tersebut di atas kocek merekapun tetap akan dibeli walaupun harganya mahal. Makan di *McDonald*, *Kentucky Fried Chicken* dan minum di *Starbucks* menjadi kebanggaan tersendiri bagi remaja-remaja pengunjung mall. (www.siperubahan.com).

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku yang membeli atau menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional bahkan memiliki kecenderungan untuk menggunakannya diluar batas bukan berdasarkan pada kebutuhan dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan dan ditandai adanya kemewahan dan berlebihan dimana hal ini dapat memberikan suatu kenyamanan fisik dan kepuasan (Triyaningsih, 2011).

Setiadi (2003), menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.

Engel, (dalam Mangkunegara, 2002), mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kontrol diri, hal ini dijelaskan pada penelitian yang dilakukan oleh Shohibullana (2014) menunjukkan bahwa siswa-siswi SMA yang memilih lokasi sekolah saling berdekatan dengan Mall menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi. Dibandingkan siswa-siswi yang lokasi sekolahnya jauh dari Mall. Sedangkan dalam kontrol diri sama-sama menunjukkan kontrol diri yang tinggi.

Menurut Hurlock, 2002 kontrol diri berkaitan erat dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan yang terdapat dalam dirinya. Terbentuknya kontrol diri tidak terlepas dari kesadaran diri yang tinggi atas kemampuan yang dimiliki individu. Kemampuan kontrol diri individu itu ditentukan oleh berapa besar dan sejauh mana individu tersebut berusaha mempertinggi kontrol dirinya. Tingkah laku kontrol diri, menunjukkan pada kemampuan individu untuk mengarahkan tingkah lakunya sendiri yaitu suatu tindakan yang berkenaan dengan kemampuan melakukan suatu keinginan dengan tujuan yang terarah. Menurut Harter (Muharsih, 2008) menyatakan bahwa dalam diri seseorang terdapat suatu sistem pengaturan diri yang memusatkan perhatian pada pengontrolan diri

Gufon (dalam, Muharsih,2008) mengemukakan ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhi kontrol diri yaitu faktor internal dan eksternal. Dimana faktor internal tersebut salah satunya adalah usia. Pertambahan usia seseorang sangat mempengaruhi sedikit banyaknya kontrol diri seseorang. Faktor eksternal yang ikut berperan terhadap kontrol diri diantaranya adalah lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan seseorang didalam mengontrol dirinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Chita, dkk (2015) terhadap 174 mahasiswa fakultas kedokteran angkatan 2011 Universitas Sam Ratulangi di Manado dimana terdapat adanya hubungan antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri dimana hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan semakin tinggi perilaku konsumtif maka semakin rendah kontrol diri sebaliknya semakin rendah perilaku konsumtif maka semakin tinggi kontrol diri. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kontrol diri mempengaruhi seseorang dalam berperilaku dimana kondisi remaja yang tidak stabil menjadi lebih konsumtif. Perilaku konsumtif pada remaja ini dipengaruhi oleh tingkat kontrol diri remaja itu sendiri.

Selain kontrol diri, terdapat juga beberapa faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Fardhani dan Izzati (2013) terhadap 50 orang siswa SMA Trimurti di Surabaya menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa dimana pengaruh *peer group* sangat kuat dikalangan remaja mempengaruhi besarnya dorongan seseorang tersebut untuk berperilaku. Hal ini terjadi karena konformitas dikalangan *peer group* (teman sebaya) begitu kuat sehingga apabila salah satu diantara kelompok tersebut mengikuti trend atau keinginan dari kelompok tersebut maka akan diasingkan dari kelompoknya. Perilaku ini yang mendorong remaja berperilaku konsumtif.

Konsep diri juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, hal ini terbukti melalui penelitian yang oleh Prawesti dan Widyastuti (2008) terhadap siswa-siswi SMU Krakatau Steel di Surakarta yang berusia 15-18 tahun. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif. Dimana semakin positif konsep diri yang dimiliki maka semakin rendah perilaku konsumtif dan sebaliknya, konsep diri dapat dikatakan mempengaruhi perilaku konsumtif menentukan responsivitas terhadap produk dan kekuatan pengaruh dari suatu kelompok. Jadi perbedaan konsep diri akan menghasilkan perilaku konsumtif yang berbeda pada diri remaja dan pola pikir terhadap suatu produk yang juga berbeda. Berdasarkan fenomena-

fenomena diatas dan studi literature sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ” Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Kontrol Diri Pada Remaja di SMA WR.Supratman I Medan.

METODE PENELITIAN

Partisipan

Populasi dalam penelitian ini adalah Siswa-Siswi SMA WR. Supratman Medan yang berjumlah 100 orang. Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Desain

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pembagian skala, yaitu untuk skala Perilaku *Bullying* dan skala Konformitas. Jenis skala yang digunakan adalah skala *Likert*.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) skala, yaitu: (1) Skala perilaku Konsumtif disusun berdasarkan Indikator-Indikator yang diungkapkan oleh Sumartono (2003) yaitu; (a) Membeli produk karena iming-iming hadiah, (b) Membeli produk karena kemasan menarik, (c) Membeli produk karena penampilan dan gengsi, (d) Membeli produk atas pertimbangan harga, (e) Membeli produk hanya demi menjaga symbol status, (f) Memakai produk hanya sekedar unsure konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, (g) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan kepercayaan diri yang tinggi, (h) Mencoba lebih dari dua jenis produk. (2) Skala kontrol diri disusun berdasarkan 5 (lima) aspek yang dijelaskan oleh Averil (Muharsih 2006) yaitu (a) *behavior kontrol*, (b) *cognitive kontrol*, (c), *decisional kontrol*, (d), *information kontrol* dan (e), *Retrospective kontrol*.

Teknik Analisis

Metode analisis data menggunakan korelasi *Product Moment (Pearson Correlation)* dengan bantuan SPSS 21 *for windows* untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel Perilaku Konsumtif dengan variabel Kontrol Diri.

ANALISIS DAN HASIL

Sebelum dilakukan analisis *Product Moment (Pearson Correlation)*, data yang terkumpul terlebih dahulu ditentukan normalitas sebaran dan linieritas hubungannya. Dari uji normalitas dan uji linieritas diketahui bahwa hasilnya memenuhi asumsi tersebut. Hasil uji normalitas sebaran dan uji linieritas hubungan dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2 yaitu sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Variabel	SD	KS-Z	Sig.	P	Keterangan
Perilaku konsumtif	12,384	0,785	0,285	P >0,05	Sebaran normal
Kontrol diri	12,604	1,008	0,131	P >0,05	Sebaran normal

Tabel 2. Hasil Uji Linieritas Hubungan

Variabel	F	Sig.	P	Keterangan
Perilaku konsumtif Kontrol diri	58,147	0,000	P <0,05	Linier

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan linear. Hal ini terlihat dari nilai P yang diperoleh yaitu 0,000 ($p < 0,05$), maka dapat disimpulkan adalah kedua variabel memiliki hubungan linear dan telah memenuhi syarat untuk dilakukan analisa korelasi *Pearson Product Moment*.

Setelah uji asumsi di terima selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini adalah hubungan negatif antara kontrol diri.dengan perilaku konsumtif.Berdasarkan tujuan penelitian maka dilakukan uji *Pearson Correlation*. Hasil uji statistik dapat dilihat pada tabel 3. dibawah ini:

Tabel 3. Korelasi Antara kontrol diri dan perilaku konsumtif

Variabel	<i>Pearson Correlation</i>	Sig.
Korelasi	-0,554	0,000

Berdasarkan hasil analisis korelasi antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri diperoleh koefisien korelasi *Product Moment* sebesar $r = -0,554$ dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,05$).Hal ini menunjukkan bahwa adanya korelasi negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif sebaliknya jika semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

Tabel 4. Model Summary Sumbangan Efektif

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,554	0,307	0,299	10.365

Berdasarkan tabel 4, dapat disimpulkan sumbangan efektif yang dapat dilihat dari tabel *R square* sebesar 0,307. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa 30,7 persen kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumtif dan selebihnya 69.3 dipengaruhi oleh faktor lain seperti motivasi, kepribadian dan harga diri.

DISKUSI

Hasil penelitian yang dilakukan pada 100 siswa-siswi di SMU W.R. Supratman I yang menjadi subjek penelitian, maka diperoleh hasil bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dengan koefisien korelasi *Product Moment* sebesar -0,554 dan nilai p sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Berdasarkan nilai tersebut, artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif atau sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggreini dan Mariyanti, (2014). Menunjukkan bahwa kontrol diri berkorelasi secara negatif dan signifikan ($r = -0,304 : p = 0,002$). Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menyebabkan perilaku konsumtif rendah.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Trisna Anggun Damayanti (2014) menyatakan bahwa ada hubungan negatif antara hasil perhitungan statistik yang telah dilakukan untuk membuktikan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif membeli pakaian diskon pada mahasiswa Fakultas Hukum Unsri Palembang. Analisis dilakukan dengan menggunakan uji regresi sederhana yang hasilnya adanya penerimaan terhadap hipotesis yang diajukan. Hasil tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi $R = 0,457$ dengan nilai signifikansi ($p = 0,000$ atau dengan kata lain $p < 0,01$). Ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif membeli pakaian diskon pada mahasiswa Fakultas Hukum Unsri Palembang. Besarnya nilai sumbangan kontrol diri (variabel bebas) terhadap perilaku konsumtif membeli pakaian diskon (variabel terikat) adalah 20,9% yang berarti bahwa masih terdapat 79,1% dari faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif membeli pakaian diskon tetapi variabel itu tidak diteliti oleh peneliti

Dalam penelitian ini diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,307. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 30,7 persen dan selebihnya 69,3 persen dipengaruhi

oleh faktor lain. Faktor lain yang tidak diteliti yaitu motivasi, harga diri dan kepribadian.

Penelitian yang dilakukan pada siswa-siswi W.R Supratman I medan ini dimana menunjukkan bahwa mereka tampak paham akan mengisi skala yang diberikan beserta pertanyaan yang akan mereka isi sesuai dengan petunjuk yang ada, mereka tidak tampak kebingungan mengisi skala yang diberikan dan mereka sangat bersemangat dalam mengerjakannya. Mereka tampak aktif dalam bersosialisasi dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam melakukan penelitian ini. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif sebaliknya jika semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan dapat membatasi perilaku konsumtifnya dan tidak akan mudah terpengaruh oleh kegiatan konsumtif yang tidak berguna sehingga akan mempengaruhi dorongan dari dalam diri yang tidak dapat dielakan. Apalagi subjek peneliti termasuk didalam golongan remaja yang kurang sekali akan pengontrolan diri yang baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil-hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil-hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada hubungan negatif antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri pada remaja dengan korelasi *Product Moment* (r) sebesar -0,554 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,05$), artinya semakin tinggi kontrol diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtif dan sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif.

-
2. Mean dari perilaku konsumtif pada subjek penelitian siswa-siswi SMU W.R. Supratman I Medan, secara keseluruhan menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada subjek penelitian lebih tinggi daripada populasi pada umumnya. Hal ini dapat dilihat dari nilai mean empirik sebesar 87,56 lebih tinggi dari mean hipotetik yaitu 85. Berdasarkan kategori, maka dapat dilihat bahwa keseluruhan subjek yaitu 84 subjek memiliki perilaku konsumtif sedang, 8 (delapan) subjek memiliki perilaku konsumtif tinggi, dan 8 (delapan) subjek yang memiliki perilaku konsumtif yang rendah.
 3. Mean dari kontrol diri pada subjek penelitian siswa-siswi SMU W.R. Supratman I Medan secara keseluruhan menunjukkan bahwa kontrol diri subjek penelitian lebih tinggi daripada populasi pada umumnya. Hal ini dapat dilihat dari nilai mean empirik sebesar 77,61 lebih besar dari mean hipotetik yaitu 77,5. Berdasarkan kategori, maka dapat dilihat bahwa 8 (delapan) subjek yang memiliki kontrol diri yang rendah, 77 subjek yang memiliki kontrol diri yang sedang dan 15 subjek memiliki kontrol diri yang tinggi.
 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sumbangan yang diberikan variabel perilaku konsumtif terhadap kontrol diri adalah sebesar 30,7 persen, selebihnya 69,3 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti harga diri, motivasi dan kepribadian.

SARAN

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti mengemukakan beberapa saran yang diharapkan akan berguna untuk kelanjutan studi korelasional ini.

Saran Bagi Remaja

Remaja diharapkan agar dapat mengontrol diri terhadap tindakan konsumtif sehingga tidak terjadi perilaku konsumtif dimana menyesuaikan kondisi dan kebutuhan berbelanja sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan.

Saran Bagi Orang tua

Agar berusaha untuk lebih tegas dalam mendidik dan mengajarkan anak-anak agar bersikap dalam membeli kebutuhan agar tidak terjadi perilaku konsumtif sejak dini dan belajar hidup hemat.

Saran Kepada Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seperti harga diri, konformitas, motivasi, kepribadian, religiusitas dan identitas diri serta lebih mengembangkan metode serta alat ukurnya yang akan digunakan dalam penelitian sehingga akan mendapatkan hasil yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Chita, M.C.R. David, L., & Pali., C. (2015). Hubungan antara Self control perilaku konsumtif online shopping Produk fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratu Langi di Manado. *Jurnal E-Biomedik (Ebm)*, 3(1). Retrieved from <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/ebiomedik/article/viewFile/7124/6635>
- Fardhani, R.P., dan Izzati, A. . (2013). *Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif. Character. 1(2)*. Retrieved from <http://id.scribd.com/doc/126554252/HUBUNGAN-ANTARA-KONFORMITAS-DAN-PERILAKU-KONSUMTIF-PADA-REMAJA-STUDI-PADA-SISWA-KELAS-XI-SMA-TRIMURTI-SURABAYA#scribd>
- Hurlock, E. (2002). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. . (1992). *Psikologi Remaja Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Loudon, D.L., dan Bitta, D. N. (1984). *Consumer Behavior: Concepts and Application. 2nd Edition*. New York: Mc.Graw-Hill.
- Mangkunegara, A. . (2002). *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Bandung: Revika.
- Sumartono, A.-G. (2003). *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Triyaningsih, S. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*.

Wagner. (n.d.). *Gaya Hidup Shopping Mall Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Perkotaan*.