

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KEPERCAYAAN DIRI  
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I  
pada Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi**

**Oleh:**

**AULIA KHANSA WIGUNA  
F100160056**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA**

**PUBLIKASI ILMIAH**

**Oleh:**

**AULIA KHANSA WIGUNA**

**F 100 160 056**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen  
Pembimbing



**Dra. Juliani Prasetyaningrum, M.si, Psi.**  
**NIK.NIDN: 335/0617075901**

**HALAMAN PENGESAHAN  
HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA**

Oleh :

**AULIA KHANSA WIGUNA**

**F 100 160 056**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Rabu 10 November 2021  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

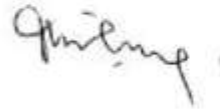
1. **Dra. Juliani Prasetyaningrum, M.si, Psi.**

(Ketua Dewan Penguji)



2. **Wisnu Sri Hertinjung, S.Psi., M.Psi., Psikolog**

(Anggota I Dewan Penguji)



3. **Ajeng Nova Dumpratiwi, S.Psi., M.Psi., Psikolog**

(Anggota II Dewan Penguji)



Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan,



**Prof. Taufik, S.Psi., M.Si., Ph.D**

**NIK.NIDN: 799/0629037401**


## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 12 Agustus 2021

Penulis



AULIA KHANSA WIGUNA

F 100 160 056

## **HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA**

### **Abstrak**

Perilaku konsumtif datang diwaktu yang bersamaan dengan hasrat remaja untuk mempercantik dan memperkeren penampilannya, hal ini dapat dipengaruhi oleh kontrol diri dan kepercayaan diri. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji hubungan antara kontrol diri, kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja, hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja, dan hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu ada hubungan antara kontrol diri, kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja, adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja, dan adanya hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. Metode yang digunakan pada penelitian ini metode kuantitatif dengan alat ukur berupa skala perilaku konsumtif, skala kontrol diri, dan skala kepercayaan diri. Populasi dalam penelitian ini merupakan siswa dan siswi dari SMA Negeri di Surakarta mulai dari kelas X, XI dan XII Mipa, dengan rentang usia 15-18 tahun sejumlah 105 siswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan teknik korelasi regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh hasil ada hubungan antara variabel kontrol diri dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Adapun antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif ditemukan hubungan negatif, yang artinya semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Korelasi antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif ditemukan hubungan negatif, yang artinya semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Sumbangan efektif untuk hubungan antara kontrol diri dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada penelitian ini adalah 48,9%. Berdasarkan hasil kategorisasi tingkat kontrol diri dan kepercayaan diri pada remaja tergolong tinggi dan tingkat perilaku konsumtif pada remaja tergolong sedang.

**Kata Kunci:** kontrol diri, kepercayaan diri, perilaku konsumtif, remaja

### **Abstract**

Consumptive behavior comes at the same time as teenagers' desire to beautify and improve their appearance, this can be influenced by self-control and self-confidence. The purpose of this study was to examine the relationship between self-control, self-confidence and consumptive behavior in adolescents, the relationship between self-control and consumptive behavior in adolescents, and the relationship between self-confidence and consumptive behavior in adolescents. The hypothesis proposed in this study is that there is a relationship between self-control, self-confidence and consumptive behavior in adolescents, there is a relationship between self-control and consumptive behavior in adolescents, and there is a relationship between self-confidence and consumptive

behavior in adolescents. The method used in this study is a quantitative method with measuring instruments in the form of a consumptive behavior scale, a self-control scale, and a self-confidence scale. The population in this study were students from SMA Negeri in Surakarta starting from class X, XI and XII Mipa, with an age range of 15-18 years with a total of 105 students. The sampling technique in this study used a purposive sampling technique. The data analysis technique used multiple regression correlation technique. Based on the results of data analysis, it was found that there was a relationship between the variables of self-control and self-confidence with consumptive behavior. There is a negative relationship between self-control and consumptive behavior, which means that the higher the self-control, the lower the consumptive behavior. The correlation between self-confidence and consumptive behavior is found to be negative, which means that the higher the self-confidence, the lower the consumptive behavior. The effective contribution to the relationship between self-control and self-confidence with consumptive behavior in this study was 48.9%. Based on the results of the categorization, the level of self-control and self-confidence in adolescents is classified as high and the level of consumptive behavior in adolescents is classified as moderate.

**Keywords:** self-control, self-confidence, consumptive behavior, adolescents

## 1. PENDAHULUAN

Pembelian dan pemakaian suatu barang yang dilakukan remaja saat ini tidak hanya untuk pemenuhan keperluan semata, melainkan sebagai ajang kompetisi untuk terlihat paling menarik dalam suatu pergaulan. Pembelian barang yang tidak begitu penting seperti mengikuti suatu *trend* dan *prestige*, secara tidak langsung akan mengakibatkan perilaku konsumtif pada remaja SMA.

Banyak remaja yang terjerumus dalam kehidupan konsumtif, mereka sanggup menggunakan banyak uang untuk memenuhi semua keinginan selain kebutuhannya. Biasanya remaja menggunakan uangnya untuk membeli pakaian, makanan, *gadget*, hiburan seperti menonton film, nongkrong dengan teman dan sebagainya. Masa remaja adalah masa dimana para remaja dalam situasi atau keadaan yang labil dan tidak bisa mengontrol diri yang menjadikan lingkungan pergaulan remaja dikelilingi oleh teman-temannya yang berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang dilakukan remaja sendiri didasari oleh perilaku yang ingin menyesuaikan diri dengan standart kelompok dan keinginan untuk diterima serta menjadi sama dengan teman sebaya sehingga remaja akan mengikuti

berbaga gaya hidup konsumtif yang sama dengan kelompoknya demi adanya pengakuan.

Dari media CNN Indonesia (2018) menurut data survey 82,5 persen responden mengenai masalah ini mengatakan bahwa para remaja selalu mengikuti saja trend yang ada tanpa melihat motif apapun. Hal ini yang mengakibatkan mereka membeli suatu barang secara spontan tanpa harus direncanakan. Dilihat dari data, jumlah para remaja putri merupakan persentase terbanyak yang cenderung dapat dipengaruhi untuk berperilaku konsumtif. Di mana mereka memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada mode, mudah terbujuik iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistik, romantis dan impulsif. Karakteristik ini tampaknya memudahkan mereka terjerat dalam perilaku membeli yang tidak efisien (Sinaga, 2018).

Selanjutnya dikutip dari Tribunnews.com (2020) dari sebuah survei yang dilakukan oleh Mifta pada 507 remaja, sebanyak 83% remaja mengalokasikan uang mereka untuk kebutuhan pribadi, 57% untuk kuliner, 48% untuk belanja *online* sedangkan 46% untuk belanja *offline* seperti di mall. Bagi sebagian besar remaja, memiliki pengeluaran untuk kebutuhan dan kepuasan pribadi merupakan suatu hal yang lumrah dikarenakan kebutuhan primer mereka masih di tanggung oleh orangtua sehingga uang saku yang diberikan banyak digunakan untuk hal-hal yang tidak penting. Hal lain yang menjadi penyebab para remaja boros karena timbulnya rasa gengsi atau kecenderungan untuk mengikuti trend Mifta (2020).

Perilaku konsumtif biasanya datang diwaktu yang bersamaan dengan hasrat remaja untuk mempercantik dan memperkeren penampilannya. Semakin beranjak dewasa seseorang, maka lingkungan bermainnya pun akan semakin berkembang, sehingga remaja mulai memperhatikan penampilan agar terlihat menarik dalam kelompoknya. Dalam hal tersebut beberapa remaja menggunakan barang-barang dengan merk-merk terkenal bahkan buatan luar negri. Tuntutan pergaulan yang hedonisme dan *impulsive buying* membuat remaja tidak mau kalah dan bersaing untuk terlihat paling menarik di lingkup *peer group* nya karena hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan diri pada remaja, sebab mereka akan merasa mendapatkan perhatian akan keberadannya dan pengakuan dari orang lain.

Kebiasaan menghabiskan uang saku untuk makan dan gaya hidup yang tinggi sudah tertanam pada remaja sejak dini. Sebuah survei pada remaja menunjukkan bahawa remaja dapat menghabiskan ratusan ribu bahkan jutaan rupiah setiap tahunnya. 8 ribu remaja dengan usia rata-rata 16 tahun sebagai responden. Sebanyak 54% responden merupakan laki-laki, dan 46% responden adalah perempuan. Survei ini juga mendapati bahwa 83% remaja memiliki *iphone*, yang berarti mereka berbelanja secara daring melalui *smartphone* yang dimilikinya. Beberapa *brand fashion* favorit remaja adalah *nike*, *adidas*, *H&M* yang masuk dalam jajaran merk yang digemari para remaja (CNN Indonesia, 2019).

Untuk lebih mendalami dan memahami fenomena tentang perilaku konsumtif, kontrol diri, dan kepercayaan diri pada siswa SMA di Surakarta, peneliti melakukan wawancara kepada 3 subjek sebagai data penunjang penelitian ini. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa narasumber uang jajan yang digunakan untuk membeli barang-barang yang menurutnya sedang *trend* agar tidak tertinggal dari teman-temannya dan untuk pergi bermain atau nongkrong bersama teman-temannya. Narasumber juga lebih memilih uangnya untuk jajan daripada untuk keperluan sekolah.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku konsumtif meningkat pada remaja, dimana remaja masih harus fokus pada tugas-tugas dan sekolahnya. Meskipun kebutuhan remaja masih ditanggung oleh orang tua, kecenderungan berbelanja dan sikap perilaku konsumtif yang menjadikan uang saku digunakan untuk membeli hal-hal yang tidak diperlukan karena terdapat rasa gengsi atau kecemburuan dalam mengikuti *trend*.

Remaja merupakan masa peralihan dari usia anak menjadi dewasa. Adanya perilaku sikap dan nilai-nilai sepanjang masa remaja menunjukkan perbedaan awal masa remaja yaitu kira-kira dari usia 13 tahun – 16 tahun atau 17 tahun usia saat dimana remaja memasuki sekolah menengah. Masa remaja awal yang dimulai dari umur 12-15 tahun, masa remaja pertengahan dari umur 15-18 tahun dan masa remaja akhir dari umur 18-21 tahun (Monks dan Haditono, 2002).



Anak remaja mempunyai karakteristik yang dapat berubah-ubah dengan sangat cepat dan tidak stabil sehingga cepat terpengaruh, terutama sikap konsumtif untuk membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukannya. Hal tersebut didasari oleh beberapa faktor termasuk pemborosan, pembelian secara impulsif dan juga hanya untuk tujuan bersenang-senang (Lestarina, Karimah, Febrianti, Ranny, & Herlina, 2017).

Menurut Lina & Rosyid (1997) perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli suatu barang yang berlebihan dengan tidak menggunakan pertimbangan yang rasional, melainkan dengan adanya keinginan dan kesenangan sementara. Kemudian menurut Averill (1973) kontrol diri merupakan sebuah kontrol personal dengan kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan menerima dan mengelola informasi yang diterima, serta kemampuan untuk menentukan sebuah perilaku yang sesuai dengan diri individu. Selanjutnya menurut Lauster (2003) kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri, bahwa dirinya mampu untuk menyelesaikan berbagai tugas dan tujuannya dengan benar dan mampu melakukan sesuai dengan keinginan dengan mudah dan tenang.

Destisya, Hendarso, & Yusnaini (2019) mengatakan bahwa rendahnya kontrol diri menyebabkan seseorang mudah untuk dipengaruhi. Sikap yang konsumtif tidak saja berpengaruh pada aspek ekonomi, tetapi juga pada interaksi sosial yang bisa menimbulkan kecemburuan sosial. Karakteristik seperti demikian yang bisa menyebabkan banyak orang atau kelompok menganggap bahwa status ekonomi adalah hal yang paling penting dan membuatnya bersaing untuk saling memperlihatkan status tersebut dan juga membuat cara hidup mereka sesuai dengan anggapannya yaitu bahwa ia menggunakan suatu produk atau jasa tertentu maka statusnya akan semakin diakui dilingkungannya. Sebagaimana disebutkan didalam penelitian-penelitian terdahulu terdapat korelasi yang negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif artinya kontrol diri yang semakin tinggi akan menyebabkan perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda semakin rendah (Sari, 2019).

Wiranata, N. H., & Dewi, (2018) mengatakan bahwa tingginya rasa percaya diri pada seseorang dapat membantunya untuk mempertimbangkan serta pemutusan dalam membeli produk-produk yang akan menampilkan dirinya dengan natural, tanpa ada pengaruh gengsi sebagai bentuk tekanan sosial, karena seorang individu dengan rasa percaya diri yang tinggi akan memunculkan diri apa adanya, dia tetap merasa percaya diri tanpa terpengaruh iklan atau promosi. Seseorang dengan kepercayaan diri yang tinggi akan mempertimbangkan kebutuhan daripada hanya sekedar gengsi. Hal ini sesuai dengan penelitian lain yang menjelaskan bahwa ditemukan pengaruh negatif antara kepercayaan diri pada perilaku konsumtif yang artinya kepercayaan diri yang makin tinggi dapat menyebabkan perilaku konsumtif menjadi lebih rendah (Agus, 2018).

Faktor perilaku konsumtif yang berkaitan dengan kontrol diri yaitu kontrol diri berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan suatu pembelian dan mempertimbangkan secara rasional, dan juga tidak mudah dipengaruhi oleh lingkungannya. Seseorang dengan kepercayaan diri yang rendah juga mudah dipengaruhi oleh kelompoknya dalam memilih barang dengan merk yang berbeda seperti pakaian dan barang-barang yang akan mengkomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat (Kotler, 2005).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) Hubungan antara kontrol diri, kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja, 2) Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. 3) Hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. Hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya hubungan antara kontrol diri, kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. Kemudian adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. Dan yang terakhir adanya hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja.

## 2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Terdapat 3 variabel yang akan diuji pada penelitian ini, yaitu variabel bebas (X1) yaitu kontrol diri, dan variabel bebas (X2) yaitu kepercayaan diri. Sedangkan untuk variabel terikat (Y) yaitu perilaku konsumtif.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Populasi dalam penelitian ini merupakan siswa dan siswi dari SMA Negeri di Surakarta mulai dari kelas X, XI dan XII Mipa, dengan rentang usia 15-18 tahun. Jumlah populasi sebanyak 1027 siswa. Sampel pada penelitian ini berjumlah 105 orang, yang terdiri dari 35 orang dari siswa kelas X mipa, 34 orang dari kelas XI mipa, dan 36 orang dari kelas XII mipa. Penelitian dilakukan pada hari Jumat tanggal 19 Maret 2021, data yang diambil dari responden menggunakan media link google form yang diserahkan kepada wali kelas kemudian disebarluaskan melalui *group whatsapp* masing-masing kelas.

Untuk mengukur tingkat perilaku konsumtif, peneliti menyusun skala berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Lina & Rosyid (1997) yang terdiri dari aspek pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non-rational buying*). Jumlah aitem yang dibuat adalah 25 aitem yang terdiri dari 18 *favorable* dan 7 *unfavorable*.

Untuk mengukur tingkat kontrol diri, peneliti menyusun skala berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Averill (1973) yang terdiri dari aspek mengontrol perilaku (*behavioral control*), mengontrol kognitif (*cognitive control*), dan mengontrol keputusan (*decision control*). Jumlah aitem yang dibuat adalah 39 aitem yang terdiri dari 20 *favorable* dan 19 *unfavorable*.

Untuk mengukur tingkat kepercayaan diri, peneliti menyusun skala berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Lauster (2003) yang terdiri dari aspek keyakinan atas kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, dan rasional. Jumlah aitem yang dibuat adalah 39 aitem yang terdiri dari 18 *favorable* dan 15 *unfavorable*.

Pada penelitian ini, *expert judgement* ini dikonsultasikan dengan *professional rater judgement* yang dilakukan oleh tiga dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Setelah dilakukan *expert judgement* akan didapatkan hasil yang dianalisis dengan menggunakan formula Aiken's V.

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilihat dari *Cronbach's alpha*. Suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang tingkat reliabilitasnya tinggi dapat disebut bahwa pengukuran tersebut reliabel. Uji reliabilitas alat ukur menggunakan *Cronbach alpha* melalui program komputer SPSS *for windows*. Dalam sebuah penelitian reliabilitas dapat dilihat dari rentang angka 0 - 1,00. Semakin mendekati 1,00 maka akan ada konsistensi yang sempurna pada hasil ukur yang bersangkutan (Azwar, 2012). Setelah dilakukan pengujian reliabilitas diperoleh hasil perhitungan dengan nilai koefisien reliabilitas (*alpha cronbach*) skala perilaku konsumtif sebesar 0,896, kemudian skala kontrol diri sebesar 0,894 dan skala kepercayaan diri sebesar 0,854.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diketahui terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif, hal ini dapat dilihat dari nilai korelasi ( $r$ ) = 0,699 dan nilai ( $F$ ) = 48.839 dengan Sig 0,000 < 0,05. Hasil ini sesuai dengan hipotesis awal penelitian yaitu adanya hubungan antara kontrol diri, kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. Hal ini didukung oleh pernyataan Kotler (2005) kontrol diri berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan suatu pembelian dan mempertimbangkan secara rasional, dan juga pemilihan barang dengan merk yang berbeda seperti pakaian dan barang-barang yang akan mempengaruhi kepercayaan diri yang dimiliki. Begitu juga pernyataan Siallagan dan Derang (2021) mengatakan bahwa seiring bertambahnya usia remaja akan berkembang kemampuan mengontrol diri menjadi remaja yang lebih konsisten agar lebih sesuai dengan harapan di lingkungan sosialnya tanpa perlu diawasi. Selain itu kemampuan untuk mengontrol diri juga dapat berkembang seiring bertambahnya kematangan emosi.

Destisya, Septika, Hendarso dan Yusnaini (2019) mengatakan bahwa rendahnya kontrol diri menyebabkan seseorang gampang untuk dipengaruhi. Sikap yang konsumtif tidak saja berpengaruh pada aspek ekonomi, tetapi juga pada interaksi sosial yang bisa menimbulkan kecemburuan sosial. Kecemburuan sosial yang dimaksud dapat berupa anggapan bahwa semakin mahal barang yang dimiliki maka akan semakin tinggi derajatnya dalam lingkungan sehingga orang yang tidak hedonisme akan dianggap *inferior* dan tidak gaul. Sedangkan Tomé-Lourido, Arce, & Ponte (2019) mengungkapkan bahwa remaja dengan kepercayaan diri yang tinggi pada umumnya kompeten dalam melakukan aktivitasnya dan mampu untuk mengambil keputusan dalam hidupnya. Remaja yang percaya diri juga akan memiliki rasa kontrol, dapat merencanakan, dan memiliki motivasi positif dan berharap dalam kehidupan selanjutnya dan percaya dengan apa yang mereka lakukan. Hal itu membuat remaja lebih optimis dalam menjalani keseharian dan tidak mudah ragu dalam menentukan kebutuhan hidupnya serta senang pada dirinya sendiri (*self love*).

Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif dilihat dari nilai korelasi ( $r = -0,693$  dengan *Sig (1-Tailed) 0,000* ( $p < 0,05$ ) yang dapat dikatakan bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Yang artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Hal serupa juga terpapar dalam penelitian yg dilakukan oleh Siallagan dan Derang (2021) mengatakan bahwa remaja yang dengan kontrol diri yang tinggi akan memiliki sikap disiplin dalam menyelesaikan tugas-tugasnya maupun pekerjaannya, dan memiliki tolok ukur atau penilaian pada dirinya sendiri, sulit akan kehilangan kendali diri, dan tidak mudah emosi, frustrasi serta melakukan pembelian yang terus menerus remaja sudah merasa cukup dengan barang-barang yang digunakan sehari-hari sehingga mereka merasa tidak perlu membeli barang-barang keluaran terbaru. Pengendalian diri yang baik dapat menciptakan suatu kemampuan remaja dalam mengatur, membimbing dan mengarahkan perilaku yang dapat membawa kearah yang lebih positif. Remaja dengan pengendalian diri yang tinggi juga sudah dapat menentukan barang yang sesuai dengan harga dan manfaat kebutuhannya.

Hasil dari penelitian kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif dapat dilihat dari nilai korelasi ( $r$ ) = -0,570 dengan *Sig (1-Tailed)*  $0,000 < 0,05$  yang dapat dikatakan bahwa ada hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Yang artinya semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki seseorang, maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya. Hal tersebut didukung juga oleh penelitian yang dilakukan Wiranata, N. H., & Dewi (2018) bahwa tingginya rasa percaya diri pada seseorang dapat membantunya untuk mempertimbangkan serta pemutusan dalam membeli produk-produk yang sesuai dengan kebutuhannya tanpa terpengaruh hal lain sebagai bentuk tekanan sosial. Seseorang dengan kepercayaan diri yang tinggi akan mempertimbangkan kebutuhan daripada hanya sekedar gengsi. Tidak dapat di pungkiri tekanan sosial yang tinggi dalam pergaulan dapat membentuk sikap gengsi dan perasaan tidak percaya diri yang membuat seseorang merasa wajib untuk memenuhi tuntutan pergaulan yang ada agar dapat diterima dalam kelompoknya.

Terdapat sumbangan efektif antara variabel kontrol diri dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif berdasarkan koefisien  $R^2$  (R Square) = 0,489 sehingga dapat dikatakan bahwa sumbangan variabel bebas pada penelitian ini adalah 48,9%. Dengan rincian variabel kontrol diri mempengaruhi variabel perilaku konsumtif sebesar 41,23%. Variabel kepercayaan diri yang mempengaruhi variabel perilaku konsumtif 7,69% dan sebesar 51,1% dipengaruhi oleh variabel lain misalnya konformitas keompok, harga diri, dan gaya hidup yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tingkat perilaku konsumtif pada remaja tergolong sedang, hal tersebut dilihat dari hasil rerata hipotetik (RH) sebesar 62,5 dan rerata empirik (RE) sebesar 54,06. Diketahui bahwa sebanyak 9 orang (8,6%) masuk dalam kategori sangat rendah, 21 orang (20%) masuk dalam kategori rendah, 48 orang (45,7%) masuk dalam kategori sedang, 24 orang (22,9%) masuk dalam kategori tinggi, dan untuk kategori sangat tinggi sebanyak 3 orang (2,9%).

Remaja memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi, hal ini dapat dilihat dari hasil rerata empirik sebesar 112,10 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 97,5. Bahwa sebanyak 6 orang (5,7%) masuk dalam kategori sangat rendah, 23 orang (21,9%)

masuk dalam kategori rendah, 50 orang (47,6%) masuk dalam kategori sedang, 17 orang (16,2%) masuk dalam kategori tinggi, dan kategori sangat tinggi sebanyak 9 orang sebanyak (8,6%).

Tingkat kepercayaan diri pada remaja tegrolong tinggi, hal tersebut dapat dilihat dari hasil rerata empirik sebesar 94,11 dan rerata hipotetik sebesar 82,5. Bahwa sebanyak 4 orang (3,8%) masuk dalam kategori sangat rendah, 37 orang (35,2%) masuk dalam kategori rendah, 34 orang (32,4%) masuk dalam kategori sedang, 22 orang (21%) masuk dalam kategori tinggi dan kategori sangat tinggi sebanyak 8 orang (7,6%).

#### **4. PENUTUP**

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri, kepercayaan diri dan perilaku konsumtif pada remaja, kemudian terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada remaja yang artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, kemudian terdapat hubungan negatif antara kepercayaan diri dan perilaku konsumtif pada remaja yang artinya semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki seseorang, maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka peneliti mengajukan beberapa saran. Disarankan kepada subjek penelitian untuk dapat menurunkan kecenderungan perilaku konsumtif dengan aktif mengikuti kegiatan ekstrakurikuler di sekolah atau mengikuti les musik untuk meningkatkan kemampuan kontrol diri dan kepercayaan diri. Kemudian saran bagi orang tua untuk membantu dengan memfasilitasi kemampuan anak dalam meningkatkan kemampuannya dalam mengontrol diri dan kepercayaan diri dengan mengikut sertakan anak dalam kegiatan positif seperti mengikuti ekstrakurikuler, mengikuti les musik, serta melatih tanggung jawab anak terhadap diri sendiri agar menurunkan kecenderungan anak pada perilaku konsumtif. Dan yang terakhir saran bagi peneliti selanjutnya disarankan agar melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain selain kontrol diri dan kepercayaan diri

melainkan dengan variabel dan subjek yang belum pernah diteliti agar dapat menambah wawasan dan cakupan penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, L. U. (2018). Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif Menggunakan Produk Pemutih Wajah. *Jurnal Riset Psikologi*, vol: 3, 31-39.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Destisya, J., Hendarso, Y., & Yusnaini, Y. (2019). Peran Peer Group Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(2), 126–139. <https://doi.org/10.33369/jsn.5.2.126-139>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lauster, P. (2003). *Tes Kepribadian (alih bahasa: D.H. Gulo)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, 2(4), 5–13.
- Miftah. (2020). YOLO & FOMO Mungkin Bikin Remaja Boros, tapi Ada Keuntungan yang Bisa Didapat Lho! Ini Prinsipnya. Retrieved from [Tribunnews.com website: https://www.tribunnews.com/lifestyle/2020/04/07/yolo-fomo-mungkin-bikin-remaja-boros-tapi-ada-keuntungan-yang-bisa-didapat-lho-ini-prinsipnya?page=4](https://www.tribunnews.com/lifestyle/2020/04/07/yolo-fomo-mungkin-bikin-remaja-boros-tapi-ada-keuntungan-yang-bisa-didapat-lho-ini-prinsipnya?page=4)
- Monks, F.J, Knoers, A.M.P, Haditono, S. R. (2002). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh gaya hidup brand minded dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda. *Psikoborneo*, 7(2), 165–179.
- Siallagan, Derang, P. G. N. (2021). Hubungan Kontrol Diri dengan perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di STIKes SANTA ELISABETH Medan. *Jurnal Darma Agung Husada*, 8(1), 54–61.



- Sinaga, D. (2018). Mengapa Ikut Trend Membuat Remaja jadi Boros. Retrieved from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/keluarga/20180103101538-436-266262/mengapa-ikut-trend-membuat-remaja-jadi-boros>
- Tim CNN Indonesia. (2019). Remaja Habiskan Rp36 Juta Belanja Pakaian dan Makanan. Retrieved April 26, 2019, from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190412183341-277-385832/remaja-habiskan-rp36-juta-belanja-pakaian-dan-makanan>
- Tomé-Lourido, D., Arce, C., & Ponte, D. (2019). The relationship between competitive state anxiety, self-confidence and attentional control in athletes. *Revista de Psicología Del Deporte*, 28(4), 143–150.
- Wiranata, N. H., & Dewi, D. K. (2018). Hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Perilaku Membeli Produk Fashion Melalui Online Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, vol: 5, no:1; 1-4.