



## Hubungan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir Pengguna Shopee

Velda Yolanda<sup>1</sup>, Al Thuba Septa Priynggasari<sup>3</sup>, Taufiqurrahman<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Merdeka Malang. Jl. Jalan Terusan Raya Dieng No. 62-64,  
Kota Malang

e-mail: veldayolandaofficial@gmail.com<sup>1</sup>, althuba.septa@unmer.ac.id<sup>2</sup>,  
taufiqurrahman@unmer.ac.id<sup>3</sup>

---

### ABSTRAK

#### **Kata Kunci:**

Kontrol Diri  
Perilaku Konsumtif  
Shopee

Perkembangan teknologi dan informasi yang melaju sangat pesat beriringan dengan perubahan perekonomian dan perilaku berbelanja pada masyarakat. Kemudahan yang diberikan dari berbelanja online dapat memicu perilaku konsumtif dan ini bisa terjadi pada remaja yang belum dapat mengontrol dirinya. Peran kontrol diri memegang tanggung jawab yang penting saat proses pembelian barang, karena pengendalian diri dapat memandu dan mengklasifikasikan sesuatu saat seseorang melakukan hal-hal yang baik, dan juga saat memakai uang. Populasi penelitian sebanyak 82 anggota komunitas gereja. Sampel sebanyak 82 orang dengan teknik saturation sampling. Uji hipotesa dilakukan dengan menggunakan product moment Carl Pearson, menghasilkan koefisien korelasi sebesar -0.805 dengan p value 0,000 ( $p < 0,05$ ). Ini menunjukkan terdapat hubungan negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, makin tinggi kontrol diri maka makin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya jika makin rendah kontrol diri makin tinggi perilaku konsumtif. Dengan data tersebut maka dapat disimpulkan variabel kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja akhir pengguna Shopee.

### ABSTRACT

#### **Keyword:**

Self-Control  
Consumptive Behaviour  
Shopee

*The development of technology and information is moving very rapidly along with changes in the economy and shopping behavior in the community. The convenience provided from online shopping can trigger consumptive behavior and this can happen to teenagers who have not been able to control themselves. the role of self-control holds an important responsibility during the process of buying goods, because self-control can guide and classify things when someone does good things, and also when spending money. The study population was 82 members of the church community. The sample is 82 people with saturation sampling technique. Hypothesis testing was carried out using Carl Pearson's product moment, resulting in a correlation coefficient of -0.805 with a p value of 0.000 ( $p < 0.05$ ). This shows that there is a negative relationship between self-control on consumptive behavior, the higher the self-control, the lower the consumptive behavior, on the contrary, the lower the self-control, the higher the consumptive behavior. With these data, it can be concluded that the self-control variable affects consumptive behavior in the late teens of Shopee users.*



## PENDAHULUAN

Saat ini, teknologi memiliki perkembangan yang sangat cepat dan pesat. Perkembangan tersebut tidak lepas dari teknologi di bidang informasi dan komunikasi yang bernama internet. Artikel Tirto.id mengungkapkan internet ialah jaringan terluas pada bidang sistem teknologi informasi yang memungkinkan perangkat di seluruh dunia untuk saling terhubung. Satu perangkat bisa terhubung dengan perangkat lainnya asalkan mempunyai fasilitas internet. Dengan internet manusia di dunia dapat saling bertukar informasi atau mengakses informasi yang ingin didapatkan. Dengan internet orang-orang juga dapat melakukan aktivitas jual beli tanpa bertatap muka dan masih banyak hal yang lainnya. Hal inilah yang membuat banyak orang merasa tertolong dengan adanya kemajuan teknologi ini.

Menurut [1], pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi informasi, komunikasi dan transportasi, membuat batas-batas geografis antar bangsa dan negara seolah tidak terlihat lagi. Di era globalisasi, perkembangan teknologi sosial yang pesat tentunya juga erat kaitannya dengan perubahan sosial ekonomi dan perilaku berbelanja. Kegiatan jual beli yang dahulu hanya dapat dilaksanakan yaitu pembeli dan penjual saling bertemu dan melakukan transaksi secara tatap muka, kini dapat dilaksanakan secara online, dan pembeli dan penjual tidak perlu bertemu atau bertatap muka. Aktivitas di atas dapat disebut dengan bisnis online atau biasa yang disebut dengan *e-commerce*. Pertumbuhan *e-commerce* ini kian banyak di kalangan masyarakat Indonesia beriringan dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat.

Ada banyak platform *e-commerce* yang terdapat di Indonesia contohnya ialah Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Lazada dan masih banyak yang lainnya. Dalam penelitian ini peneliti memakai shopee sebagai platform *e-commerce* untuk diteliti. Hal tersebut karena Shopee ialah paling banyak diminati dan dikunjungi oleh para pencinta belanja online. Bahkan platform belanja online ini sangat populer di Indonesia dalam sejumlah tahun terakhir. Menurut data APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), proporsi pemakai Internet Indonesia yang sering mengakses platform *e-commerce* ialah 11,2% Shopee, 8,4% Bukalapak, 6,7% Lazada, dan 4,3% Tokopedia. Selain itu, menurut hasil studi Snapcart yang dilaksanakan selama periode pandemi.

Shopee ialah situs belanja online yang paling banyak dipakai (66%) selama periode Ramadhan dan Idul Fitri 2020, 59% konsumen di Jabodetabek memilih Shopee sebagai situs perbelanjaan online. 72% konsumen yang tidak berasal dari area Jabodetabek juga memilih Shopee sebagai situs perbelanjaan online. Data ini membuktikan bahwa Shopee ialah platform *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi. Belanja online ialah proses transaksi dalam bentuk jual beli online situs web atau jejaring sosial melalui media atau perantara, yang menyediakan barang atau jasa yang dapat diperdagangkan.

[2] mengungkapkan bahwa kemudahan yang diberikan internet kini menjadi opsi yang efisien bagi orang-orang untuk mencari informasi dan juga untuk berkomunikasi, bahkan transaksi



keuangan bisa dilakukan melalui internet yang biasa disebut dengan teknologi keuangan atau *Financial Technology* (Fintech). Dengan adanya kemudahan yang didapatkan tersebut dapat memicu perilaku konsumtif. [3] mengatakan bahwa perilaku konsumtif bukan lagi menurut alasan rasional, namun berdasarkan keinginan untuk memperoleh tingkat irasional. Konsumen umumnya membeli produk karena mempunyai merek, dan karena ingin memperbaiki keadaan lingkungan sekitar. Kotler juga mengatakan ia percaya bahwa perilaku konsumtif dilatar belakangi oleh empat faktor, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Diantara faktor psikologis ialah motivasi, karena motivasi yang tinggi dapat mendorong seseorang untuk membeli barang atau jasa, dan akan cenderung membeli tanpa memakai rasionalitasnya.

Faktor-faktor perilaku konsumtif bisa terjadi pada remaja yang belum dapat mengontrol dirinya. [4] mengatakan bahwa para remaja membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosial pada masa remaja, mereka masih mencari identitas diri, dan mereka masih berada di masa-masa emosi yang fluktuatif. Situasi ini cenderung melemahkan pengendalian diri, sehingga setiap perilaku yang diambil, termasuk perilaku membeli, didominasi oleh emosi sesaat. Keadaan ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Harnum yang menunjukkan bahwa ada korelasi negatif yang signifikan antara keterampilan pengendalian diri mahasiswa Universitas X dengan kecenderungan perilaku konsumtif, yang berarti pada tingkat pengendalian diri yang lebih tinggi. Keterampilan kontrol, kian rendah kecenderungan perilaku konsumtif, sebaliknya kian rendah keterampilan kontrol diri, kian besar kecenderungan perilaku konsumtif.

Definisi pengendalian diri yang dikemukakan oleh Averill dalam [4] ialah bahwa pengendalian diri merupakan variabel psikologis, meliputi kesanggupan seseorang untuk mengubah perilaku dan kesanggupan seseorang untuk menghadapi informasi yang tidak penting atau tidak penting. Menurut penelitian [5], peran pengendalian diri memegang peranan penting dalam proses pembelian produk. Hal ini karena pengendalian diri yang baik dapat membimbing serta menuntun seseorang agar berbuat hal-hal yang baik, seperti juga dalam hal membelanjakan uang.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui Hubungan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir Pengguna Shopee dan hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat hubungan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja akhir pemakai Shopee. Hal ini mengandung arti bahwa apabila remaja dengan kontrol diri yang tinggi akan sedikit kemungkinan melakukan perilaku konsumtif. Sebaliknya, apabila remaja dengan kontrol diri yang rendah maka banyak kemungkinan terjadi perilaku konsumtif.

## **METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Variabel penelitian ini adalah kontrol diri sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini remaja akhir di suatu komunitas gereja yang berjumlah orang 82 orang subjek. [6] mengemukakan bahwa apabila jumlah atau skala populasi penelitian kurang dari 100 subjek/objek, sehingga seluruh populasi dapat digunakan sampel penelitian, tetapi jika sampel lebih



besar dari 100 dapat dipakai 10%-15% atau bisa antara 20% dan 25% dari ukuran populasi. Dalam penelitian ini, populasi berjumlah kurang dari 100 subjek sehingga total sampel yang digunakan ialah keseluruhan jumlah subjek yaitu 82 orang subjek.

Dalam penelitian ini digunakan *non-probability* sampling melalui *saturation sampling* atau sampel jenuh yaitu ialah teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, ini syaratnya populasi tidak banyak, atau peneliti ingin membuat generalisasi dengan kesalahan sangat kecil. Maka sampel dari penelitian ini berjumlah 82 orang subjek.

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengetahui hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pandangan seseorang atau sekelompok individu mengenai fenomena social [7]. Metode likert yang digunakan pada penelitian yaitu skala likert yang telah dirubah dengan menghilangkan pilihan netral atau ragu-ragu. Alternatif jawaban yang diberikan pada penelitian ini yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Aspek-aspek yang diukur untuk mengetahui kontrol diri mengacu pada teori Averil, yaitu (a) kontrol perilaku (b) kontrol keputusan (c) kontrol kognitif. Sedangkan aspek yang diukur untuk mengetahui perilaku *konsumtif* mengacu pada teori [8], yaitu (a) aspek motif (b) aspek kemutakhiran mode (c) aspek *inferiority complex*. Analisis uji alat ukur penelitian dilakukan dengan program *SPSS for Windows*. Perhitungan validitas menggunakan metode *product moment*. Perhitungan reliabilitas menggunakan teknik koefisien alpha.

Analisis uji data penelitian dilakukan dengan bantuan program *SPSS for Windows*. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi sebaran data [9]. Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang linear pada dua variable. Sedangkan uji hipotesis dalam penelitian ini diperoleh dari perhitungan menggunakan korelasi *product moment*. Koefisien yang menghasilkan angka mendekati 1,00 maka menunjukkan semakin kuatnya hubungan antara dua variabel, tetapi apabila angka koefisien menunjukkan semakin kecil dari 1,00 maka semakin lemah hubungan yang terjadi antara kedua variabel [9].

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Subyek yang dipakai dalam penelitian ini ialah anggota di sebuah komunitas gereja yang juga pengguna aktif Shopee yang berusia 19 -24 tahun. Penulis memilih subyek remaja akhir dikarenakan Studi Snapcart pada tahun 2020 menunjukkan bahwa Shopee 72% paling populer di kalangan remaja yang berusia 19-24 tahun. Organisasi Kesehatan Dunia menyebutkan bahwa batas usia remaja ialah 12 hingga 24 tahun. Oleh karena itu maka penulis memilih remaja akhir sebagai subyek. Penulis kemudian memilih komunitas gereja kota Malang yang berjumlah orang 82 orang sebagai subyek penelitian karena karena kecocokan karakteristik yang dimiliki dan komunitas



tersebut memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif. Kecenderungan tersebut diperoleh dari hasil wawancara penulis dengan beberapa orang remaja akhir dalam komunitas tersebut. Pada penelitian ini subjek akan dipilih dengan menggunakan teknik nonprobability sampling, hal ini dikarenakan banyaknya peluang anggota populasi yang akan dipilih menjadi sampel belum diketahui jumlahnya. Melalui teknik purposive sampling, maka ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar layak sampel dalam penelitian ini. Subyek yang dipakai dalam penelitian ini adalah pengguna aktif shopee di kota Malang yang berusia 19 -24 tahun. Peneliti memilih subyek remaja akhir dikarenakan Studi Snapcart pada tahun 2020 menunjukkan bahwa Shopee 72% paling populer di kalangan remaja yang berusia 19-24 tahun. Organisasi Kesehatan Dunia menyebutkan bahwa batas usia remaja ialah 12 hingga 24 tahun. Oleh karena itu maka peneliti memilih remaja akhir sebagai subyek.

**Tabel 1.** Hasil Analisis Deskriptif Statistik Skor Hipotetik dan Skor Empirik

Variabel Penelitian	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
<b>Kontrol diri</b>	44	176	110	22	54	173	134,88	20,195
<b>Perilaku konsumtif</b>	30	120	75	15	32	111	57,76	14,351

Deskripsi data di atas dilakukan untuk mengkategorisasikan data subyek dalam sebagian level. Kategori tersebut bertujuan untuk meletakkan subyek ke dalam 5 kategori, yaitu kelompok rendah, kelompok sedang, dan kelompok tinggi. Pedoman penentuan tingkatan dalam kategorisasi sebagai berikut [9]

**Tabel 2.** Kategori Data Kontrol Diri

Kategori	Rumus	Jumlah	Presentase
<b>Sangat Rendah</b>	$X \leq 77$	2	2,4%
<b>Rendah</b>	$77 < X \leq 99$	1	1,2%
<b>Sedang</b>	$99 < X \leq 121$	11	13,4%
<b>Tinggi</b>	$121 < X \leq 143$	42	51,2%
<b>Sangat Tinggi</b>	$X > 143$	26	31,7%
	Total	82	100%

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa yang termasuk dalam kategori sangat rendah ada 2 subjek dengan persentase 2,4% dan kategori rendah ada 1 subjek dengan persentase 1,2%, kategori sedang diperoleh subjek 16 subjek dengan persentase 13,4%, kategori tinggi diperoleh 42 subjek dengan persentase 51,2%, dan pada kategori sangat tinggi diperoleh 26 subjek dengan persentase 31,7%.



**Tabel 3.** Kategori Data Perilaku Konsumtif

Kategori	Rumus	Jumlah	Presentase
Sangat Rendah	$X \leq 52,2$	2	34,14%
Rendah	$52,5 < X \leq 67,5$	38	46,34%
Sedang	$67,5 < X \leq 82,5$	11	13,41%
Tinggi	$82,5 < X \leq 97,5$	3	3,6%
Sangat Tinggi	$X > 97,5$	2	2,4%
	Total	82	100%

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa ada 28 subjek yang termasuk dalam kategori sangat rendah dengan persentase 34,14, kategori rendah di peroleh 38 subjek dengan persentase 46,34%, kategori sedang diperoleh 11 subjek dengan persentase 13,41%, kategori tinggi diperoleh 3 subjek dengan persentase 3,6%, dan pada kategori sangat tinggi diperoleh 2 subjek dengan persentase 2,4%.

**Tabel 4.** Uji Normalitas Perilaku Konsumtif dan Kontrol Diri

Variabel penelitian	Statistik uji kolmogorov smirnov	Asymp. Sig. (2-tailed)
Kontrol Diri	0,863	0,446
Perilaku Konsumtif	1,028	0,241
Kontrol Diri → Perilaku Konsumtif	0,592	0.874

Uji normalitas pada nilai kedua skala, yaitu skala Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif di peroleh hasil perhitungan koefisien kolmogorof smirnov sebesar 0,592, yang berarti keduanya memiliki distribusi normal dengan asumsi  $0,592 > 0,05$ .

**Tabel 5.** Uji Linearitas Perilaku Konsumtif dan Kontrol Diri

Hipotesis penelitian	Statistik uji F	Sig.Deviation from Linearity (p value)	Kesimpulan
Kontrol Diri → Perilaku Konsumtif	1,003	0,337	Terdapat hubungan linear

Hasil hitung statistik diperoleh nilai statistik dari uji F sebesar 1,003 dan nilai sig deviation from linearity (p value) sebesar 0,337. Dengan hasil hitung tersebut dapat diartikan bahwa  $0,337 > 0,05$  berdasarkan pedoman interpretasi menurut maka terdapat hubungan linear antara variabel Kontrol Diri & variabel Perilaku Konsumtif.

**Tabel 6.** Uji Hipotesis Perilaku Konsumtif dan Kontrol Diri.

Hipotesis penelitian	Koefisien Pearson	p value	Kesimpulan
Kontrol Diri → Perilaku Konsumtif	-,805**	0.000	Signifikan

Tabel tersebut menunjukkan terdapat hubungan negatif antar kontrol diri dengan perilaku konsumtif, artinya makin tinggi kontrol diri maka makin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya jika



makin rendah kontrol diri makin tinggi perilaku konsumtif. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan variabel kontrol diri memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir pengguna Shopee.

### **Pembahasan**

Penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel Kontrol Diri dan variabel Perilaku Konsumtif pada remaja akhir pengguna Shopee. Populasi dan sampel penelitian ini remaja akhir pengguna Shopee di dalam komunitas gereja yang berjumlah orang 82 orang subjek.

Hal ini juga di perkuat dengan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis pada beberapa remaja akhir di dalam komunitas tersebut. Diketahui bahwa 2 remaja tersebut mengakui bahwa mereka berbelanja hanya karena didasari oleh keinginan dan bukan kebutuhan mereka. Salah satu dari antara remaja tersebut menyebutkan bahwa dirinya membeli suatu barang hanya karena barang tersebut dianggapnya sebagai barang yang lucu. Maka dari itu kontrol diri dianggap penting untuk menahan diri dan menentukan kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan penulis pada 82 subjek, subjek memiliki kategorisasi tingkat sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. Pada variabel perilaku konsumtif 28 subjek yang termasuk dalam kategori sangat rendah dengan persentase 34,14%, kategori rendah diperoleh 38 subjek dengan persentase 46,34%, kategori sedang diperoleh 11 subjek dengan persentase 13,41%, kategori tinggi diperoleh 3 subjek dengan persentase 3,6%, dan pada kategori sangat tinggi diperoleh 2 subjek dengan persentase 2,4%. Ini menunjukkan para subjek sebagian besar mempunyai perilaku konsumtif yang rendah. Kemudian pada variabel kontrol diri, kategori sangat rendah ada 2 subjek dengan persentase 2,4% dan kategori rendah ada 1 subjek dengan persentase 1,2%, kategori sedang diperoleh subjek 16 subjek dengan persentase 13,4%, kategori tinggi diperoleh 42 subjek dengan persentase 51,2%, dan pada kategori sangat tinggi diperoleh 26 subjek dengan persentase 31,7%. Ini menunjukkan para subjek sebagian besar memiliki kontrol diri yang tinggi.

Kemudian selanjutnya hasil uji hipotesis dilakukan pada variabel perilaku konsumtif dan kontrol diri yang dilakukan pada remaja pengguna Shopee di komunitas gereja tersebut menunjukkan ada hubungan yang signifikan pada kedua variabel. Terdapat hubungan negatif antar perilaku konsumtif dan kontrol diri, artinya makin tinggi kontrol diri maka makin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya jika makin rendah kontrol diri makin tinggi perilaku konsumtif. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan variabel kontrol diri mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja akhir pengguna Shopee di komunitas gereja tersebut. Hal tersebut sejalan dengan hipotesis penelitian ini yang mengatakan bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian dari [10] menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan yang berkorelasi negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping pada wanita usia



dewasa awal. Artinya makin tinggi kontrol diri maka makin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya makin rendah kontrol diri maka makin tinggi perilaku konsumtif.

[11] Menyatakan bahwa akar penyebab kurangnya pengendalian diri remaja ialah kurangnya percaya diri mereka, kurangnya keterampilan komunikasi (misalnya sulit menolak ajakan teman), mungkin tidak tegas, konsep diri mungkin tidak jelas, dan pengambilan keputusan mungkin tidak memadai. Berdasarkan hasil penelitian remaja akhir memiliki kontrol diri yang rendah dikarenakan mereka mengambil keputusan berdasarkan pemikiran sesaat dan tidak memikirkan untuk jangka panjang kedepannya dan ini bisa menyebabkan dampak yang merugikan untuk diri mereka sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh [12] mengatakan bahwa ada 2 faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor eksternal dan internal. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan tempat ia lahir dan bertumbuh. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif ialah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan keluarga. Faktor internal ini juga terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi. Dalam hasil penelitian ini, remaja akhir yang melakukan perilaku konsumtif didasari oleh faktor eksternal dari diri mereka sendiri. Para remaja ini melakukan perilaku konsumtif untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial di sekeliling mereka. Hal tersebut dapat menjadi pemicu untuk para remaja ini untuk melakukan perilaku konsumtif.

Keterbatasan penelitian yang dilakukan saat ini ialah objek penelitian hanya di fokuskan pada *e-commerce* Shopee yang mana hanya satu dari sekian banyaknya *e-commerce* lain yang juga banyak terdapat aktifitas jual beli seperti Tokopedia, Lazada, dan yang lainnya. Selain itu, keterbatasan lain adalah penelitian ini hanya menggunakan populasi salah satu komunitas gereja di Malang. Hal ini membuat hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas pada populasi lainnya.

## **SIMPULAN**

Berdasar hasil uji analisis pada responden, remaja akhir pengguna Shopee di komunitas gereja menunjukkan bahwa sebagian besar remaja berada pada kategori rendah pada variabel perilaku konsumtif dan berada pada kategori tinggi pada variabel kontrol diri. Ini menunjukkan terdapat hubungan negatif antar perilaku konsumtif dengan kontrol diri. Hasil penelitian ini diinterpretasikan bahwa makin tinggi kontrol diri maka makin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya jika makin rendah kontrol diri makin tinggi perilaku konsumtif. Dengan data tersebut maka dapat disimpulkan ada hubungan antara variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif pada remaja akhir pengguna Shopee.

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, penulis menyarankan kepada remaja akhir pengguna Shopee, khususnya populasi pada penelitian ini, yaitu anggota komunitas gereja untuk terus meningkatkan kontrol diri dan memelihara kontrol diri yang sudah





dimiliki. Upaya yang dapat dilakukan oleh remaja dalam mempertahankan kontrol diri ialah tidak mengambil keputusan tergesa-gesa, menahan diri untuk tidak membelanjakan uang dengan semena-mena, menyisihkan banyak waktu sebelum memutuskan suatu hal agar bisa menimbang baik dan buruknya dengan benar dan berpikir kembali sebelum bertindak. Kemudian upaya yang juga dapat dilakukan ialah membuat daftar belanja saat ingin bepergian agar tidak membeli barang yang tidak dibutuhkan, menabung dan menetapkan prioritas. Ini bertujuan untuk meningkatkan keadaan psikologis remaja dan memberi mereka kendali atas apa yang baik dan apa yang tidak. Hal ini dapat dicapai dengan mengenali diri sendiri, mengenali dan mengontrol emosi diri sendiri dan berpikir netral.

Saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya adalah agar dapat memperluas cakupan populasi, agar hasil penelitian dapat digeneralisir. Selain itu, memperluas cakupan penggunaan *e-commerce* lainnya juga dapat diberikan. Hal ini dilakukan agar cakupan penelitian lebih umum dan luas.

#### DAFTAR RUJUKAN

- [1] Hasil survei APJII tahun 2018 menunjukkan jumlah pengguna internet Tanah Air mencapai 171,17 juta orang. <https://www.brilio.net/gadget/ini-yang-sering-diakses-oleh-orang-indonesia-saat-internetan-1905163.html>. Diakses pada 20 November 2020.
- [2] Amelia, D., & Rinaldi, R. (2019). Hubungan antara *self control* dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa UNP. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019 (4).
- [3] Arikunto., S. (1989). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT.Bina Aksara.
- [4] Azwar, S. (2017). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- [5] Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 126-164.
- [6] Fitriana & Koentjoro. (2009). Keranjang berbelanja pada wanita bekerja fenomena. *Jurnal Psikologi: Universitas Gadjah Mada*, 7 (1), 48-57.
- [7] Fithri, F. N. (2018). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMA Negeri 1 Jetis Bantul Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- [8] Hasanah, U. (2007). Hubungan antara interaksi teman sebaya dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- [9] Majid, A. N. (2017). Hubungan antara kontrol diri (*self control*) dengan prokrastinasi akademik dalam menyelesaikan skripsi pada mahasiswa FTIK Jurusan PAI Angkatan 2012 IAIN Salatiga (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).



- [10] Munazzah, Z. (2016). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- [11] Pradana, M. (2015). Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di Indonesia. *Neo-Bis*, 9(2), 32-40.
- [12] Sugiyono. (2017). *Metode penelitian (kuantitatif, kualitatif, R&D)*. Bandung: Alfabeta.