



**RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONTROL AND CONSUMPTIVE
BEHAVIOR TREND ONLINE SHOPPING OF FASHION PRODUCTS IN
HOUSEHOLD MOTHER OF PEJAYA ANUGRAH SIDOARJO
HOUSEHOLD**

Gischa Ayu Mayalita Risanti,
Program Studi Psikologi, , Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dwi Nastiti
Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia
dwinastiti@umsida.ac.id

Abstract

This study aims to determine the relationship between self-control and the consumptive behavior online shopping fashion products for housewives in Housing Pejaya Anugrah Sidoarjo. This research is a type of correlational quantitative research. Data collection techniques in this study use a psychological scale with a Likert scaling model that is a scale of self-control and the scale of consumptive behavior. The hypothesis in this study is that there is a positive relationship between the consumptive behavior online shopping fashion products for housewives. Data analysis was performed using the Spearman's Rho technique using SPSS 18 for windows. The results of data analysis showed the value of the correlation coefficient $r = -0.168$ with a significance of 0.176. Thus, the hypothesis proposed by the researcher is rejected, which means there is no relationship between self-control and consumptive behavior online shopping for fashion products.

Keywords -Self Control; Consumptive Behavior Online Shopping For Fashion Products; Housewife Housing

Abstrak. Penelitian ini dilakukan karena adanya fenomena perilaku konsumtif online shopping yang dilakukan ibu rumah tangga. Penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada ibu rumah tangga di Perumahan Pejaya Anugrah Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional.



Teknik pengumpulan datanya menggunakan skala psikologi dengan model penskalaan Likert yaitu skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif online shopping produk fashion. Hipotesis penelitian ini terdapat hubungan positif antara perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada ibu rumah tangga. Analisis data dilakukan dengan teknik Spearman's Rho menggunakan bantuan program SPSS 18 for windows. Hasil analisis data menunjukkan nilai koefisien korelasi $r = -0,168$ dengan signifikansi $0,176$. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan peneliti ditolak, yang artinya tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif Online shopping produk Fashion.

Kata Kunci-Kontrol Diri; Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion; Ibu Rumah Tangga

I. PENDAHULUAN

Kecenderungan manusia melakukan segala sesuatu didasari oleh adanya kebutuhan. Bahkan semua perilaku yang ditunjukkan oleh setiap orang di dasari oleh adanya motivasi untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Teori Hirarki Kebutuhan Maslow adalah bahwa kebutuhan manusia yang beraneka ragam tersebut dapat dikelompokkan ke dalam lima kelompok, yaitu Kebutuhan-kebutuhan Fisiologis (Physiological Needs), Kebutuhan Rasa Aman (Need for Self-Security); Kebutuhan Cinta dan Rasa Memiliki (Need for Love and Belongingness); Kebutuhan Harga Diri (Need for Self-Esteem); Kebutuhan Aktualisasi Diri (Need for Self-Actualization). Kebutuhan setiap orang berbeda satu sama lain variasi kebutuhan setiap orang juga berbeda-beda [1]. Kebutuhan-kebutuhan yang muncul makin lama makin banyak, sehingga kebutuhan untuk membeli juga makin besar. Ada kecenderungan manusia yang membeli meskipun hal itu dilakukan bukan karena didorong oleh kebutuhan yang mendesak. Kebutuhan-kebutuhan tersebut muncul karena makin banyak barang yang ditawarkan. Penawaran terkini yang dilakukan produsen adalah penawaran barang lewat online shopping [2].

Terjadinya online shopping media internet, mendukung gaya hidup konsumtifisme yang ada di dalam masyarakat saat ini. Konsumtifisme mewakili keinginan seseorang untuk membeli sesuatu yang sebenarnya kurang dibutuhkan, bahkan membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan.

Gaya hidup konsumtifisme mendorong munculnya perilaku konsumtif yaitu perilaku yang biasanya mengarah pada kecenderungan seseorang yang melakukan pembelian pada suatu produk secara berlebihan, dan pembelian yang dilakukan setiap kali tanpa adanya perencanaan [3]. Hasil survey awal menunjukkan seluruh ibu-ibu rumah tangga pernah melihat-lihat produk di online shopping meskipun tidak semua dilanjutkan dengan membeli produk. Produk-produk yang lebih banyak dibeli cenderung produk-produk fashion, selain itu sebagian membeli produk kosmetik, atau alat-alat rumah tangga. Hasil survey ini, mendorong penulis melakukan survey lanjutan. Selain kecenderungan membeli produk lewat online shopping, penulis menemukan fenomena bahwa pembelian yang dilakukan ibu-ibu rumah tangga tersebut diatas terbagi 2 yaitu pembelian bukan karena kebutuhan tetapi hanya karena keinginan atau hasrat membeli sebanyak 10 dari 16 ibu (62,5%), sedangkan sebagian lagi yaitu 6 dari 16 ibu rumah tangga (37,5%) membeli karena memang membutuhkan. Kesimpulan hasil survey kedua di atas menggambarkan bahwa produk yang dibeli ibu rumah tangga lewat online shopping kebanyakan bukan karena kebutuhan, tetapi karena ingin membeli walaupun tidak sedang membutuhkan [3].

Perilaku ini dikenal dengan sebutan perilaku konsumtif, yaitu perilaku membeli yang tidak terbatas, berlebihan, atau tidak terencana, yang dilakukan bukan karena membutuhkan tetapi lebih disebabkan oleh adanya keinginan [4]. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Menurut Kotler, perilaku konsumtif dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis [5]. Salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kontrol diri. Kontrol diri identik dengan kemampuan individu untuk peka mengetahui situasi dalam diri maupun lingkungannya, serta mengontrol dan mengelola situasi-situasi maupun kondisi sehingga mampu menampilkan diri saat bersosialisasi [6]. Perilaku konsumtif menunjukkan adanya kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk secara berlebihan dan irasional. Pembelian ini biasanya dilakukan terutama karena adanya keinginan bukan karena ada kebutuhan [7]. Perilaku konsumtif online shopping produk fashion adalah tindakan manusia untuk melakukan pembelian produk yang dikenakan seseorang untuk menunjang penampilannya, seperti baju, ikat pinggang, sepatu, tas, kaos kaki, dan lain-lain melalui internet [8]. Rasimin menjelaskan bahwa perilaku konsumtif berkaitan dengan adanya keinginan membeli serta menggunakan segala sesuatu yang diperlukan [9]. Aspek-aspek yang terkandung dalam perilaku konsumtif sebagai berikut:

a. Aspek Motif adalah dorongan-dorongan atau keinginan ikut-ikutan yang bersifat rasional maupun irasional. b. Aspek Kemutakhiran Mode aspek ini berkaitan dengan barang atau jasa yang dianggap populer dan banyak digemari orang lain. c. Aspek Inferiority Complex aspek ini menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki kompleks inferior, kurang yakin pada dirinya. Kottler menjelaskan faktor-faktor yang dianggap bisa memunculkan perilaku konsumtif yaitu: Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis [5]. Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada ibu rumah tangga di Perumahan Pejaya Anugrah. Adapun hipotesis yang diajukan pada penelitian ini, yaitu terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada ibu rumah tangga. Hipotesis ini berarti bahwa makin tinggi kontrol diri ibu rumah tangga maka makin rendah perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada ibu rumah tangga. Sebaliknya, makin rendah kontrol diri ibu rumah tangga maka makin tinggi perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada ibu rumah tangga.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah Ibu Rumah Tangga RT 01,02,03 RW 03 dengan jumlah 130 orang. Jumlah subyek dalam penelitian ini adalah 130 orang berarti seluruh populasi menjadi sampel penelitian yang digunakan diambil dengan menggunakan nonprobability sampling. Adapun teknik sampling yang digunakan yaitu teknik sampling jenuh.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yaitu skala kontrol diri ($\alpha = 0,781$) dan skala perilaku konsumtif online shopping produk fashion ($\alpha = 0,662$). Skala kontrol diri ini disusun peneliti sendiri dengan mempertimbangkan aspek-aspek variabel kontrol diri Averill yang terdiri dari 3 aspek adalah kontrol perilaku (Behavior control), kontrol kognitif (Cognitive control), dan kontrol keputusan (Decisional control) [10]. Skala perilaku konsumtif online shopping produk fashion disusun sendiri oleh peneliti berdasar 3 aspek perilaku konsumtif oleh Rasimin yaitu aspek motif, aspek kemutakhiran mode, dan aspek inferiority complex [5].

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Correlation Product Moment dari Spearman' Rho dengan bantuan SPSS 18.0. Sebelum melakukan uji korelasi, peneliti melakukan uji asumsi terlebih dahulu, yaitu uji normalitas dan uji linearitas.

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis

		Correlations		
			KD	PK
Spearman's rho	KD	Correlation Coefficient	1,000	-,113
		Sig. (2-tailed)		,368
		N	66	66
	PK	Correlation Coefficient	-,113	1,000
		Sig. (2-tailed)	,368	
		N	66	66

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perumahan Pejaya Anugrah Kec. Taman Sidoarjo yang berjumlah 130 orang, dengan karakteristik yaitu berjenis kelamin perempuan, usia 25-55 tahun. Sebelum pelaksanaan penelitian, dilakukan tryout skala kontrol diri dilakukan pada tanggal 02 Maret 2020 dengan cara menyebarkan skala dengan 66 ibu rumah tangga Perumahan Pejaya Anugrah Sidoarjo. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 26-28 Februari 2020 dengan cara menyebarkan skala kontrol diri dan perilaku konsumtif.

Hasil uji normalitas pada output uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa variabel kontrol diri memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ yaitu sebesar 0,077 hal ini berarti bahwa distribusinya normal. Sedangkan nilai signifikansi variabel perilaku konsumtif online shopping produk fashion adalah 0,041 yang berarti $< 0,05$ dan dapat disimpulkan bahwa distribusinya tidak normal. Hasil uji linearitas dengan melihat nilai signifikansi pada kolom linearity menunjukkan bahwa nilai F sebesar 8,37 dengan signifikansi= 6,59 hal ini berarti nilai signifikansi $> 0,05$, dengan kesimpulan korelasinya linear.

Tabel 1 tersebut menunjukkan hasil koefisien korelasi $r = -0,168$ dengan signifikansi 0,176 Dengan demikian, hipotesis yang diajukan peneliti ditolak, yang berarti tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif Online Shopping Produk Fashion.

Tabel 2. Nilai Mean dan Standart Deviasi Skala Kontrol Diri

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
VAR00023	66	54.00	82.00	67.5303	6.41206	41.114
VAR00056	66	57.00	87.00	74.1515	6.21225	38.592
Valid N (listwise)	66					

Tabel 2 di atas menunjukkan pada skala kontrol diri ditemukan nilai mean teoritik (μ) = 67,5303 dan standart deviasi (σ) 6,41206. Pada skala perilaku konsumtif Online Shopping Produk Fashion ditemukan nilai mean teoritik (μ) sebesar = 74,1515 dan standart deviasi (σ) sebesar 6,21225. Berikut norma yang digunakan untuk mengkategorisasi variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif Online Shopping Produk Fashion yang dijelaskan di tabel 3.

Berdasarkan tabel kontrol diri dan perilaku konsumtif Online Shopping Produk Fashion di atas, maka diketahui kategori skor subjek pada masing-masing variabel seperti pada tabel 4.

Tabel 3. Kategori Skor Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk *Fashion*

	Kategori	Skor	
		Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
Rendah	$(\mu-1,5\sigma) < X \leq (\mu-0,5\sigma)$	55-66	61- 76
Sedang	$(\mu-0,5\sigma) < X \leq (\mu+0,5\sigma)$	67-78	77-92
Tinggi	$(\mu+0,5\sigma) < X \leq (\mu+1,5\sigma)$	>89	>108

Berdasarkan tabel kategorisasi skor subjek tersebut pada skala kontrol diri dapat diambil kesimpulan bahwa kontrol diri ibu rumah tangga perumahan cenderung memiliki kontrol diri sedang ke rendah, terdapat 98 ibu rumah tangga yang memiliki kontrol diri sedang, dan terdapat 20 ibu rumah tangga yang memiliki kontrol diri rendah. Sedangkan Kategori perilaku konsumtif Online Shopping Produk Fashion menunjukkan kalau ibu rumah tangga perumahan cenderung sedang ke rendah, dimana terdapat 98 ibu rumah tangga yang memiliki perilaku konsumtif yang sedang dan terdapat 22 ibu rumah tangga yang memiliki perilaku konsumtif yang rendah.

Tabel 4. Kategori Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Produk *Fashion* Subyek Penelitian

Kategorisasi	Skor Subjek			
	Kontrol Diri		Perilaku Konsumtif	
	Σ Ibu Rumah Tangga	%	Σ Ibu Rumah Tangga	%
Rendah	20	14,8%	22	16,3%
Sedang	98	72,2%	98	71,9%
Tinggi	12	12,9%	10	10,9%
Jumlah	130	100%	130	100%

B. Pembahasan

Hasil analisis data diatas dapat diketahui bahwa dari hasil analisis ini diperoleh hasil koefisien korelasi $r = -0,168$ dengan signifikansi $0,176$. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan peneliti ditolak, yang artinya tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif Online Shopping Produk Fashion. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti Anggraeni dan Mariyanti yang berjudul Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Universitas tersebut [3]. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian Chita, Davis, dan Pali, yaitu bahwa terdapat hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. Hasilnya, semakin tinggi self-control maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya. Hasil uji Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikansi kontrol diri adalah $0,77$ berarti $> 0,05$ [4].

Walaupun meneliti dengan variabel yang sama hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Anggraeni dan Mariyanti. Perbedaan itu bisa terjadi karena perbedaan kontrol diri yang dimiliki subyek penelitiannya. Dalam penelitiannya, Bhuwaneswary menyebutkan bahwa rasa ingin tahu mahasiswa kuat saat berhadapan dengan sesuatu yang baru, dan hal itu mendorong untuk mencoba. Demikian juga dengan rasa ingin tahu akan produk yang ada di online shopping. Mahasiswa akan melakukan pembelian produk lewat online shopping bukan karena kebutuhan, tetapi dorongan sifat remajanya, yaitu membeli hanya untuk kesenangan atau rekreasi yang memberinya kepuasan pribadi, atau bahkan kesenangan sosial [11]. Sedangkan pada ibu rumah tangga, kontrol diri ibu rumah tangga akan menentukan keberlangsungan rumah tangga yang dibinanya. Demikian juga dalam hal berbelanja produk fashion secara online diperlukan adanya kontrol diri dari seorang ibu rumah tangga. Menurut Widyasari dan Fridari, seorang Ibu berperan dalam keluarga apapun situasi dan kondisi keluarga [12]. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan Korelasi Product Moment dari Spearman's menunjukkan koefisien korelasi $r = -0,168$ dengan signifikansi $0,176$. Hal ini berarti tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif Online Shopping Produk Fashion. Kotler menyebutkan ada banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif meliputi: (a) faktor budaya, terdiri dari: budaya dan sub budaya, kelas sosial pembeli.



Faktor ini memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku; (b) faktor sosial, antara lain: kelompok acuan, keluarga, peran dan status pembeli; (c) faktor karakteristik pribadi, terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri; (d) faktor psikologis pembeli, yaitu: motivasi, persepsi, konsep diri, kepribadian, pengalaman belajar, sikap dan keyakinan (agama) pembeli [5]. Secara eksplisit tidak disebutkan bahwa kontrol diri merupakan faktor yang langsung mempengaruhi perilaku konsumtif, tetapi oleh peneliti dimasukkan dalam faktor psikologis pembeli, sehingga ada kemungkinan terdapat variabel ekstraneus yang mengantarai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion.

Penelitian ini merupakan penelitian yang sederhana sehingga didalamnya juga masih terdapat keterbatasan. Pertama, variabel bebas yang digunakan hanya 1 variabel, yaitu kontrol diri, dan masih banyak faktor lain yang belum menjadi pertimbangan peneliti untuk diteliti juga. Kedua, yaitu penelitian ini melibatkan subjek penelitian dalam jumlah yang terbatas yakni sebanyak 130 dari satu tempat penelitian saja, yaitu ibu rumah tangga di Perumahan Pejaya Anugrah Sidoarjo.

1V. KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada Ibu Rumah Tangga Perumahan Pejaya Anugrah Sidoarjo. Setelah penelitian, didapat hasil penelitian yaitu $r = -0,168$ dengan $p < 0,05$ ($p = 0,000$). Dengan hasil ini berarti hipotesis penelitian ditolak, sehingga kesimpulannya tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada Ibu Rumah Tangga Perumahan Pejaya Anugrah Sidoarjo.

REFERENSI

- [1] E. D. Astuti, "Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda," *eJournal Psikol.*, vol. 1, no. 2, pp. 148–156, 2013.
- [2] S. Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi*, 2nd ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- [3] R. Anggreini and S. Mariyanti, "Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul," *J. Psikol.*, vol. 12, no. 1, pp. 34–42, 2014.
- [4] R. C. M. Chita, L. David, and C. Pali, "Hubungan antara Self-Control dengan



Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011,” *J. e-Biomedik*, vol. 3, no. 1, 2015.

[5] U. Hasanah, “Hubungan antara Interaksi Teman Sebaya dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri,” Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013.

[6] O. Dikria and S. U. M. W., “Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013,” *J. Pendidik. Ekon.*, vol. 9, no. 2, pp. 143–155, 2016.

[7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.

[8] E. Erlyanawati, “Hubungan antara Kntrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta,” Surakarta, 2016.

[9] M. Renaldy, R. S. Dewi, and M. S. Hidayatullah, “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Konsumen Online Shop Melalui Sosial Media Pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Lambung Mangkurat,” *J. Kognisia*, vol. 1, no. 1, pp. 94–97, 2018.

[10] B. Tripambudi and E. S. Indrawati, “Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro,” *J. Empati*, vol. 7, no. 2, pp. 189–195, 2018.

[11] A. Bhuwaneswary, “Perilaku Belanja Online dan Kontrol Diri Mahasiswa Belitung di Yogyakarta Tahun 2016,” *E-Journal Bimbing. dan Konseling*, vol. 9, no. 5, pp. 222–234, 2016.

[12] K. A. Widyasari and I. G. A. D. Fridari, “Dinamika Kontrol Diri pada Ibu Bekerja yang Menjalani Latihan Yoga,” *J. Psikol. Udayana*, vol. 1, no. 1, pp. 84–93, 2013.