

PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA APLIKASI BELANJA *ONLINE* MAHASISWA *FASHION DESIGN*

Ni Putu Vira Krisnayanti¹, Luh Putu Ratih Andhini², Ni Made Sintya Noviana Utami³

Program Studi Psikologi, Fakultas Bisnis Sosial Teknologi dan Humaniora,
Universitas Bali Internasional

Jl. Seroja Gg. Jeruk No. 9 Denpasar Timur, Bali

Email : ratihandhini@iikmpbali.ac.id

Abstrak - Pada masa ini, teknologi berkembang sangat cepat dan menghadirkan banyak perubahan pada cara hidup masyarakat terutama dalam hal jual beli. Hal ini tentu memberikan pengaruh pada mahasiswa dalam berperilaku konsumtif. Tak jarang mahasiswa memiliki kebiasaan membeli sesuatu berdasarkan keinginan semata, sehingga diharapkan mahasiswa mempunyai kontrol diri baik perilaku maupun kognitif agar mampu memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan. Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui apakah kontrol diri memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi belanja *online* pada mahasiswa *fashion design*. Penelitian ini dilakukan dengan analisa statistik regresi linier sederhana. Adapun subjek pada penelitian yaitu 96 mahasiswa *fashion design*. Alat ukur penelitian ini yaitu skala kontrol diri yang sebelumnya digunakan oleh Dzihan (2020) dan memodifikasi skala perilaku konsumtif yang dikembangkan oleh Dzihan (2020). Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi belanja *online* pada mahasiswa *Fashion design*, dengan diperoleh nilai signifikan 0,000 dan nilai *r* yaitu 0,543. Kontrol diri memberi kontribusi sebesar 28,5%. Sebanyak 48 mahasiswa memiliki perilaku konsumtif tinggi dan sebanyak 79 mahasiswa memiliki kontrol diri sedang. Berdasarkan data yang diperoleh dapat disimpulkan kontrol diri memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang, namun masih terdapat beberapa aspek yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas dan mengembangkan aktor lainnya untuk dikaji.

Kata kunci : Kontrol Diri, Mahasiswa, Perilaku Konsumtif, Perancang Busana.

Abstract - Nowadays, technology is developing very quickly and bringing many changes to how people live, especially in buying and selling. This certainly influences students in consumptive behavior. It is not uncommon for students to have a habit of buying something based on desire alone, so it is hoped that students have both behavioral and cognitive self-control to prioritize needs over desires. The study aimed to determine whether self-control influences the consumptive behavior of online shopping application users in fashion design students. This research was conducted with simple linear regression statistical analysis. The subjects in the study were 96 fashion design students. The measuring instrument for this study is the self-control scale previously used by Dzihan (2020) and the consumptive behavior scale developed by Dzihan (2020). The results showed that self-control influences the consumptive behavior of online shopping application users in Fashion design students, with a significant value of 0.000 and an *R*-value of 0.543. Self-control contributed 28.5%. A total of 48 students have high consumptive behavior, and 79 students have moderate self-control. Based on the data obtained, it can be concluded that self-control influences a person's consumptive behavior. However, there are still several aspects that influence student consumptive behavior. It is hoped that further research can expand and develop other actors to be studied.

Keywords : Consumptive Behavior, College Students, Fashion design, Self-Control

1. PENDAHULUAN

Di masa sekarang, teknologi berkembang cukup cepat serta membawa banyak perubahan pada cara hidup masyarakat. Hal ini dapat dilihat dengan kemajuan internet yang memudahkan dalam melakukan aktivitas jual beli tanpa harus mengunjungi point of sale atau biasa disebut dengan belanja *online*. *Online shop* adalah suatu tempat untuk berbelanja yang menawarkan begitu banyak pilihan barang dengan cara *online* dengan mengandalkan gadget yang terhubung dengan internet (Dzihan, 2022). Jual beli melalui internet ini membuat pemasaran menjadi lebih praktis dan efisien, sehingga timbullah perlombaan untuk membuat aplikasi guna menunjang keberhasilan transaksi.

Maraknya pemasaran *online* berdampak pada pemakaian internet di Indonesia. Tercatat 203 juta di tahun 2021, sedangkan *We Are Social* mencatat pengguna internet tahun 2022 mendapatkan data 205 juta orang, tulis DataIndonesia.id 2022 Karnadi. Berdasarkan data tersebut, penggunaan internet di Indonesia semakin bertambah sejalan dengan bergantinya tahun, sehingga hal ini juga akan mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa karena akses ke berbagai aplikasi belanja *online* yang tersedia melalui internet. Data dari Badan Pusat Statistik, perilaku konsumtif masyarakat mengalami peningkatan sebanyak 5,17% di tahun 2021. Peningkatan konsumtif ini adalah yang tertinggi, terutama dalam belanja konsumsi minuman ataupun makanan yang mencapai Rp 872,66 triliun (39,46%), kemudian transportasi serta komunikasi sebesar Rp 505 triliun (22,84%).

Dari wawancara peneliti dengan subjek, menurut subjek aplikasi ini sangat memudahkan dan juga membantu dalam kehidupan sehari-hari terutama pada kegiatan jual-beli. Terdapat beberapa faktor yang membuat mereka tertarik terhadap aplikasi belanja *online* ini mulai dari adanya potongan-potongan harga, tawaran diskon, dan kemudahan yang diberikan oleh aplikasi tersebut sehingga aplikasi belanja *online* ini mempengaruhi gaya hidup masyarakat dalam hal berbelanja dan menjadi lebih konsumtif. Gumulya dan Widiastuti (2013) mengartikan perilaku konsumtif sebagai tindakan dalam membeli sesuatu dengan menggunakan pertimbangan emosional yang lebih dikuasai oleh keinginan selain kebutuhan dan sebagai hal untuk memenuhi hasrat sementara. Berdasarkan studi pendahuluan kepada mahasiswa *Fashion design* sebanyak 71% subjek melakukan pembelian karena adanya diskon dan 96,8% subjek sudah melakukan pertimbangan sebelum membeli barang namun tetap merasa menyesal.

Peneliti menggunakan mahasiswa *fashion desain* sebagai sampel penelitian. Hal ini menarik bagi peneliti karena mahasiswa *fashion desain* akan selalu menggunakan internet dan mengikuti perkembangan *fashion* di Indonesia, serta sangat memperhatikan gaya sehari-hari mereka. Data tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif terjadi di antara siswa dan juga dipengaruhi oleh kontrol diri. Selain itu, mahasiswa berada dalam fase remaja akhir dan dewasa awal, di mana mereka cenderung menyukai hal-hal baru yang cukup menantang untuk diri mereka sendiri dan memiliki rasa gengsi. Hal ini disebabkan oleh upaya remaja untuk mencapai kemandirian dan menemukan identitas yang dimilikinya sendiri, yang pada gilirannya menyebabkan perilaku konsumtif menjadi tidak menentu Yahya (2021).

2. METODE

Pada penelitian metode yang digunakan yaitu kuantitatif dan menggunakan teknik uji regresi linier sederhana serta korelasi *product moment* untuk melihat pengaruh diantara kedua variabel. Sampel penelitian merupakan sebagian dari jumlah populasi mahasiswa prodi *Fashion design* Institut X Denpasar sebanyak 96 mahasiswa yang ditentukan dengan menggunakan teknik *probability* yaitu tipe *simple random sampling* yang artinya sampel akan di pilih secara random dengan tidak memastikan strata yang terdapat di dalam populasi tersebut. Peneliti memodifikasi skala perilaku konsumtif dari penelitian Dzihan (2022) yang terdiri atas 29 aitem dengan hasil uji reliabilitas yaitu 0,954 dan menggunakan skala kontrol diri penelitian Dzihan (2022) total 14 aitem dengan hasil perhitungan reliabilitas untuk skala kontrol diri 0.880. Data akan diperoleh menggunakan metode skala likert yang terdiri atas *unfavorable* dan *favorable*, yang memiliki empat pilhan jawaban, kemudian akan diberikan kepada subjek penelitian secara online berupa angket melalui *google form*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

Gambaran Subjek Penelitian

Tabel 1. Rentang Usia

Usia	Jumlah
18 tahun	8 orang
19 tahun	20 orang
20 tahun	18 orang
21 tahun	27 orang
22 tahun	22 orang
23 tahun	1 orang
Total	96 orang

Berdasarkan tabel 1 rentang usia subjek yaitu 18-23 tahun. Subjek lebih banyak berada pada usia 21 tahun dengan jumlah subjek sebesar 27 orang mahasiswa.

Tabel 2. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki - laki	18 orang
Perempuan	78 orang
Total	96 orang

Tabel 2 berisikan jenis kelamin subjek penelitian yang didominasi oleh perempuan sejumlah 79 subjek dan laki-laki sebesar 18 orang.

Tabel 3. Rentang Semester Subjek Penelitian

Semester	Jumlah
2	31 orang
3	1 orang
4	7 orang
5	3 orang
6	23 orang
8	30 orang
Total	96 orang

Tabel 3 menunjukkan tingkatan semester dari mahasiswa yang menjadi sampel pada penelitian ini, di dominasi oleh semester dua sebanyak 31 orang.

Tabel 4. Gambaran Variabel Perilaku Konsumtif

Kategori	Interval Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 51,00$	13	13,5%
Tinggi	$42,00 \leq X < 51,00$	48	50,0%
Sedang	$33,00 \leq X < 42,00$	27	28,1%
Rendah	$24,00 \leq X < 33,00$	6	6,2%
Sangat rendah	$X < 24,00$	2	2,1%
	Jumlah	96	100%

Berdasarkan tabel 4 tingkat perilaku konsumtif subjek paling dominan berada kategori tinggi sejumlah 48 orang (50,0%), kemudian tingkat perilaku sangat tinggi 13 orang (13,5%), sedang dengan jumlah 27 orang (28,1%), kategori rendah 6 orang (6,2%), dan sangat rendah sejumlah 2 orang (2,1%).

Tabel 5. Gambaran Variabel Perilaku Konsumtif

Kategori	Interval Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 47,60$	0	0%
Tinggi	$39,20 \leq X < 47,60$	2	2,1%
Sedang	$30,80 \leq X < 39,20$	79	82,3%
Rendah	$22,40 \leq X < 30,80$	14	14,6%
Sangat rendah	$X < 22,40$	1	1,0%
	Jumlah	96	100%

Berdasarkan tabel 5 tingkat kontrol diri lebih dominan berada pada kategori sedang yaitu 79 orang (82,3%), kemudian tingkat kontrol diri sangat rendah 1 orang (1,0%), kategori rendah 14 orang (14,6%), kategori tinggi 2 orang (2,1%), dan 0% subjek dalam kategori sangat tinggi.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Aitems
0,863	15

Berdasarkan tabel 6 dari Reliabilitas skala penelitian perilaku konsumtif yaitu sebesar $0,863 > 0,6$ sehingga data yang diperoleh yaitu skala penelitian yang diuji bersifat reliabel.

Uji Asumsi

1) Uji Normalitas

Tabel 7. Uji Normalitas

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
N	96
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,770

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai α sebesar 0,770 ($\alpha > 0,05$) yang artinya data telah terdistribusi dengan normal.

2) Uji Linieritas

Tabel 8. Uji Linieritas

Anova Table	
<i>Deviation from Linearity</i>	Sig
	0,067

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa nilai signifikansi yaitu 0,067 ($\text{sig} > 0,05$) artinya data bersifat linier.

3) Uji Hipotesis

Tabel 9. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis				
Kontrol Diri-Perilaku Konsumtif	Sig	R	R Square	B
	0,000	0,534	0,285	1.809

Berdasarkan tabel 9 dapat disimpulkan bahwa hasil nilai sig sebesar 0,000 ($\alpha < 0,05$) yang diartikan bahwa terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi belanja *online* mahasiswa *fashion design* Institut X Denpasar. Pada analisis regresi linier sederhana selain mendapatkan nilai signifikan, peneliti juga mendapatkan nilai kontribusi kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0,285 yang terlihat pada nilai R Square, artinya dukungan keluarga memiliki kontribusi sebesar 28,5% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa *fashion design* Institut X

Denpasar. Selain itu, peneliti juga melihat kuat lemahnya pengaruh pada nilai R yaitu 0,534 yang artinya memiliki hubungan cukup kuat. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh pula nilai B yang menunjukkan arah dari variabel, data pada penelitian memiliki arah positif yang artinya ketika kontrol diri tinggi maka perilaku konsumtif juga tinggi.

b. Pembahasan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan menggunakan analisis regresi linier diperoleh signifikansi data sebesar ($0,000 < 0,05$) dapat diartikan hipotesis penelitian diterima, sehingga terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi belanja *online* mahasiswa *fashion design* Institut X Denpasar. Hal ini searah terhadap penelitian yang dilaksanakan oleh Asisi (2020) yang memiliki hasil penelitian bersifat positif dan signifikan yaitu sebesar 1.826 yang artinya saat mahasiswa mempunyai kendali diri yang bagus, maka mahasiswa tersebut akan memiliki kepandaian dalam mengontrol perilaku konsumtifnya.

Pada gambaran variabel menunjukkan bahwa kontrol diri mahasiswa berada pada tingkat sedang sebanyak 79 (82,3%) mahasiswa, artinya mahasiswa yang berada pada tingkat sedang memiliki kecenderungan dalam memilih atau menentukan hal yang dianggap sebagai kebutuhan dan yang mana menjadi keinginan semata.

Mereka akan cenderung mempertimbangkan terlebih dahulu keuntungan dan konsekuensi yang akan diperoleh sebelum mereka membeli barang yang diinginkan. Saat barang tersebut dianggap tidak terlalu diperlukan maka mereka akan menundanya terlebih dahulu. Namun, hal ini juga tidak menutup peluang pada diri mahasiswa untuk terbuai dengan tawaran yang disediakan belanja online tersebut terutama ketika toko tersebut memberikan promo ataupun diskon pada barang dagangannya.

Handayani (2018) menjelaskan bahwa tata busana atau *fashion design* adalah salah satu pendidikan yang akan mengajarkan mahasiswa dengan keterampilan, pengetahuan, serta sikap dengan tujuan mahasiswa memiliki kompetensi dalam membuat pola, menggambar busana, merancang busana pria dan wanita, menciptakan aksesoris pada busana serta mengawasi setiap kualitas busana yang diciptakan.

Selain itu, dari hasil analisa peneliti terhadap subjek dalam penelitian ini yang merupakan mahasiswa *fashion design*, mahasiswa *fashion design* tentunya memiliki banyak kebutuhan untuk keperluan kampus ataupun tugas-tugas yang harus mereka penuhi sehingga, walaupun mahasiswa *fashion design* memiliki kontrol diri yang baik dalam memutuskan suatu hal tidak akan menutup kemungkinan mereka memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Sejalan dengan pendapat menurut Skinner (dalam Arisandy, 2017) yang mengemukakan bahwa kontrol diri pada individu dapat terealisasi dengan menganalisa tingkah laku yang ditunjukkan dari adanya hubungan sebab-akibat, dimana hubungan ini bersifat teratur dan terkadang berubah-ubah, oleh karena itu tujuan individu adalah mengendalikan dengan cara mengontrol dirinya.

Pada penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan usia terbanyak yaitu 21 tahun, menurut Arnett (2014) perempuan dengan usia tersebut termasuk pada fase masa dewasa awal. Masa dewasa awal adalah masa dimana individu siap berperan dan bertanggung jawab serta menerima kedudukan dalam masyarakat, masa untuk bekerja, terlibat dalam hubungan social masyarakat dan menjalin hubungan dengan lawan jenis (Putri, 2019). Penelitian yang dilakukan Sari (2019) menyatakan bahwa dewasa awal di Samarinda memiliki perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri. Berdasarkan hasil perhitungan kategorisasi terdapat sebanyak 48 mahasiswa (50,0%) berada pada kategorisasi tinggi.

Menurut Reynold, Scott, dan Warshaw (dalam Anggreini & Mariyanti, 2014) berpendapat bahwa mahasiswa akan mengeluarkan uangnya dalam jumlah lebih banyak untuk keperluan menunjang penampilan diri agar terlihat menarik bagi orang-orang yang ada disekitarnya.

Mahasiswa dengan perilaku konsumtif tinggi akan cenderung membeli atau memakai produk menurut pendapat temannya atau pendapatnya sendiri. Menurut pengamatan mahasiswa terhadap "*trend*" yang sedang berkembang saat ini, mereka ingin tampil menjaga penampilan, seperti membeli tas desainer, *make up*, aksesoris. Berbanding terbalik, bagi mahasiswa yang perilaku konsumsinya rendah, mereka biasanya akan membeli barang sesuai dengan kebutuhan sendiri, tidak untuk menjaga status sosial.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh kontrol diri sebesar 28,5% terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi belanja *online* mahasiswa *fashion design*. Saran penelitian selanjutnya agar lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif seperti gaya hidup, keadaan ekonomi, kepribadian, konsep diri, dan motivasi.

REFERENSI

- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 126664. <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1461>
- Arisandy, D. (2017). Kontrol diri ditinjau dari impulsive buying pada belanja online. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 11(2), 63-74. <https://doi.org/10.33557/jpsyche.v11i2>
- Arnett, J. J. (2014). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties*. New York: Oxford University Press.
- Asisi, I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107-118. <https://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki/article/view/671>
- Data Indonesia. (2022) Pengguna internet di indonesia capai 205 juta. [Dataindonesia.id.https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022](https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022)
- Dzihan, F. A. (2022). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online* produk kecantikan pada mahasiswi (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). <http://etheses.uin-malang.ac.id/39656/41/18410005.pdf>
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa/i Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01), 126900. <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1471>
- Handayani, S. (2018). Penerapan media video pembelajaran pada kompetensi dasar membuat pola dasar rok secara konstruksi di kelas X tata busana 3 SMK Negeri 6 Surabaya. *Jurnal Tata Busana*, 7(2). <https://doi.org/10.26740/jotb.v11n01.p26-32>
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3 (2), 35-40. <https://doi.org/10.23916/08430011>.
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh gaya hidup brand minded dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal. *Psikoborneo*, 7 (1), 37-46.
- Yahya, A. (2021). Determinan perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal PengembanganWiraswasta*, 23(1),37-50.