

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Anggarasari (dalam Sumartono, 2002) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif merupakan kegiatan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Pola perilaku konsumtif yang dimaksud adalah pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata.

Menurut Lubis (dalam Sumartono, 2002) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Secara pragmatis, perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak selesai. Artinya, produk belum habis digunakan, individu sudah membeli dan memakai jenis produk yang sama dengan merek yang berbeda. Sedangkan menurut Sabirin (Wardhani, 2009) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai suatu keinginan dalam mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Menurut Mowen dan Minor (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan

membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya perasaan emosi. Sedangkan menurut pendapat

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu dalam membeli suatu barang berdasarkan keinginan yang sifatnya menjadi berlebihan bukan berdasarkan kebutuhan yang sesungguhnya, secara ekonomi dapat menimbulkan pemborosan dan kurangnya perhitungan dalam membeli suatu barang yang diinginkan.

2.1.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rosyid (1997) aspek-aspek perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*)
Aspek ini menunjukkan bahwa individu membeli sesuatu semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat dan dilakukan tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu, serta tidak memikirkan apa yang akan terjadi selanjutnya dan biasanya bersifat emosional. Contohnya ketika seseorang membeli sebuah novel karena sampulnya yang menarik, atau seseorang yang membeli sebuah produk kecantikan karena kemasannya yang menarik.
- b. Pembelian Tidak Rasional (*non-rational buying*)
Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu semata-mata untuk mencari kesenangan. Contohnya ketika seorang mahasiswi membeli tiga lipstick

dengan warna yang sama tetapi dengan merk yang berbeda.

c. Pemborosan (*wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas. Contohnya ketika seorang individu membeli sebuah *smartphone* keluaran terbaru hanya karena ingin mengikuti *trend*, padahal individu tersebut sudah memiliki sebuah *smartphone* yang masih sangat layak untuk digunakan dan berfungsi sebagaimana mestinya.

Menurut Sumartono (2005) secara operasional indikator perilaku konsumtif, yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
Seseorang membeli suatu produk atau barang karena adanya hadiah yang ditawarkan saat membeli produk tersebut.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik
Membeli suatu barang atau produk karena melihat kemasan yang rapi dan menarik sehingga membuat para pembeli tertarik untuk membelinya.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
Pembelian suatu barang dengan alasan untuk menjaga penampilan dan gengsi untuk menunjang penampilan.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
Karena banyaknya tawaran potongan harga seseorang menjadi lebih tertarik untuk membeli

barang padahal barang tersebut sedang tidak dibutuhkan pada saat itu.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
Membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar lebih terlihat berada pada kelas sosial yang tinggi.
6. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk
Membeli suatu produk atau barang yang dipakai oleh tokoh yang diidolakannya.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
Beberapa orang percaya bahwa dengan memakai barang yang mahal akan membuat penampilan dan menamba kepercayaan diri.
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)
Membeli suatu produk yang sama tetapi dengan merek yang lain contohnya seseorang membeli sebuah *lipstick* dengan warna yang sama tetapi merek yang berbeda.

2.1.3 Faktor-faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Setiadi (2003) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Faktor-faktor kebudayaan
 1. Kebudayaan
Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Seseorang akan mendapatkan

seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

2. Subbudaya

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dibedakan dalam empat jenis, yaitu: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

3. Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

b. Faktor-faktor sosial

1. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

2. Keluarga

Terdapat dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yaitu: keluarga orientasi yang merupakan orang tua. Kemudian, keluarga prokreasi yaitu pasangan hidup seorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen dan paling

penting dalam suatu masyarakat yang telah diteliti secara intensif.

3. Peran dan status

Seseorang pada umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya. Posisi individu dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

c. Faktor pribadi

1. Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang dapat dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat menjalin hidup.

2. Pekerjaan

Para penjual berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

3. Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang bisa dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan harta (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

4. Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup juga dapat mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

5. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk dan merek.

d. Faktor-faktor psikologis

1. Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, dan rasa resah tidak nyaman. Teori motivasi menurut Maslow, mengatakan bahwa kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hierarki dan kebutuhan yang paling mendesak hingga yang kurang mendesak.

2. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Faktor persepsi yaitu perhatian, gangguan, dan mengingat kembali yang selektif berarti bahwa para pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan diterima.

3. Proses belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

4. Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

Sedangkan menurut Kurniawan (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah:

1. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain
Kebanyakan sifat konsumtif muncul karena pembeli ingin memiliki barang yang tidak dipunyai orang lain, alhasil pembeli akan mencari barang yang langka atau *limited edition* tentu saja harga barang tersebut juga pastinya sangat mahal.
2. Kebanggaan karena penampilan dirinya
Sifat konsumtif juga biasa terjadi karena rasa kebanggaan yang berlebih terhadap penampilan. Biasanya banyak diantaranya orang akan lebih percaya diri jika memiliki barang-barang mewah dan selalu *update* atau terbaru
3. Ikut-ikutan
Ada juga sifat seseorang yang ikut-ikutan dengan orang lain sehingga apapun itu akan selalu dibeli dan ingin selalu memiliki barang-barang yang sedang terkenal seiring perkembangan zaman.
4. Menarik perhatian dari orang lain
Biasanya orang yang selalu ingin menarik perhatian orang lain pasti memiliki cara, salah satunya yaitu memiliki barang-barang yang *up to date*.

Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain, kebanggaan karena penampilan dirinya, ikut-ikutan dan menarik perhatian dari orang lain.

2.1.4 Perilaku Konsumtif dalam Presfektif Islam

Perilaku konsumtif adalah perilaku dimana seseorang lebih mementingkan keinginan pribadi dibandingkan kebutuhan. Salah satu ayat Al-qur'an yang membahas tentang perilaku konsumtif adalah QS. Al-Isra' 26:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

Dalam Tafsir Ibnu Katsir (2008) menjelaskan bahwa berbuat baiklah kepada kerabat dan menghubungkan tali silaturahmi kepada mereka (kepada orang-orang miskin; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan hartamu secara boros) yaitu menginfakkannya dan melarang berlebih-lebihan dalam berinfak, dan menyuruh melakukannya secara seimbang/pertengahan.

Dalam Tafsir Jalalain (2018) menjelaskan bahwa dan berikanlah, kasihkanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya yaitu memuliakan mereka dan menghubungkan silaturahmi kepada mereka (kepada orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan hartamu secara boros) yaitu menginfakkannya bukan pada jalan ketaatan kepada Allah.

Kemudian, QS. Al-Isra' ayat 27:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.

Dalam Tafsir Ibnu Katsir (2008) menjelaskan bahwa sesungguhnya orang-orang pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan infak tidak pada tempatnya, serta menginfakkan harta dalam maksiat kepada Allah, dalam jalan yang tidak benar dan untuk kerusakan. Seseorang yang menginfakkan hartanya secara keseluruhan menurut haknya, maka ia tidak dikategorikan sebagai pemboros.

Dalam Tafsir Jalalain (2018) menjelaskan bahwa sesungguhnya orang-orang pemboros itu adalah saudara-saudara setan, yang artinya berjalan pada jalan setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Rabbnya, sangat ingkar kepada nikmat-nikmat yang dilimpahkan oleh-Nya, maka demikian pula saudara setan yaitu orang yang pemboros.

Dari penjelasan ayat di atas, dapat diambil pelajarannya bahwa janganlah seseorang individu bersikap boros dan menghambur-hamburkan hartanya karena sesuatu hal dilakukan secara berlebihan akan berdampak buruk bagi dirinya sendiri. Ketika seseorang memiliki harta yang berlebih alangkah baiknya harta tersebut digunakan untuk membantu sesama yang membutuhkan atau menggunakan harta tersebut ke hal-hal yang positif.

2.2 Kontrol Diri

2.2.1 Pengertian Kontrol Diri

Menurut Ghufron dan Rini (2012) kontrol diri diartikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa kearah konsekuensi positif. Kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Kontrol diri adalah salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat di lingkungan sekitar.

Calhoun dan Acocella (dalam Ghufron & Rini 2012) mendefinisikan kontrol diri (*self-control*) sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang, atau dapat dikatakan sebagai serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri. Sedangkan, Synder dan Gangestad (dalam Ghufron & Rini 2012) mengemukakan bahwa konsep mengenai kontrol diri secara langsung sangat relevan untuk melihat hubungan antara pribadi dengan lingkungan masyarakat dalam mengatur kesan masyarakat yang sesuai dengan isyarat situasional dalam bersikap dan berpendirian yang efektif.

Menurut pakar psikologi kontrol diri, Lazarus (dalam 1976) menjelaskan bahwa kontrol diri menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk mengontrol perilaku guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu, sebagaimana yang diinginkan. kemudian, menurut Reber dan Emely (2016) kontrol diri artinya mengendalikan

diri sendiri. Istilah kontrol diri umumnya diberikan pada kemampuan mengendalikan impulsivitas dengan menghambat hasrat-hasrat jangka pendek yang muncul spontan. Sedangkan menurut Chaplin (2014) kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dan kemampuan untuk menekan atau merintangangi impuls-impuls atau tingkah laku impulsif.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan seseorang dalam mengendalikan dan mengatur sikap serta tingkah laku kearah yang lebih baik dan positif. Pentingnya mengontrol diri saat berbelanja bagi mahasiswi yaitu agar mampu menghindari berlebihan saat berbelanja dan membeli barang yang memang sangat dibutuhkan. Jika mahasiswi mampu mengontrol dirinya maka perilaku konsumtif tersebut dapat dikendalikan.

2.2.2 Aspek-Aspek Kontrol Diri

Averill (dalam Ghufon & Rini, 2012) menyebutkan terdapat tiga aspek dalam kontrol diri, yaitu:

1. Kontrol Perilaku (*Behavior Control*)

Kontrol perilaku didefinisikan sebagai kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Terdapat dua komponen kemampuan dalam mengontrol perilaku, yaitu: mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*).

Kemampuan mengatur pelaksanaan adalah kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan. Sedangkan, kemampuan mengatur stimulus adalah kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi.

2. Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*)

Kontrol kognitif adalah kemampuan individu dalam mengelolah suatu informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan.

Terdapat dua komponen, yaitu: memperoleh informasi (*information gain*) dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan melakukan berbagai pertimbangan. Kemudian melakukan penilaian (*appraisal*) yang berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.

3. Kontrol Keputusan (*Decesional Control*)

Kontrol keputusan adalah kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini atau disetujuinya.

Menurut Block dan Block (dalam Ghufon & Rini, 2012) terdapat tiga jenis kualitas kontrol diri, yaitu:

1. *Over control* adalah kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus.
2. *Under control* adalah suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa adanya perhitungan yang matang.
3. *Appropriate control* adalah kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat.

2.2.3 Faktor-Faktor Kontrol Diri

Menurut Ghufron dan Rini (2012) ada dua faktor yang memengaruhi kontrol diri, yaitu:

1. Faktor Internal
Faktor internal yang terdapat dalam kontrol diri adalah usia. Karena semakin bertambahnya usia seseorang, maka semakin baik pula kemampuan mengontrol diri seseorang tersebut.
2. Faktor Eksternal
Faktor eksternal yang terdapat dalam kontrol diri adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orangtua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Lingkungan keluarga adalah lingkungan pertama dan yang paling berpengaruh terhadap perkembangan individu seseorang karena lingkungan keluarga merupakan lingkungan terdekat.

Menurut Calhoun dan Acocellaa (dalam utami & suryono, 2008) ada tiga faktor dasar yang berhasil mempengaruhi kontrol diri, yaitu:

1. memilih dengan tidak tergesa-gesa
2. memilih diantara dua perilaku yang bertentangan, yang memberikan kepuasan seketika dan yang lain memberikan reward *jaka* panjang.
3. memanipulasi stimulus dengan tujuan membuat sebuah perilaku menjadi tidak mungkin dan perilaku yang lain memungkinkan.

Dari pendapat diatas, maka dapat disimpulkan faktor dari kontrol diri yaitu faktor internal (usia), faktor eksternal (keluarga), memilih tidak tergesa-gesa, memilih diantara dua perilaku yang bertentangan dan memanipulasi stimulus.

2.2.4 Kontrol Diri dalam Presfektif Islam

Sifat kontrol diri (sifat mujahadah an nafs yang artinya, memerangi jiwa atau ruh yang mengarahkan kepada keburukan) adalah kemampuan seseorang dalam mengendalikan perilaku di lingkungannya. Perilaku kontrol diri harus diterapkan dalam kehidupan sehari-hari karena sifat kontrol diri dapat membantu menahan hawa hafsu sehingga hal ini membuat seseorang dapat melakukan ibadah kepada Allah dan menjauhi semua larangan dari Allah. Salah satu ayat Al-qur'an yang membahas tentang kontrol diri adalah QS. An-Nazi'at ayat 40:

وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَتَهَيَّأَ النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ

Artinya: *Dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari (keinginan) hawa nafsunya*

Dalam Tafsir Ibnu Katsir (2008) menjelaskan (dan adapun orang yang takut kepada kebesaran Rabbnya) takut ketika berdiri di hadapan Allah dan takut akan hukum-Nya yang diberlakukan padanya, juga menahan diri untuk tidak mengikuti hawa nafsunya serta mengarahkannya untuk selalu menaati Rabb-nya.

Dalam Tafsir Jalalain (2018) menjelaskan (dan adapun orang yang takut kepada kebesaran Rabbnya) di kala ia berdiri dihadapan-Nya (dan menahan diri) menahan nafsu amarahnya (dari keinginan hawa nafsunya) yang menjerumuskan ke dalam kebinasaan disebabkan memperturutkan kemauannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa seseorang harus mampu dalam mengontrol hawa nafsu dirinya agar tidak membuat dirinya lupa kepada Tuhan-Nya dan akan merasa takut atas kebesaran-Nya sehingga tidak membuat seseorang melakukan hal-hal negatif yang dapat merugikan diri sendiri.

2.3 Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif

Online shopping saat ini banyak menjadi *favorite* dikalangan masyarakat terutama mahasiswa karena dibebberapa aplikasi belanja *online* banyak penawaran yang

ditawarkan kepada konsumen, mulai dari gratis ongkos kirim, potongan harga, dan berbagai toko *online* di seluruh Indonesia yang menawarkan berbagai macam harga dari yang paling murah sampai yang paling mahal. Banyak dari konsumen atau pembeli yang membeli barang tidak berdasarkan apa yang sedang dibutuhkan melainkan membeli barang atas dasar keinginan. Ditambah dengan keadaan yang terjadi saat ini yaitu masa pandemi Covid-19 yang mengharuskan seluruh masyarakat terutama mahasiswa dan pelajar melakukan pembelajaran di rumah dan mengurangi kegiatan yang ada di luar rumah.

Individu dengan perilaku konsumtif dapat merugikan dirinya sendiri. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Antonides (dalam Fitriana & Koentjoro, 2009) yang menyebutkan bahwa kontrol diri memiliki peranan penting dalam proses pembelian suatu barang, karena kontrol diri mampu mengarahkan serta mengatur individu untuk melakukan hal yang positif, termasuk dalam membelanjakan suatu barang.

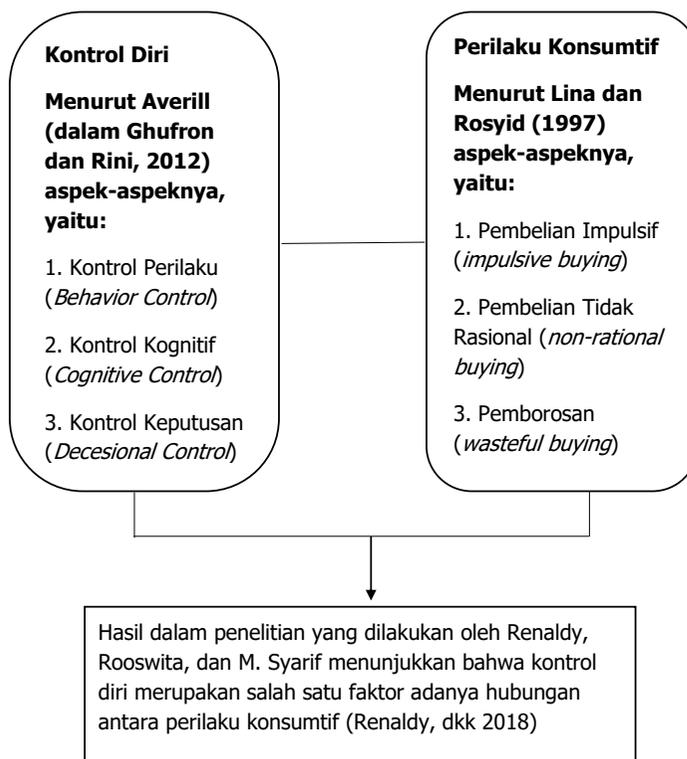
Salah satu faktor yang memicu seseorang berperilaku konsumtif adalah kontrol diri berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Renaldy, Rooswita, dan M. Syarif menunjukkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu faktor dari perilaku konsumtif (Renaldy, dkk 2018). Individu yang memiliki kontrol diri yang baik, maka individu tersebut akan memiliki kemampuan mengatur perilaku belanjanya atau perilaku konsumtifnya dengan baik.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Tripambudi dan Endang (2018) mengatakan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara variabel kontrol diri dengan

variabel perilaku konsumtif. Penawaran potongan harga pada suatu aplikasi *online shopping* menjadi salah pemicu individu memiliki perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang dapat dilihat dari beberapa aspek, individu berperilaku konsumtif karena untuk memenuhi keinginan semata. Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada beberapa subjek mereka mengatakan bahwa biasanya produk yang mereka beli adalah produk yang sedang *trend* saat ini dan produk yang menawarkan harga murah hal inilah yang membuat individu tersebut tertarik untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping*.

2.4 Kerangka Konseptual



2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi fakultas Psikologi UIN Raden Fatah Palembang.