

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA *E-COMMERCE*  
(STUDI KORELASI PADA MAHASISWA PSIKOLOGI ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI  
HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER)**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Psikologi Islam



Oleh :  
**Siti Shofwatil Himami**  
**NIM : 204103050002**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
JULI 2024**

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA *E-COMMERCE*  
(STUDI KORELASI PADA MAHASISWA PSIKOLOGI ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI  
HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER)**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Psikologi Islam

Oleh

**Siti Shofwatil Himami**  
**NIM : 204103050002**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Disetujui Pembimbing

  
**Dr. Kun Wazis, S.Sos., M.I.Kom**  
**NIP : 197410032007101002**

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA E-COMMERCE  
(STUDI KORELASI PADA MAHASISWA PSIKOLOGI ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI  
HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER)**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Fakultas Dakwah

Program Studi Psikologi Islam

Hari : Jum'at

Tanggal : 14 Juni 2024

Tim penguji

Ketua Sidang

Sekretaris

  
Arrumaisha Fitri, M.Psi.  
NIP. 198712232019032005

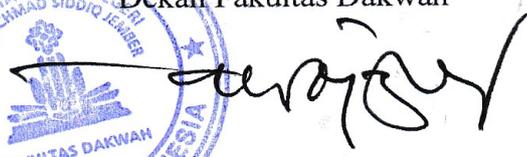
  
Dr. Ainul Churria Almatulhikmah, M.Ag  
NIP. 1993050142020122007

Anggota :

1. Dr. Imam Turmudi, M.M. 
2. Dr. Kun Wazis, S.Sos., M.I.Kom 

Menyetujui  
Dekan Fakultas Dakwah



  
Dr. Fawaizul Umam, M.Ag  
NIP.1973027200031001

## MOTTO

وَأَصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدْوَةِ وَالْعَشيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ وَلَا تَعْدُ عَيْنَكَ  
عَنْهُمْ تُرِيدُ زِينَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَلَا تُطِعْ مَنْ أَغْفَلْنَا قَلْبَهُ عَن ذِكْرِنَا وَاتَّبَعَ هَوَاهُ وَكَانَ  
أَمْرُهُ فُرُطًا

"Dan bersabarlah engkau (Muhammad) bersama orang yang menyeru Tuhannya pada pagi dan senja hari dengan mengharap keridaan-Nya; dan janganlah kedua matamu berpaling dari mereka (karena) mengharapkan perhiasan kehidupan dunia; dan janganlah engkau mengikuti orang yang hatinya telah Kami lalaikan dari mengingat Kami, serta menuruti keinginannya dan keadaannya sudah melewati batas"<sup>1</sup>



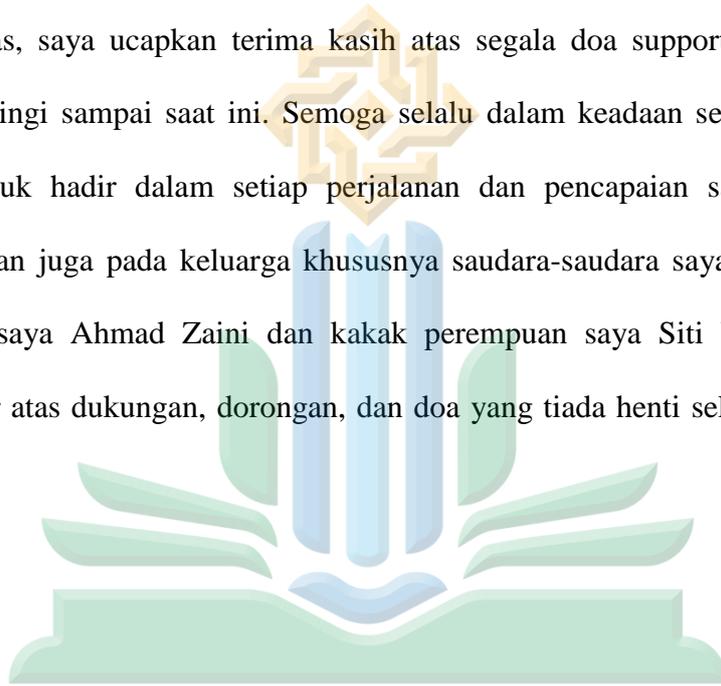
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Ar Rahim: Al-Quran Dan Terjemahannya*:?a (Bandung: CV. Mikraj Khasanah Ilmu, 2014), 235.

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya dedikasikan khusus untuk orang tua. Kepada Bapak Muhammad yang saya hormati dan Ibu Sitri tercinta, yang senantiasa mendoakan kesejahteraan anak-anaknya, serta selalu memberikan kasih sayang dan kesabaran tiada batas, saya ucapkan terima kasih atas segala doa support, dimana sudah mendampingi sampai saat ini. Semoga selalu dalam keadaan sehat dan panjang umur untuk hadir dalam setiap perjalanan dan pencapaian saya. Skripsi ini dedikasikan juga pada keluarga khususnya saudara-saudara saya tercinta, kakak laki-laki saya Ahmad Zaini dan kakak perempuan saya Siti Udhiyyah. Saya bersyukur atas dukungan, dorongan, dan doa yang tiada henti selama pencapaian ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

Siti Shofwatil Himami, 2024 : *Hubungan Antara Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce (Studi Korelasi Pada Mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)*

**Kata Kunci** : Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif, E-Commerce

Saat ini banyak individu menggunakan alternatif tercepat dalam melakukan aktivitasnya tidak terkecuali dalam membeli kebutuhan secara online dengan aplikasi *e-commerce*. Yang mana dapat menyebabkan individu memiliki perilaku konsumtif. Dikarenakan pada usia mahasiswa merupakan usia dimana mereka menghadapi perilaku konsumtif yang dapat berkonsekuensi negatif bagi mereka yang sering melakukan pembelian berlebihan. Disamping itu mahasiswa dapat menggunakan tindakan dengan kontrol diri yang dapat mengurangi dan menghindari perilaku perilaku konsumtif.

Penelitian ini menarik rumusan masalah yakni apakah terdapat hubungan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember? Dengan tujuan untuk mengetahui dan memahami terkait hubungan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Metode penelitian yang digunakan yakni metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Cara yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Yang mana mendapatkan total jumlah 83 dari mahasiswa aktif Psikologi Islam UIN KHAS Jember dengan jarak usia kisaran 18 tahun hingga 21 tahun. Metode pengambilan data dengan observasi dan kuesioner yang didalamnya terdapat tentang skala kontrol diri skala perilaku konsumtif. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data yakni korelasi *pearson product moment*.

Hasil analisis data yang didapatkan menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  melalui *pearson product moment* dalam penelitian ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Maka dari itu  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang mana dilihat dari *pearson correlation* menunjukkan nilai sebesar  $-0,733$ . *Pearson correlation* menunjukkan hasil nilai yang bersifat negatif yang artinya terdapat hubungan berbanding terbalik, oleh karena dapat disimpulkan bahwa individu yang mempunyai kontrol diri yang rendah maka akan tinggi perilaku konsumtif dan sebaliknya individu yang mempunyai kontrol diri yang tinggi akan rendah perilaku konsumtifnya.

## KATA PENGANTAR

Peneliti mengungkapkan rasa terimakasih serta syukur dan nikmat yang tiada batas kehadirat Allah SWT, serta sholawat yang selalu terucap kehadirat baginda rosul Muhammad SAW, yang mana memungkinkan kita untuk menikmati keindahan dalam menuntut ilmu, serta sebagai ungkapan rasa bangga & cinta terhadap bangsa dan agama.

Seizin Allah SWT skripsi dengan judul “Hubungan Antara Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce (Studi Korelasi Pada Mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)”.

Hasil ini tak lepas dari masukan dan bimbingan dari guru serta dosen pengajar selama masa perkuliahan untuk itu peneliti menyampaikan rasa apresiasi yang tiada batas terhadap :

1. Prof. Dr. Hepni, S. Ag, M. M. CPEM, sebagai rektor UIN KHAS Jember atas kesempatan untuk menempuh program perkuliahan.
2. Dr. Fawaizul Umam. M. Ag, Dekan Fakultas Dakwah beserta jajarannya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
3. Arrumaisha Fitri M. Psi. Psikolog, selaku Ketua Program Studi Psikologi Islam yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian terhadap mahasiswa aktif Psikologi Islam
4. Dr. Kun Wazis, S. Sos, M.I.Kom, sebagai pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi ini dengan sangat baik

5. Suryadi, M. A, selaku dosen pembimbing akademik dari penulis yang telah memberikan arahan akademik sejak awal berada di perkuliahan hingga saat ini.
6. Staff Dosen Fakultas Dakwah terkhusus Prodi Psikologi Islam yang telah menyalurkan ilmun, dalam menyelesaikan skripsi tepat waktu dan mengganti orang tua selama melaksanakan pendidikan.
7. Kepada sahabat-sahabat saya Muflihatus Sa'aadah, Rosana Michelle Elliyghaniy, Hafidhatun Ni'mah, Nurul Kamaliyah, Siti Ilmini Ika Rani yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada peneliti serta selalu setia mendengarkan curahan hati peneliti untuk tetap mengerjakan skripsi saya.
8. Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari program studi Psikologi Islam 1 tahun angkatan 2020 atas dukungan dan kerja samanya selama menempuh pendidikan serta penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas do'a serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi, tidak dapat disebutkan satu per satu, dan menyadari tidak ada pun yang sempurna.

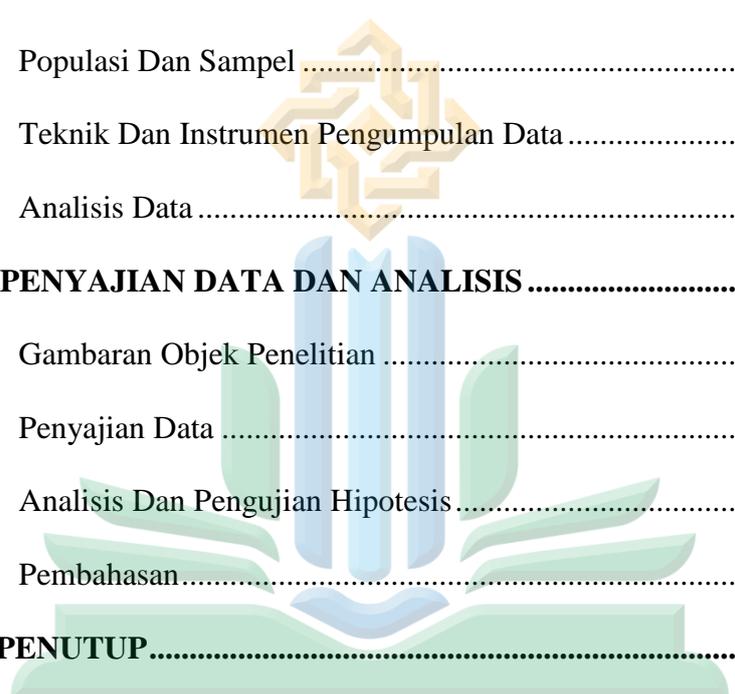
Jember, 19 Mei 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                  |          |
|----------------------------------|----------|
| HALAMAN SAMPUL.....              | ii       |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING .....     | iii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....          | iv       |
| MOTTO.....                       | v        |
| PERSEMBAHAN.....                 | vi       |
| ABSTRAK .....                    | vii      |
| KATA PENGANTAR .....             | viii     |
| DAFTAR ISI.....                  | x        |
| DAFTAR TABEL .....               | xii      |
| DAFTAR GAMBAR.....               | xiv      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>    | <b>1</b> |
| A. Latar Belakang Masalah.....   | 1        |
| B. Rumusan Masalah .....         | 15       |
| C. Tujuan Penelitian .....       | 16       |
| D. Manfaat Penelitian .....      | 16       |
| E. Ruang Lingkup Penelitian..... | 17       |
| 1. Variabel Penelitian .....     | 17       |
| 2. Indikator Variabel .....      | 18       |
| F. Definisi Operasioanal.....    | 19       |
| G. Asumsi Penelitian .....       | 21       |
| H. Hipotesis.....                | 22       |
| I. Sistematika Pembahasan .....  | 23       |

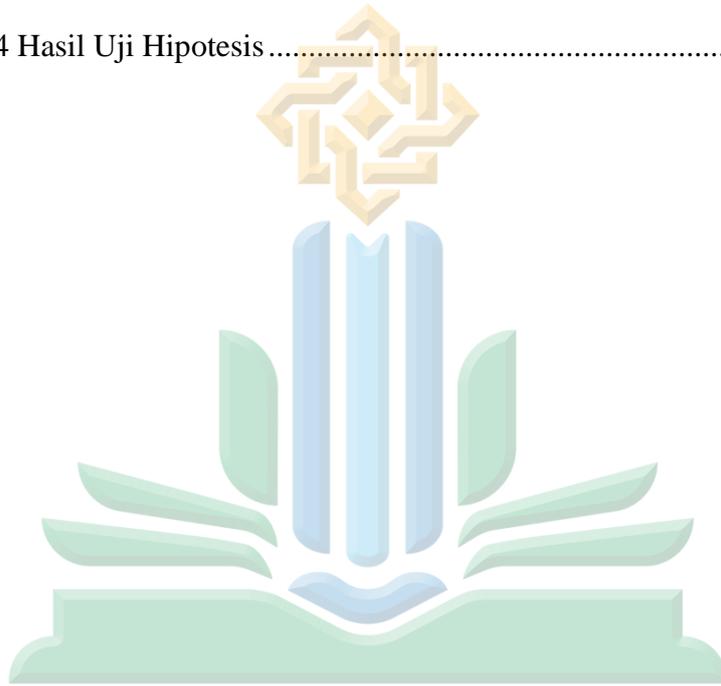
|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>              | <b>25</b> |
| A. Penelitian Terdahulu .....                   | 25        |
| B. Kajian Teori .....                           | 33        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>          | <b>49</b> |
| A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....         | 49        |
| B. Populasi Dan Sampel .....                    | 50        |
| C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data .....  | 51        |
| D. Analisis Data .....                          | 61        |
| <b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b> | <b>64</b> |
| A. Gambaran Objek Penelitian .....              | 64        |
| B. Penyajian Data .....                         | 67        |
| C. Analisis Dan Pengujian Hipotesis.....        | 80        |
| D. Pembahasan.....                              | 83        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                      | <b>89</b> |
| A. Simpulan .....                               | 89        |
| B. Saran-Saran .....                            | 89        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                     | <b>91</b> |


  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAL HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Data Pengguna <i>E-Commerce</i> .....   | 14      |
| Tabel 1.2 Indikator Variabel .....  | 18      |
| Tabel 1.3 Definisi Operasional .....  | 20      |
| Tabel 2.1 Deskripsi Penelitian Terdahulu .....  | 30      |
| Tabel 3.1 Jumlah Populasi Mahasiswa Psikologi Islam .....   | 50      |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....  | 53      |
| Tabel 3.3 Blue Print Skala Kontrol Diri .....   | 53      |
| Tabel 3.4 Blue Print Skala Perilaku Konsumtif .....   | 54      |
| Tabel 3.5 Validitas Skala Konrol Diri.....  | 57      |
| Tabel 3.6 Validitas Skala Perilaku Konsumtif.....   | 58      |
| Tabel 3.7 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....   | 60      |
| Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri .....   | 60      |
| Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif .....   | 60      |
| Tabel 4.1 Total Nilai Variabel Dan Identitas Responden .....  | 67      |
| Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....  | 70      |
| Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....   | 73      |
| Tabel 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 72      |
| Tabel 4.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Pengguna <i>E-Commerce</i> .....                              | 73      |
| Tabel 4.6 Frekuensi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pembelian Di<br>Aplikasi <i>E-Commerce</i> ..... | 74      |
| Tabel 4.7 Hasil Olah Data Descriptive Statistic .....   | 76      |
| Tabel 4.8 Rumus Kategorissi .....   | 76      |

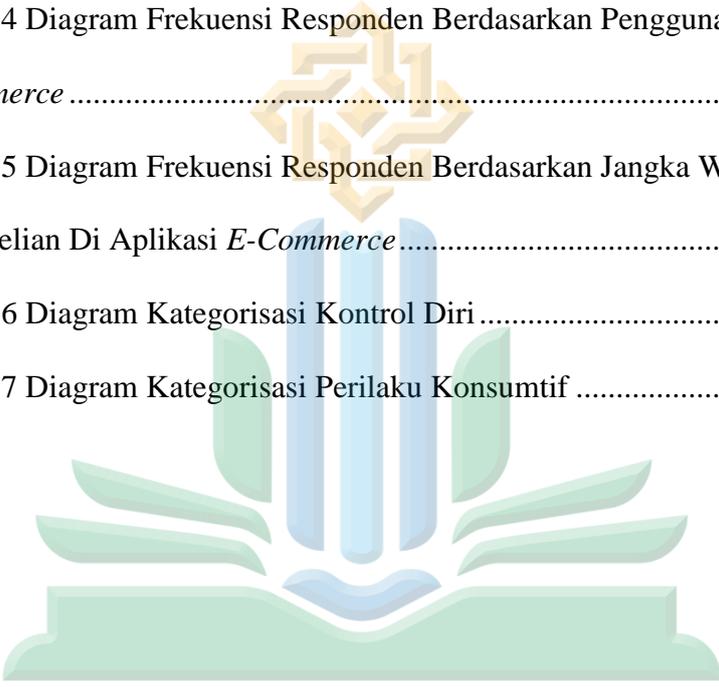
|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.9 Kategorisasi Variabel Kontrol Diri .....        | 77 |
| Tabel 4.10 Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif ..... | 79 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....                     | 80 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas .....                     | 81 |
| Tabel 4.13 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi ..... | 82 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis .....                      | 82 |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 4.1 Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan....   | 71 |
| Gambar 4.2 Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....  | 72 |
| Gambar 4.3 Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....   | 73 |
| Gambar 4.4 Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi <i>E-Commerce</i> .....                  | 74 |
| Gambar 4.5 Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pembelian Di Aplikasi <i>E-Commerce</i> ..... | 75 |
| Gambar 4.6 Diagram Kategorisasi Kontrol Diri .....  | 78 |
| Gambar 4.7 Diagram Kategorisasi Perilaku Konsumtif .....  | 79 |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan individu yang hidup dengan memiliki kebutuhan yang harus terpenuhi. Dalam memenuhi kecukupan kebutuhan individu melaksanakan proses jual beli. dalam hal ini berbelanja memberikan rasa senang bagi setiap individu sendiri. Chita, David, dan Pali mengatakan bahwa setiap individu berkesanggupan memenuhi kebutuhan selama masa kehidupannya yang artinya pelayanan oleh penjual bertujuan memperoleh kepuasan dari sesuatu yang bersifat barang.<sup>2</sup> Biasanya proses berawal dari membeli. Proses jual beli ini merupakan suatu aktivitas oleh individu yang banyak disukai terutama oleh mahasiswa. Mahasiswa merupakan bagian dari salah satu dari masa remaja akhir.

Santrock dan Hurlock berpendapat bahwa masa remaja adalah peralihan perkembangan dari anak-anak menuju dewasa, baik perubahan secara biologis, kognitif, dan emosional.<sup>3</sup> Masa remaja terdiri dari tiga tahap: awal remaja (13-15 tahun), tengah remaja (15-17 tahun), dan akhir remaja (17-21 tahun). Mahasiswa termasuk dalam kelompok remaja akhir, dimana pada usia mereka ini memerlukan penerimaan dari lingkungan sosialnya, sedang dalam pencarian jati diri, serta dengan kondisi emosi yang labil. Selain itu juga

---

<sup>2</sup> Dina Amalia, dan Rinaldi, *Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsutif Belanja Online Pada Mahasiswa UNP*. Jurnal Riset Psikologi 8, No 4 (Padang, 2019): 3, <http://dx.doi.org/10.24036/jrp.v2019i4.7969>

<sup>3</sup> Ramadona Dwi Marsela, Mamat Supriatna, *Kontrol Diri : Definisi Dan Faktor*, *Journal Of Inovatif Counseling: Theory, Practice, And Research* (umtas.ac.id)

mahasiswa memiliki keinginan dari hawa nafsu yang tinggi dalam memenuhi segala keinginannya.<sup>4</sup>

Pada masa remaja akhir yang ada pada usia antara 17 sampai 21 tahun cenderung mempunyai keinginan tahun yang tinggi terhadap peristiwa baru. Mereka mempunyai keberanian untuk mencoba hal-hal baru dengan mengikuti *trend* yang sedang populer. Oleh hal ini individu dapat mudah terpengaruh akibat iklan yang ada di sosial media dan hanya melihatnya membuat individu tersebut mengambil keputusan untuk mengeluarkan uangnya untuk membelinya. Selain itu juga mahasiswa mencari alternatif tercepat dalam membeli suatu barang yang diinginkannya.<sup>5</sup> Bagi mahasiswa bisa leluasa memakai pakaian ataupun membeli barang yang mereka inginkan dalam perkuliahan menjadikan mereka bersaing dalam berpenampilan mempesona dengan penggunaan barang yang menjadi *trend* pada waktu tertentu. Hal ini bukan hanya pada mahasiswa dengan kalangan ekonomi atas, namun mahasiswa dengan perekonomian menengah juga mengikuti *trend* gaya hidup yang dipengaruhi oleh lingkungan. pertemanan yang menjadikan pemicu dalam perubahan<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Ririn Anggraeni, Sulis Mariyanti, *Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*, *Jurnal Psikologi* 12, No. 1 (Jakarta, 2014): 34, <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1461/1330>.

<sup>5</sup> Astrid Refkiearta Ismania, Abdurrohimi, *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Pengguna E-Commerce Shopee*, *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, (Semarang, 2023): 719, <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/JIMU/article/view/33629>.

<sup>6</sup> Lutfiah, Muhammad Basri, Heni Kuswanti, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak*, *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 11, No. 3 (Pontianak, 2022): 2, <https://dx.doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>

Pada saat ini alternatif tercepat yang dipilih mahasiswa yaitu cenderung melakukan apapun dengan bergantung pada kecanggihan teknologi yang dapat mempermudah dalam melaksanakan kegiatan keseharian. Teknologi menghadapi kemajuan yang cepat dalam semua aspek. Salah satunya kemajuan yang menghadapi kepesatan yakni media sosial. Pemakaian jaringan sebagai saluran media telah memperoleh daya pikat sebagai fasilitas penjualan tercepat dan terbuka. Kesuksesan ini bermaksud dalam memenuhi keragaman kebutuhan individu.<sup>7</sup>

Teknologi yang berkembang memberi dampak bagi individu. Adanya internet yang canggih memberikan keringanan bagi seseorang dalam mengakses seluruh informasi dengan internet. Bahkan para pembisnis dan produsen pun semakin banyak menawarkan produknya melalui internet. Kemudahan yang dijumpai dengan adanya jaringan yakni mempermudah transaksi dengan berbelanja *online* di internet salah satunya pada aplikasi *e-commerce*. *E-commerce* atau *Elektronic Commerce* yakni teknologi yang bergerak dalam bidang perdagangan yang memenuhi kebutuhan mendasar disetiap seseorang.<sup>8</sup> Hal ini dalam perdagangan menjadikan *e-commerce* sebagai penawaran perubahan dengan jaringan, artinya dalam berbelanja tidak membutuhkan perjumpaan berhadapan seperti pada toko konvensional, namun individu dapat langsung melakukan pembelian melewati jaringan

---

<sup>7</sup> Hargita Syi Vadila Sudarisman, *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop Pada Mahasiswi*, *Journal Acta Psychologia* 1, No. 1 (Yogyakarta, 2019): 54, <https://journal.uny.ac.id/index.php/acta-psychologia/oai>

<sup>8</sup> Hani Atun Mumtahana, Et Al, *Pemanfaatan Web E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran*, *Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika* 2, No. 1 (Madiun, 2017): 6, <https://doi.org/10.23917/khif.v3i1.3309>.

sosial media yang dipakai mahasiswa dengan banyak penawaran. dan dalam proses transaksinya dapat menggunakan jaringan melalui aplikasi *e-commerce*<sup>9</sup>.

Sekarang pengguna *e-commerce* di Indonesia terus mengalami peningkatan, bersumber pada data *Statista Market Insight* jumlah tersebut di tahun 2022 menjangkau 178,94 juta orang. Dimana dilihat dengan tahun sebelumnya angka tersebut melonjak 12,79%. Melihat kepopuleran *e-commerce* di Indonesia diprediksi akan mencapai sebesar 196,47 juta pengguna hingga akhir tahun 2023. Peningkatan besaran pengguna *e-commerce* akan diprediksi sampai empat tahun kedepan. Pada tahun 2027, *Statista Market* memperkirakan penggunaan *e-commerce* di Indonesia akan mencapai 244,67 juta orang, sedangkan Bank Indonesia memperkirakan transaksi *e-commerce* akan mencapai Rp. 476,3 triliun pada tahun 2022.<sup>10</sup>

Berdasarkan data *Similarweb*, *Shopee* menjadi situs *e-commerce* dengan pengguna terbanyak dalam kategori *marketplace*, situs *Shopee* tercatat menerima 23,7 juta kunjungan pada september 2023 dengan melaju tinggi 38% dibandingkan pada posisi awal tahun. Untuk situs *Tokopedia* pada September dibandingkan di awal tahun sudah terdFTAR menggapai sampai 88,9 juta kunjungan dengan melesat sebanyak 31%. Pada situs *Blibli* menjadi berkembang 1% dengan jumlah kunjungan 28,9 juta pengunjung, serta

---

<sup>9</sup> Dewi Arum, *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee, Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8, No.9 (Surabaya 2021) : 93, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/42541>

<sup>10</sup> Ridwan Mustajab, "Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada Tahun 2023," *Data Indonesia. Id* September 4, 2023, <https://dataIndonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>

Bukalapak merorsot 44% menjadi 11,2 juta pengunjung, namun dalam periode sama perolehan situs Lazada menjadi anjlok sebesar 48% menjadi 47,7 juta kunjungan. Saat ini lima situs yang disebutkan merupakan kategori *marketplace* tersasar di Indonesia. Akan tetapi masih banyak *e-commerce* yang berkembang pesat di Indonesia.<sup>11</sup>

Kerjasama antara *Katadata Insight Center* (KIC) dengan Kredivo meluncurkan studi *e-commerce* di Indonesia dimana ada lima *marketplace* dengan 16 juta sampel yang disebutkan selama di bulan Januari hingga Desember 2021. Diantaranya salah satu produk dengan proporsi jumlah terbesar adalah pulsa dan *voucher*. Transaksi *e-commerce* meningkat sebesar 23,4% pada tahun sebelumnya, dengan fashion dan aksesoris menyumbang 17,3% transaksi, produk kesehatan dan kecantikan sebesar 13,9%, dan makanan sebesar 7,7%, serta komputer dan aksesorisnya 1,3%. Meskipun komputer dan *gadget* mempunyai proporsi jumlah transaksi kecil namun memiliki rata-rata nilai yang bertransaksi tinggi.<sup>12</sup>

Di Indonesia perkembangan teknologi dalam pertumbuhan *e-commerce* bertambah sangat pesat khususnya internet. Dengan adanya *e-commerce* menanggapi ketentuan gaya hidup yang baru seimbang dengan keringanan dan kecepatan dalam segala bidang, maka dari itu kehadiran *e-commerce* serta merta dapat membentuk pasar dunia maya tanpa adanya

---

<sup>11</sup> Adi Hidayat, *Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain?*, Databoks, November 10, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>

<sup>12</sup> Reza Pahlevi, *Ini Produk Yang Paling Banyak Dibeli Di E-Commerce*, Databoks Maret, 06, 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/ini-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-e-commerce>

pertemuan.<sup>13</sup> Dalam kehidupan *e-commerce* sangatlah memiliki manfaat didalamnya yang bisa dirasakan oleh seluruh yang terlibat, artinya bagi perusahaan yang menjalankan *e-commerce* dapat meluaskan capaian pekerja dan mengecilkan anggaran pekerjaan. Bagi konsumen dapat bermanfaat sebagai membolehkan pembeli dapat membeli maupun bertransaksi lain selama 24 jam dan lebih, memudahkan menentukan ataupun menunjuk barang sejenis yang diinginkan karena penjualan produk yang sama banyak disetiap toko. Manfaat bagi masyarakat sendiri dapat memberi kemudahan individu bekerja dari tempat tinggal tanpa harus keluar rumah untuk berbelanja, hal ini juga dapat memungkinkan dalam perolehan harga yang lebih murah dalam memilih beberapa barang, yang berakibat orang susah bisa membeli menjadi mudah membeli yang lebih murah dengan mencocokkan penghasilan dan memperoleh lebih banyak, oleh sebab itu dapat menurunkan tingkat hidup mereka.<sup>14</sup>

Keberadaan *e-commerce* bagi mahasiswa dapat memberikan kemudahan dalam membeli kebutuhannya, mengefektifkan waktu, memperoleh tawaran seperti halnya biaya pengiriman gratis, menawarkan lebih banyak pilihan, dan menerima informasi dalam pengiriman secara detail. Namun, tingginya minat berbelanja online dikalangan mahasiswa akan mendorong dalam berperilaku konsumtif.

Perilaku dalam membeli barang yakni perilaku konsumtif yang dilatari pada kemauan tetapi melainkan hanya kebutuhan yang harus diwujudkan.

---

<sup>13</sup> Naning Fatmawati, *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*, IAIN Kediri Press (Kediri: 2022): 9-10

<sup>14</sup> Naning, *E-Commerce*, 10-11

Perilaku konsumtif manusia yakni cenderung mengerjakan konsumsi tanpa batas, membeli sesuatu yang berlebihan maupun secara tidak direncanakan.<sup>15</sup>

Erich Fromm mengatakan bahwa perilaku konsumtif dianggap menjadi perilaku membeli barang yang berlebihan untuk memperoleh kepuasan dan kebahagiaan yang bersifat tidak pasti, serta apabila mendapatkan kebutuhan yang tidak sesuai hanya untuk menunjukkan keinginan dan status dirinya secara berlebihan.<sup>16</sup> Pada kenyataannya perilaku konsumtif bukan hanya pada individu yang mempunyai status sosial yang tinggi namun tidak terkecuali bagi individu yang berasal dari status sosial yang rendah, dimana pernyataan ini dikuatkan oleh gagasan yang diutarakan oleh Evaningrum mengatakan bahwa remaja yang berstatus sosial ekonomi rendah tidak lepas dari perilaku konsumtif yang hanya untuk menutupi kekurangan mereka<sup>17</sup>.

Dalam kehidupan saat ini perilaku konsumtif tidak sekedar memenuhi kebutuhan, akan tetapi juga dipengaruhi oleh kemauan yang timbul dari daya tarik barang tersebut, memberikan kepuasan, sesuai *trend* serta mempertimbangkan kualitas biaya. Tingginya minat berbelanja online bagi mahasiswa tentu saja dapat menumbuhkan perilaku konsumtif. Lina dan Rosyid mengatakan perilaku konsumtif yakni kecenderungan keinginan individu dalam berperilaku membeli dengan tidak didasarkan kebutuhan

---

<sup>15</sup> Regina C. M. Chita, *Hubungan Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas SAM Ratulangi Angkatan 2011*, *Jurnal E-Biomedik* 3, No. 1, (Manado, 2015): 298, <https://doi.org/10.35790/ebm.v3i1.7124>.

<sup>16</sup> Arum, *Hubungan Antara Ontrol Diri*, 94.

<sup>17</sup> Melinda, Lisbeth Lesawengen, Fonny J. Waani, *Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantay (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado)*, *Jurnal Ilmiah Society* 2, No 1 (Manado 2022): 2, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/38784>.

namun sesuatu diluar suatu kebutuhan yang hanya menjadi kemauan yang telah berlebihan.<sup>18</sup> Faktor yang dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif tidak sekadar dilatari oleh kebutuhan, namuni juga terdorong oleh ambisi serta kemauan. Kini perilaku konsumen tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga didorong oleh keinginan untuk memperoleh pengetahuan baru tentang *trend* terbaru dan mendapatkan barang yang berkualitas serta bernilai tinggi.<sup>19</sup>

Peningkatan pembelian yang tak terkendali mengarah pada pola perilaku konsumtif, yang menjadi lebih serius ketika tidak hanya dewasa yang terpengaruh namun juga remaja. Pernyataan ini diperkuat oleh Loudon dan Bitta dengan mengutarakan bahwa remaja mudah terdorong dengan motif konsumsi yang berlebihan dalam mempunyai suatu produk.<sup>20</sup> Dalam pergaulannya mahasiswa telah dirubah dan membentuk gaya hidup tersendiri yang dimana dalam kehidupannya diharapkan untuk memakai secara berlebihan terhadap kebutuhan yang sedikit bahkan tidak diperlukan hanya untuk gaya hidup semata.

Pengetahuan tentang perilaku konsumtif penting dalam meningkatkan pemahaman tentang perilaku konsumtif sehingga memperkecil dampak negatif. Perilaku konsumtif dapat menumbuhkan rancangan berbelanja online yang dikerjakan oleh individu terutama pada kalangan mahasiswa. Perilaku

---

<sup>18</sup> Risa Salsabila, Suci Rahma Nio, *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum UBH Pengguna Shopee*, *Jurnal Riset Psikologi*, No. 9, (padang 2019): 3, <http://dx.doi.org/10.24036/jrp.v2019i4.7969>

<sup>19</sup> Sudarisman, *Hubungan Antara Kontrol Diri*, 54

<sup>20</sup> A. Nooriah Mujahidah, *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar)*, *Eprints Repository Software* (Makassar, 2020): 1, <Http://Eprints.Unm.Ac.Id/Id/Eprint/18970>

konsumtif ini memberikan konsekuensi pada mahasiswa dengan adanya tingkat pola hidup yang menjadi menbuang-buang dikarenakan berbelanja tanpa memperdulikan yang dibutuhkan dan yang hanya menjadi keinginannya saja. Salah satunya dalam menggunakan barang mahasiswa akan mengikuti perubahan globalisasi agar tetap bertahan dilingkungan sosial. Jiwa milenial yang gampang jenuh dengan barang yang dimilikinya, maka akan menimbulkan keinginan membeli barang tanpa mengontrolnya mulai dari pembelian barang yang berlebihan, terutama yang terkait dengan kebutuhan primer. Dampak lainnya secara psikologis individu perilaku konsumtif bisa mengakibatkan kecemasan, yang artinya individu merasa adanya desakan dalam berbelanja kemauannya, namun pembelian ini tidak mempunyai bantuan dengan keuangan yang cukup sehingga hal tersebut menimbulkan kecemasan karena keinginannya tidak terpenuhi. Hal tersebut membuat individu merasa rendah hati apabila keinginannya tidak dapat dibeli.<sup>21</sup>

Di Indonesia sekitar 60% perilaku konsumtif terjadi pada mahasiswa sekitar 45% remaja di Jakarta mempunyai keinginan perilaku konsumtif. dan juga di Medan sebanyak 64,64% pada remaja yang mempunyai perilaku konsumtif.<sup>22</sup> Dalam mengatasi budaya konsumtif Individu harus mampu mengatasi disaat semakin berkembang seperti saat ini. Yang mana artinya

---

<sup>21</sup> Fransisca, P. Tommy Y. S. Suyasa, *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*, *Jurnal Phronesis* 7, No. 2 (Tarumanegara, 2005): 180, [https://www.researchgate.net/publication/319751850\\_Perbandingan\\_Perilaku\\_Konsumtif\\_Berdasarkan\\_Metode\\_Pembayaran](https://www.researchgate.net/publication/319751850_Perbandingan_Perilaku_Konsumtif_Berdasarkan_Metode_Pembayaran)

<sup>22</sup> Ance M. Siallagen, Imelda Derang, Piامي Gustin Nazara, *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di STIKES Santa Elisabeth Medan*, *Jurnal Darma Agung Husada* 8, No. 1 (Medan, 2021): 55, <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/952>

mereka dapat bisa mengupayakan semoga dorongan serta perilaku tersebut bisa teratasi. Maka dari itu, perilaku konsumtif yang sudah dibangun dikelompok mahasiswa saat ini bisa dikurangi. Maka dari itu dalam membantu mahasiswa dalam mengurangi pembelian. Dalam berbelanja perilaku individu pasti dapat membuat bagaimana individu tersebut dapat mengendalikan keinginannya. Faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif salah satunya yakni dengan kontrol diri.

Kontrol diri menciptakan keputusan seseorang dengan mempertimbangkan kognitif untuk mempersatukan perilaku yang dibentuk demi membangkitkan hasil dan tujuan yang diinginkan. Suatu perilaku ada kalanya menciptakan dampak yang positif namun tidak memungkinkan mendapatkan akibat yang negatif. Maka dari itu kontrol diri selain berupa keahlian dalam menghasilkan dampak positif juga dapat untuk mengatasi dampak negatif.<sup>23</sup>

Piaquet mengatakan kontrol diri yaitu perilaku yang dikerjakan dengan direncanakan dan bertujuan yang pasti namun ditentukan oleh situasi yang tertentu.<sup>24</sup> Kontrol diri dapat menolong individu dalam mengarahkan perilaku pengambilan keputusan pembelian dengan peninjauan terhadap barang yang akan dibeli. Pada dasarnya peran kontrol diri ada pada penyesuaian diri, sehingga setiap individu dengan kontrol diri yang rendah akan menghadapi kesulitan dalam menetapkan akibat dari tindakan yang mereka lakukan, akan tetapi jika sebaliknya, jika individu yang mempunyai tingkat kontrol diri yang

---

<sup>23</sup> Regina, *Hubungan Antara Kontrol Diri*, 299

<sup>24</sup> N.R. Carlson. *Psychology Of Behavior*. (USA: Allyn And Bacon, 1994) ;96

tinggi maka lebih mengawasi perilaku yang benar untuk dipakai dalam berbagai keadaan.<sup>25</sup>

Ada tiga jenis tingkatan yang ada 1). *Over Control* mengacu pada kontrol berlebihan terhadap tindakan individu sehingga menyebabkan sangat terpengaruh oleh tindakannya, sedangkan 2). *Under Control* mengacu pada kemampuan individu untuk bertindak impulsif tanpa rasa takut. 3). *Appropriate Control* yakni mengacu pada kontrol individu dalam mengelola impuls secara efektif.<sup>26</sup> Dengan kontrol diri menjadikan individu dapat menuntun, membimbing serta menata perilakunya dengan kuat yang berakhir menuju dampak yang positif. Namun apabila individu tidak dapat mengarahkan serta mengatur perilaku dan tidak bisa memilih tindakan sehingga akan mengarah pada konsekuensi yang negatif.<sup>27</sup> Pada dasarnya kontrol diri yang tinggi dapat menjadi petunjuk menarik keputusan dengan ketelitian dalam memperhitungkan segala sesuatu. Individu yang dapat menahan emosi dari desakan pribadi akan memiliki kontrol diri yang baik, yang dapat memudahkan mengadaptasi tingkah lakunya dalam berkonsumsi suatu barang dan jasa. Ketika setiap individu mempunyai kontrol diri yang baik dalam membelanjakan uangnya, sehingga memungkinkan mereka secara efektif mengelola sumber daya dan memastikan konsumsi yang efisien.

Pengendalian diri bermanfaat memberikan pengaruh positif bagi mahasiswa. Dimana perilaku konsumtif mahasiswa kerap selalu dimiliki

---

<sup>25</sup> Ramadona Dwi Marsela, Mamat Supriatna. 2019, *Kontrol Diri: Definisi Dan Faktor*, *Journal Of Innovative : Theory, Practice & Research* 3, No. 2 (Tasikmalaya, 2019): 66, *Journal Of Innovative Counseling : Theory, Practice, And Research (Umtas.Ac.Id)*.

<sup>26</sup> Marsela, *Kontrol Diri*, 68

<sup>27</sup> Marsela, *Kontrol Diri*, 67

karena masih dalam fase memiliki kemauan membeli yang diutamakan. Salah satunya mahasiswa sanggup mengatur keuangan yang ia punya dengan membelanjakan sesuatu yang dibutuhkan dan lebih percaya diri terhadap apa adanya yang mereka punya.<sup>28</sup> Selain itu, mengendalikan diri dalam pengambilan keputusan yang baik akan menghasilkan keputusan yang tepat. Dengan begitu dikemudian hari tidak ada penyesalan terhadap keputusan yang telah diambil. Pada dasarnya seseorang yang bisa mengendalikan dirinya sendiri akan mempunyai prinsip yang kuat dalam membantu ataupun dalam mempertimbangkan segala pengaruh disekitarnya. Oleh karena itu, dalam melakukan perilaku konsumtif dalam mengambil keputusan mahasiswa dapat menggunakan kontrol diri untuk tujuan menahan diri dari keinginan sesaat.

Dari hasil survei lembaga riset *snapchart* Januari 2018, generasi milenial menjadi pembelanja terbanyak dibidang *e-commerce* 50% kisaran usia 25-34 tahun, berdasarkan gender dengan mayoritas wanita melakukan belanja online mencapai 65% dan pada pembeli generasi Z kisaran usia 15-24 tahun, maka jika digabungkan pembeli dari generasi muda mencapai sebanyak 80%.<sup>29</sup> Sebagian besar penelitian terdahulu yang mengangkat topik ini lebih banyak hanya fokus pada *e-commerce* tertentu yang banyak dikunjungi yaitu *e-commerce* Shopee, dimana aplikasi ini banyak digunakan untuk membeli

---

<sup>28</sup> Astrid Refkierta Ismania, Abdurrohman, *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Pengguna E-Commerce Shopee*, *Jurnal Ilmiah Sultan Agung* (Semarang, 2023): 720, <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/JIMU/article/view/33629>

<sup>29</sup> Nabila Tashandra, Lusiana Kus Anna, *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda Dan Wanita*, *Kompas.Com* Maret, 22, 2018, <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>

barang kebutuhan. (Ismania dkk., 2023; Salsabila dkk., 2019; Arum dkk., 2021). Namun pada penelitian ini melibatkan aplikasi *e-commerce* yang ada di Indonesia tidak hanya pada satu aplikasi saja seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Grab, Gojek, Dana, Maxim, Opensea, Freepik, artinya aplikasi yang digunakan tidak hanya untuk membeli barang kebutuhan namun juga dari aplikasi yang menjadi layanan transportasi, pembayaran, dan penawaran desain grafis.

Bersandarkan data yang diperoleh dari observasi awal melalui survei menggunakan *google form* yang telah disebar di mahasiswa aktif Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember menunjukkan beberapa mahasiswa menggunakan aplikasi *e-commerce* dengan 65 jawaban mahasiswa yang diberikan pada survei menunjukkan bahwa pada angkatan 2020 pengguna Shopee berjumlah 13 mahasiswa, 1 pengguna Lazada, 2 pengguna Tokopedia, 1 pengguna Grab, dan 1 pengguna Gojek. Pada angkatan 2021 pengguna Shopee sebanyak 20 mahasiswa, 1 pengguna Lazada, 1 pengguna Tokopedia, dan 1 pengguna Gojek. Pada angkatan 2022 pengguna Shopee sebanyak 15 mahasiswa, 6 pengguna Lazada, 4 pengguna Tokopedia, 1 pengguna Opensea, 1 pengguna Gojek, 1 pengguna Freepik, 1 pengguna DANA, dan 1 pengguna Maxim. Pada angkatan 2022 pengguna Shopee sebanyak 9 mahasiswa, 1 pengguna Lazada, 1 pengguna Tokopedia, 1 pengguna Bukalapak, dan 1 pengguna Blibli. Serta 7 mahasiswa tidak

menggunakan aplikasi *e-commerce*. Berdasarkan hal ini pengguna *e-commerce* dirinci menjadi sebagai berikut:<sup>30</sup>

**Tabel 1. 1 Data Pengguna *E-Commerce* Pada Mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember**

| No | Jenis <i>E-Commerce</i> | Jumlah Pengguna |
|----|-------------------------|-----------------|
| 1  | Shopee                  | 57              |
| 2  | Lazada                  | 9               |
| 3  | Tokopedia               | 8               |
| 4  | Grab                    | 1               |
| 5  | Gojek                   | 3               |
| 6  | Dana                    | 1               |
| 7  | Maxim                   | 1               |
| 8  | Bukalapak               | 1               |
| 9  | Blibli                  | 1               |
| 10 | Opensea                 | 1               |
| 11 | Freepik                 | 1               |
|    | Jumlah                  | 84              |

Sumber : Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel data pengguna *e-commerce* dengan jawaban yang diberikan responden menunjukkan bahwa satu mahasiswa bisa menggunakan lebih dari satu aplikasi *e-commerce*. Dan berdasarkan *survey* yang dilakukan melalui wawancara kepada mahasiswa Psikologi Islam dengan tujuan memahami alasan konsumen dalam melakukan pembelian di aplikasi *e-commerce* dan mengenai penggunaan aplikasi *e-commerce* dengan menunjukkan bahwa terdapat 34 mahasiswa biasa melakukan kegiatan di aplikasi *e-commerce* dimana yang dibeli yakni beragam dengan 17 mahasiswa dapat membeli berbagai macam barang seperti sepatu, totebag, baju, dan skincare di aplikasi *e-commerce* Shoppe dan TikTok Shop dan jasa transportasi serta mengorder makanan di aplikasi Gojek dan Grab, 12

<sup>30</sup> Survei Google Form, 20 November 2023, <https://forms.gle/dBcP1JCJaRmNc7om9>

mahasiswa membeli sesuai kebutuhannya seperti deterjen, pewangi baju, dan shampo yang dibeli dengan secara grosir untuk mendapatkan harga yang lebih murah, serta 5 mahasiswa sering melakukan pembelian di mobile *e-commerce* yaitu membeli paket internet.<sup>31</sup>

Dari jawaban alasan mengapa memilih menggunakan aplikasi *e-commerce* ditemukan bahwa mahasiswa Psikologi Islam memilih cara dalam memnuhi kebutuhannya dikarenakan dapat lebih mudah, praktis dan juga mengefektifkan waktu dalam melengkapai kebutuhan hidupnya atau bahkan melakukan aktivitas kesehariannya, dan tidak perlu untuk mengunjungi toko ketika sedang tidak ada waktu.

Atas dasar penjelasan diatas, peneliti tertarik dalam melakukan penelitian terhadap mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember dengan mengacu dalam latar belakang permasalahan tersebut dengan mengambil judul penelitian “Hubungan Antara Kontrol Diri Terhadap perilaku Konsumtif Pengguna *E-Commerce* (Studi Korelasi Pada Mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)”

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai penjabaran diatas disadari bahwa bagaimana pentingnya pengendalian diri seseorang mampu mempengaruhi tindakan konsumtif belanja online terhadap mahasiswa. Maka dari itu dari penjelasan fenomena diatas menarik peneliti tentang “apakah terdapat hubungan antara kontrol diri

---

<sup>31</sup> Wawancara Kepada Mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 16 Oktober - 28 Oktober 2023

terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?.”

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* di kalangan mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Temuan penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu Psikologi pada program studi Psikologi Islam Fakultas Dakwah dan memberikan landasan bagi penelitian kemudian hari.
- b. Penelitian ini diharapkan untuk menjadi pedoman dalam penerapan metode penelitian terkait pemahaman perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-commerce*.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Penulis

Mengembangkan penelitian dapat menumbuhkan aktualisasi diri dan meningkatkan pengendalian diri dan pemahaman perilaku konsumtif mahasiswa.

##### b. Bagi Mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pembelajaran yang bermanfaat agar perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat dihindari.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan penelitian dapat memberikan data berharga dan menjadi landasan bagi penelitian kemudian hari.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu bentuk yang menjadi fokus perhatian dimana memberikan pengaruh dan memiliki nilai. Variabel adalah sebuah besaran yang bisa diganti hingga dapat mempengaruhi hasil penelitian.<sup>32</sup>

Penelitian ini menempatkan 2 variabel penelitian antara lain:

- Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas berpotensi mengakibatkan munculnya variabel keterikatan. Dimana variabel bebasnya adalah kontrol diri yang dilambangkan menggunakan huruf X.<sup>33</sup>

- Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, dan dapat berubah akibat adanya perubahan pada variabel bebas. Variabel terikat di penelitian ini adalah perilaku konsumtif yang dilambangkan menggunakan huruf Y.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Syahrums, Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014): 123

<sup>33</sup> Fajri Ismali, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2018): 65

<sup>34</sup> Fajri, *Statistika*, 65

## 2. Indikator Variabel

Indikator ialah variabel yang digunakan sebagai pemberi arahan tentang keadaan untuk mengukur perubahan yang terjadi bagi peneliti.<sup>35</sup> Dalam penyusunan indikator variabel bersandar pada Banyaknya variabel yang telah ditentukan adalah variabel bebas dan variabel terikat.

**Tabel 1. 2 Indikator Variabel**

| No | Variabel           | Sub Variabel  | Indikator  |
|----|--------------------|---|--|
| 1. | Kontrol Diri       | <i>Behavior control</i> atau kontrol perilaku       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• kemampuan mengatur pelaksanaan</li> <li>• kemampuan memodifikasi perilaku</li> </ul>  |
|    |                    | <i>Cognitive control</i>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendapatkan informasi</li> <li>• Melakukan penilaian</li> </ul>   |
|    |                    | <i>Decesional control</i> atau mengontrol keputusan | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengendalikan diri untuk memilih suatu yang diyakini dan disetujui.</li> </ul>  |
| 2. | Perilaku konsumtif | <i>Impulsive buying</i> atau pembelian spontan      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan sesaat</li> <li>• Pembelian tanpa mempertimbangkan</li> <li>• Tidak berfikir akan konsekuensi dan bersifat emosional</li> </ul> |
|    |                    | <i>Wasteful buying</i> atau pemborosan              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membelanjakan sesuatu tidak pada tempatnya</li> <li>• Mengikuti trend serta perkembangan zaman</li> </ul>                                 |
|    |                    | <i>Non rasional buying</i> atau mencari kesenangan  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membeli sesuatu yang dilakukan untuk mencari kesenangan</li> <li>• Mencari kepuasan dengan belanja barang yang diinginkan</li> </ul>      |

Sumber : Averill, 1973 & Lina dan Rosyid, 1997

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2018): 69

## F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah gambaran yang digunakan untuk pedoman mengukur variabel penelitian dengan rumus secara empiris yang berdasarkan dari suatu indikator variabel tertentu.<sup>36</sup>

### a. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah salah satu cara individu untuk membentuk perilaku dalam mengatur kemampuan, mengontrol, serta mengatur agar sesuai dengan lingkungannya. Hal ini juga menolong dalam memproses penetapan keputusan yang didasari oleh beberapa pertimbangan individu. Mengontrol diri juga menjadi keahlian pribadi dalam mengendalikan emosi tindakannya sendiri. Hasil pikiran serta emosi juga bisa mengarahkan individu dalam menetapkan keputusan dan menentukan langkah yang tepat dengan standar moral, nilai kehidupan, dan harapan sosial agar menghasilkan keuntungan jangka panjang.

### a. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yakni suatu tingkah laku membeli suatu kebutuhan hanya karena keinginan akan tetapi tidak didasari kebutuhan atau kegunaan dari suatu produk tertentu. Perilaku konsumtif diartikan sebagai perlakuan Individu mungkin tidak menyadari bahwa apa yang dibelinya tidak sesuai dengan kebutuhannya saat ini, namun tujuan membeli barang secara fleksibel hanyalah untuk memuaskan keinginannya. Perilaku konsumtif mengacu pada cara konsumen membeli barang yang tidak

---

<sup>36</sup> Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: UIN Kiai Achmad Siddiq, 2021): 40

didasarkan pada kebutuhan atau keinginannya melainkan berdasarkan dorongan hati, meskipun hanya berdasarkan pada keingin semata untuk memperoleh hiburan.

**Tabel 1. 3 Definisi Operasional**

| No | Variabel               | Definisi Variabel  | Indikator   |
|----|------------------------|--|---|
| 1. | Kontrol Diri (X)       | Menurut Averill Pengendalian diri mengacu pada daya individu untuk mengumpulkan informasi untuk menyaring hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan dan menghasilkan opini berdasarkan sesuatu yang telah diubah. dan mengatur perilaku yang awal nyaman dalam suatu negara. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan mengatur pelaksanaan</li> <li>• kemampuan memodifikasi perilaku</li> <li>• Memperoleh informasi</li> <li>• Melakukan penilaian</li> <li>• Mengendalikan diri untuk memilih suatu yang diyakini dan disetujui.</li> </ul>   |
| 2. | Perilaku Konsumtif (Y) | Menurut Lina dan Rosyid Tawar-menawar konsumen adalah tawar-menawar yang terjadi ketika seseorang membeli sesuatu karena rasa ingin tahu, bukan karena kebutuhan.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan sesaat</li> <li>• Pembelian tanpa mempertimbangkan</li> <li>• Tidak berfikir akan konsekuensi dan bersifat emosional</li> <li>• Membelanjakan sesuatu tidak pada tempatnya</li> <li>• Mengikuti trend serta perkembangan zaman</li> <li>• Membeli sesuatu yang dilakukan untuk mencari kesenangan</li> <li>• Mencari kepuasan dengan membeli barang yang diinginkan</li> </ul> |

Sumber : Averill, 1973 & Lina dan Rosyid, 1997

## G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian sering dimaksud sebagai prasangka awal, dimana peneliti menerima kebenaran dari tolak pemikirannya. Dugaan dasar perlu diartikan dengan tepat sebelum mulai mengumpulkan data.<sup>37</sup> Peneliti sangat memerlukan asumsi untuk sebelum melakukan penelitian. Maka dari itu, peneliti perlu mengartikan dengan secara terperinci dan terbuka.

Dengan berkembangnya zaman sekarang individu telah bisa mengakses jejaring sosial, dan banyak menggunakan aplikasi internet sebagai akses untuk bersosial media, tidak terkecuali dalam membeli kebutuhan. Aplikasi internet ini dikenal sebagai *e-commerce*. Pada hal ini semua orang bisa menggunakan Aplikasi ini terutama untuk mahasiswa. Dimana mereka mudah terpengaruh dengan promosi produk melalui aplikasi online mulai dari pakaian, nutrisi, perlengkapan perkuliahan, hingga perlengkapan rumah tangga. *E-commerce* juga berguna dalam mengecilkan biaya serta efisien waktu dalam cara pembelian. Namun dengan adanya kemudahan ini yang menimbulkan terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa mengakibatkan permasalahan, contohnya uang jajan yang diberikan oleh orang tua ubah dihabiskan untuk membeli barang yang tidak pasti dibutuhkan oleh mahasiswa tersebut. Sehingga menimbulkan pemborosan dan merugikan diri sendiri. Yang mana diperlukan adanya kontrol diri sebagai penahan diri agar tidak dipengaruhi oleh suatu hal yang bersifat terbuang sia-sia dan merugikan diri sendiri.

---

<sup>37</sup> Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: UIN Kiai Achmad Siddiq, 2021): 41

Kemampuan untuk mengendalikan diri memungkinkan seseorang untuk membimbing, mengarahkan, dan mengatur perilaku dengan memperhitungkan dampak yang positif. Individu dalam membeli suatu barang menggunakan pengarahan pembelian dengan kontrol diri. Seseorang yang kontrol dirinya baik sebelum melakukan pembelian maka akan meminimalisirkan konsekuensi setelah terjadinya pembelian.

Berdasarkan penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa Dalam penelitian ini, asumsi yang digunakan yakni kontrol diri berhubungan dengan tindakan perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *e-commerce*.

#### **H. Hipotesis**

Hipotesis merupakan tanggapan awal pada rumusan masalah dalam sebuah penelitian, yang disajikan sementara didasari pada teori yang relevan tanpa didukung oleh data empiris. Ini adalah respon teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, yang belum diverifikasi pada temuan lapangan.<sup>38</sup>

Terdapat dua hipotesis yakni H<sub>0</sub> (hipotesis nihil) dalam penelitian ini. Hipotesis nol mengacu pada tidak adanya hubungan antar variabel, Serta H<sub>a</sub> atau hipotesis alternatif merupakan bentuk hipotesis yang berarti ada hubungan antar variabel. Berikut adalah hipotesis berupa pernyataan awal pada hasil dalam penelitian ini yakni antara lain:

H<sub>0</sub> : Kontrol diri tidak mempunyai hubungan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi pengguna *e-commerce*.

---

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta: , 2017), 63

Ha: kontrol diri mempunyai hubungan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi Islam pengguna *e-commerce*.

## I. Sistematika Pembahasan

Sistematika disini merupakan dimana peneliti menunjukkan cara agar dapat memudahkan pembaca dalam memahami dan meninjau serta menanggapi isinya dengan menguraikan pembahasan sistematik tentang hasil penelitian ini disajikan secara komprehensif. Setiap bab disusun dan dirumuskan dengan format berikut :

BAB I membahas berbagai aspek penelitian, antara lain latar belakang, rumusan masalah, tujuan, metode, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi, hipotesis, dan sistematika, semuanya dijelaskan secara rinci.

BAB II dalam bab ini juga membahas pendekatan teoritis terkait pengendalian diri dan perilaku konsumtif serta penelitian terdahulu yang termasuk dalam pembahasan yang relevan dengan penelitian.

BAB III membahas metodologi penelitian dengan menyediakan data terkait desain penelitian, populasi dan ukuran sampel, teknis dan instrumentasi pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV menguraikan proses pengumpulan data, yang meliputi pengumpulan data, analisis dan pengujian hipotesis.

BAB V menggambarkan penutupnya. Pada bagian ini peneliti menjelaskan kesimpulan yang diambil dari temuan penelitian, yang kemudian

diteruskan berbagai saran bagi pihak yang terlibat dengan hasil riset penelitian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

1. Dewi Arum dan Riza Noviana Khoirunnisa dilakukan penelitian "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee" dan pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* berdasarkan mahasiswi Psikologi angkatan 2018-2020 yang berjenis kelamin perempuan dengan mempunyai akun *e-commerce* Shopee dan berbelanja setidaknya lebih dari 5 kali dalam sebulan selama masa pandemi yakni sebanyak 131 mahasiswi. Menggunakan teknik penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menerapkan analisis statistik parametrik korelasi *product moment pearson*. Tujuan dari penelitian agar dapat mengetahui hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.<sup>39</sup>

Perbedaan dalam Penelitian yang akan dilakukan dengan riset Dewi Arum dan Riza Noviana Khoirunnisa adalah pengambilan topiknya yang hanya pada *e-commerce* shoppe yang mana pembeliannya dilihat pada masa covid-19 dan hanya fokus pada pengguna berjenis kelamin perempuan. Adapun persamaannya adalah dalam teknik riset yang dipakai dan pengambilan sampel dengan teknik yang sama.

2. Penelitian Risa Salsabila dan Suci Rahma Nio dengan judul "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas

---

<sup>39</sup> Dewi Arum, Riza Noviana Khoirunnisa, *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee, Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8, No.9 (Surabaya, 2021) : 93, 42541-Article Text-68839-1-10-20210802.Pdf

Hukum UBH Pengguna Shopee.” Riset ini memakai teknik penelitian kuantitatif dengan cara penelitian korelasional. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Hukum UBH pengguna akun *e-commerce* Shopee dengan pengambilan sampel yang dipakai dengan teknik *purposive sampling*. Standar yang digunakan yakni mahasiswa Hukum UBH yang menggunakan pembelian di Shopee dengan berbelanja dua hingga lebih barang dalam satu kali bertransaksi di setiap bulannya, dengan jumlah sampel yakni sebanyak 94 mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol terhadap perilaku konsumen di kalangan mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta yang menggunakan platform *e-commerce* Shopee.<sup>40</sup>

Perbedaan pada penelitian yang hendak dilaksanakan dengan penelitian Risa Salsabila dan Suci Rahma Nio adalah penggunaan isu pada topik belanja online yaitu hanya fokus pada satu aplikasi *e-commerce*. Adapun persamaannya adalah pada metode penelitian yang digunakan dan pengambilan sampel dengan teknik yang sama.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Ance M. Siallagen, Imelda Derang, dan Piarni Gustin Nazara dengan judul “Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di STIKES Santa Elisabeth Medan”. Penelitian ini menggunakan metodologi *cross-sectional* dan teknik penelitian kuantitatif, termasuk metodologi korelasional. Partisipan penelitian ini hanya mahasiswa yang terdaftar pada program studi

---

<sup>40</sup> Risa Salsabila, Suci Rahma Nio, *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum UBH Pengguna Shopee*, *Jurnal Riset Psikologi*, No. 9 (padang, 2019): 3, 7969-14206-1-SM.pdf

keperawatan STIKES Elizabeth Medan. Dengan menggunakan pendekatan *stratified random sample*, setiap responden dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikannya. dan jumlah keseluruhan yang mengambil mata kuliah keperawatan di STIKES Santa Elizabeth Medan pada tahun 2020 sebanyak 135 mahasiswa.<sup>41</sup>

Perbedaan dalam riset yang akan dilakukan dengan penelitian Ance M. Siallagen, Imelda Derang, dan Piarni Gustin Nazara adalah Penggunaan mengambil sampel dengan teknik *purposive sampling* sedangkan pada penelitian Ance et al memakai cara *stratified random sampling*. Sedangkan, persamaan pada penelitian ini adalah penggunaan jenis metode penelitian kuantitatif korelasional serta juga memiliki tujuan yakni mengidentifikasi hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

4. Jurnal yang ditulis oleh Netty Dyan Pratika, Annisa Manikotama, Dinda Hana Pratiwi, Khofifah Wahyuningdias dengan judul “Self-Control Therapy: Daily Accounting and Focus Group Discussions Reduce Consumptive Behavior of E-Money Use in Millennials”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksperimental. Dengan populasi mahasiswa Universitas Mulawarman yang mengikuti screening yang diadakan yakni berjumlah 42 orang. Yang mana pada pengemabilan sampel memakai metode *purposive sampling*, dengan umur 18 hingga 25 tahun pada mahasiswa Universitas Mulawarman dengan penggunaan uang

---

<sup>41</sup> Ance M. Siallagen, Imelda Derang, Piarni Gustin Nazara, “Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di STIKES Santa Elisabeth Medan,” *Jurnal Darma Agung Husada* 8, No. 1 (Medan: 2021), <https://Jurnal.Darmaagung.Ac.Id/Index.Php/Darmaagunghusada/Article/View/952>

sebagai metode pembayaran memperoleh nilai sedang-sangat tinggi skor perilaku konsumtif pada *screening* yang telah dilakukan yakni sebanyak 33 mahasiswa.<sup>42</sup>

Perbandingan pada yang dipakai dengan penelitian Netty Dyan Pratika, Annisa Manikotama, Dinda Hana Pratiwi, Khofifah Wahyuningdias adalah terletak pada penggunaan jenis metode penelitian, pada penelitian yang hendak dilakukan memakai jenis teknik korelasional sedangkan penelitian Netty ini yakni menggunakan jenis metode eksperimental. Serta juga dari tujuannya, yakni pada penelitian yang akan dilakukan dengan tujuan untuk memahami perilaku konsumtif memiliki hubungan dengan kontrol diri, akan tetapi riset yang dilakukan Netty yakni bertujuan mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat perilaku konsumtif setelah diberikan perlakuan berupa terapi pengendalian diri dengan cara akuntansi harian dan *focus group discussion*. Sedangkan kesamaan pada penelitian ini yakni menggunakan variabel bebas yakni dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat, serta juga teknik purposive sampling menjadi penggunaan mengambil sampel.

5. Jurnal yang ditulis oleh Ayu Azizatunnisa dan Ike Herdiana dengan judul “Self-Control And Consumptive Behavior Of Adolescents In An Islamic Boarding School”. Penelitian ini memakai teknik penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dan *purposive*

---

<sup>42</sup> Netty Dian Pratika, Et.Al, *Terapi Pengendalian Diri : Akuntansi Dan Focus Group Discussion Mengurangi Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Generasi Milenial, Institut Penelitian Dan kritikus internasional budapest-jurnal (BIRCI-journal)* 4, no. 4 (2021), Prastika-Self-Control Therapy-Daily Accounting and Focus Group.en.id.pdf.

*sampling* untuk menganalisis perilaku 651 siswa usia 16-19 tahun di lingkungan Pondok Pesantren. Tujuannya untuk memahami perilaku konsumtif mempunyai keterkaitan dengan kontrol diri di lingkungan remaja pondok pesantren.<sup>43</sup>

Penelitian yang akan dilaksanakan dengan penelitian Ayu Azizatunnisa dan Ike Herdiana memiliki perbedaan adalah pengambilan sampel yang memiliki kriteria anak yang ada pada masa remaja madya. Sedangkan persamaannya adalah dalam pengambilan adalah teknik penelitian yang dipakai.

6. Jurnal yang ditulis oleh Astrid Refkiearta Ismania dan Abdurrohman yang berjudul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Pengguna *E-Commerce* Shopee”. Metode penelitian kuantitatif digunakan pada penelitian ini dengan teknik mengambil sampel memakai *accidental sampling* berjumlah sampel sebanyak 203 mahasiswa dari fakultas Psikologi tepatnya pada tingkatan 2018-2020. Maksud dari penelitian ini ialah mengetahui apakah ada hubungan Studi yang dilakukan pada mahasiswa psikologi Universitas Sultan Agung Semarang ini menemukan adanya hubungan negatif antara pengembangan diri dengan perilaku konsumen.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Ayu Azizatunnisa, Ie Herdiana, *Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Remaja Di Pondok Pesantren*, *Palarch Journal Of Archaeology Of Egypt / Egyptology* 17, No. 3 (2020), 894- Article Text-4193-1-10-20201208 id.pdf

<sup>44</sup> Astrid Refkiearta Ismania, Abdurrohman, *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung*

Perbedaan yang dimiliki penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian Astrid Refkierta Ismania dan Abdurrohlim yaitu dalam pengambilan teknik sampling menggunakan *accidental sampling* dan platform yang difokuskan yaitu *e-commerce* shopee. Sedangkan persamaannya yakni penggunaan metode dan mempunyai tujuan sama.

**Tabel 2. 1 Deskripsi Penelitian Terdahulu**

| No | Judul   | Hasil  | Perbedaan   | Persamaan  |
|----|---|--|---|--|
| 1. | Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna <i>e-commerce</i> Shopee | Studi ini menemukan hubungan yang signifikan antara kesadaran diri yang dilaporkan sendiri dan perilaku konsumen di <i>e-commerce</i> shopee, dengan nilai signifikan sebesar 0,00( $p < 0,01$ ). dan koefisien -0,633, yang menunjukkan hubungan positif. | Pengambilan topik yang hanya fokus pada <i>e-commerce</i> yang mana pembeliannya dilihat pada masa covid-19 dan hanya fokus pada pengguna berjenis kelamin perempuan. | Metode riset yang digunakan yakni metode penelitian kuantitatif dengan teknik korelasi <i>product moment pearson</i> . penggunaan teknik dalam pengambilan sampel. |
| 2. | Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas hukum UBH pengguna Shopee               | Penelitian ini tidak menemukan hubungan antara kontrol langsung dengan perilaku konsumen di kalangan mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Bung Hatta yang menggunakan platform <i>e-commerce</i> Shopee. ( $r=0.144$ ; $p=0.167$ ).                        | Penggunaan isu pada topik belanja online yaitu fokus pada satu aplikasi <i>e-commerce</i> .   | Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. dan teknik dalam pengambilan sampel yaitu <i>purposive sampling</i> .                                   |

|    |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|
| 3. | Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di stikes santa elisabeth medan                               | Hasil penelitian menunjukkan bahwa 39 orang (28,9%) dan 78 orang (57,8%) mempunyai kebiasaan konsumsi tinggi. Berdasarkan hasil analisis statistik dengan menunjukan angka $p=0,001(p<0,05)$ , sehingga dapat disimpulkan bawa ada hubungan kuat antara self control dengan perilaku konsumtif pada kasus mahasiswa ners stikes santa Elisabeth medan. Hal ini diharapkan dapat mendorong para pelajar untuk meningkatkan pengendalian diri agar perilaku konsumennya tidak semakin ekstrim. | Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan <i>stratified random sampling</i> .  | Metode penelitian dengan pendekatan yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional, serta memiliki tujuan yang sama yaitu mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif |
| 4. | Self-Control Therapy: Daily Accounting and Focus Group Discussions Reduce Consumptive Behavior of E-Money Use in Millennials | Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>pre-test</i> skala perilaku konsumtif dengan skala <i>post-test</i> perilaku konsumtif menunjukkan nilai <i>P value</i> sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat penurunan perilaku konsumtif setelah diberikan perlakuan berupa pembukuan harian dan <i>focus group discussion</i> kemudian ditindak lanjutkan  | Jenis pendekatan dalam menggunakan metode penelitian yaitu jenis metode eksperimental, serta tujuannya yaitu untuk mengetahui perbedaan tingkat perilaku konsumtif setelah | Pengambilan variabel dalam variabel bebas dan terikatnya yaitu variabel bebas yakni kontrol diri dan variabel terikat yakni perilaku konsumtif. serta teknik pengambilan sampel menggunakan teknik   |

|    |   |  |   |   |
|----|---|--|---|---|
|    |   | dengan skala perilaku konsumen yang menyatakan nilai P sebesar $0,694 > 0,05$ yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan.   | diberikan perlakuan berupa terapi pengendalian diri dengan cara akuntansi harian dan <i>focus group discussion</i> .      | <i>purposive sampling</i> .   |
| 5. | Self-Control And Consumptive Behavior Of Adolescents In An Islamic Boarding School  | Studi tersebut menemukan hubungan negatif antara pengendalian konsumen dan perilaku konsumsi, dengan nilai $p = -0,509$ , menunjukkan bahwa pengendalian negatif dan perilaku konsumsi tidak saling berhubungan. | Kriteria dalam pengambilan sampel yakni pada anak di masa remaja madya antara usia 16-19 tahun                            | Penggunaan metode yakni metode kuantitatif.   |
| 6. | Hubungan antara perilaku konsumen dan kontrol pada mahasiswa psikologi Universitas Islam sultan agung semarang ditekankan dalam konteks e-commerce. | Penelitian menemukan hubungan positif antara pengendalian diri dan perilaku konsumen, dengan korelasi negatif signifikan ( $r = -0,798$ ) dan korelasi positif signifikan ( $p < 0,05$ ).                        | Pengambilan sampel dengan teknik <i>accidental sampling</i> dan platform yang difokuskan yakni <i>e-commerce Shoppe</i> . | Penggunaan metode yakni pendekatan kuantitatif dan tujuannya yakni untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. |

## B. Kajian Teori

### 1. Kontrol Diri

#### a. Pengertian Kontrol Diri

*Self control* atau kontrol diri adalah sebuah kecekatan seseorang dengan lebih peka dalam memahami keadaan diri dan lingkungan. Semntara itu, dapat mampu untuk menahan dan mengarahkan bagian perilaku searah dengan keadaan untuk keterampilan diri bersosialisasi, kemampuan pengendalian perilaku, menarik perhatian, kemauan mengubah perilaku agar setara orang lain, membahagiakan orang lain, dan senantiasa menutup perasaannya.<sup>45</sup>

Menurut Callhoun dan Acocella kontrol diri merupakan cara fisik, psikologis, dan perilaku individu dalam membangun dirinya, artinya yakni menegaskan pada keahlian dalam mengolah dan membentuk pola perilaku individu yang melingkupi semua metode yang dibuat dalam diri individu, seperti pengaturan fisik, psikologis, dan perilaku.<sup>46</sup>

Goldfried dan Merbaum mengatakan bahwa Kontrol diri yakni sebuah keterampilan dalam membangun, membimbing, mengatur, serta mengarahkan perilaku individu agar bisa menghasilkan dampak yang positif. Kontrol diri juga memaparkan ketentuan hasil yang

---

<sup>45</sup> M. Nur Ghufron & Rini Risnawita S. *Teori-Teori Psikologi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011): 21

<sup>46</sup> Ghufron, *Teori*, 22

melalui perhitungan kognitif untuk mengintegrasikan yang sudah direncanakan guna mencapai tujuan dari keinginan tertentu.<sup>47</sup>

Sedangkan James R. Averill berpendapat bahwa kontrol diri yakni kemampuan seseorang dalam memperbaiki kepribadian, keahlian perilaku dalam mengolah kabar yang diperlukan dan tidak diperlukan, serta keahlian individu dalam memilih suatu perbuatan berdasarkan pada suatu yang dipercayai. Hal ini memprioritaskan pada setelan keterampilan yang sesuai dalam mengarahkan pemilihan tindakan yang dipercayainya.<sup>48</sup>

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kontrol Diri**

Dalam diri individu kontrol diri tidaklah sama, hal ini karena pengaruh dari faktor yang menyebabkan penciptaan kontrol diri. Kontrol diri sebagai penengah antara sisi psikologis dan perilaku. Kontrol diri juga suatu kekuatan dalam melepaskan dari perilaku yang memenuhi keinginan adaptif . menurut Ghufron & Risnawati faktor yang bisa memberi pengaruh terhadap kontrol diri antara lain :<sup>49</sup>

– Faktor Internal (Dari Diri Individu)

Faktor internal dari kontrol diri adalah umur dan kematangan seseorang. Seiring menambahnya usia, kemampuan individu dalam mengontrol diri cenderung meningkat. Kematangan merupakan serangkaian ketentuan faktor genetik secara teratur dialami oleh

<sup>47</sup> Ghufron, *Teori*, 22

<sup>48</sup> James R. Averill, *Personal Control Over Aversive Stimuli And Its Relationship To Stress*, *Psychological Bulletin* 80, No. 4 (American: 1973), 300, <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/H0034845>

<sup>49</sup> Ghufron, *Teori*, 32

perubahan individu. Secara umum perkembangan individu mengikuti pola yang ditetapkan oleh genetik, melainkan ketika ada rintangan dari faktor lingkungan yang merusak. Seiring meningkatnya usia anak, pengalaman sosial yang dilaluinya juga akan meningkat, anak belajar menanggapi kekecewaan, tidak suka, serta belajar menahan, sehingga seiring berjalannya waktu muncul kontrol dalam dirinya.

– Faktor Eksternal (Lingkungan Individu)

Diantara faktor eksternal yakni lingkungan keluarga. Yang mana terlebih orang tua menunjukkan dengan cara apa individu menahan diri. Orang tua menetapkan keterampilan mengontrol diri seseorang. Cara orang tua menanamkan kedisiplinan, menanggapi kegagalan anak, berkomunikasi, serta mencurahkan emosinya. Kedisiplinan yang dilakukan oleh orang tua merupakan sebuah cara menentukan kepribadiannya yang baik dan dapat mengendalikan perilaku pada setiap individu. Hal ini juga dapat dikembangkan pada kehidupannya untuk dapat mengontrol diri dan mengarahkan diri agar individu dalam semua tindakan yang dilakukan mampu mempertanggung jawabkan. Selain itu dalam lingkungan juga akan terkait dengan budaya, dimana perbedaan budaya disetiap lingkungan bisa menyebabkan kontrol diri individu menjadi bagian dari lingkungan tersebut.

### c. Aspek-Aspek Kontrol Diri

James R. Averill mengemukakan ada tiga aspek pada kontrol diri yakni:<sup>50</sup>

- 1) Kontrol Perilaku (*Behavior Control*) yakni sebuah kewaspadaan respon secara tepat yang menyebabkan suatu kondisi yang tidak memuaskan. Ada dua bagian dalam kontrol perilaku, yakni mengendalikan pelaksanaan artinya suatu keterampilan yang dimiliki seseorang untuk menetapkan siapa yang mampu mengarahkan suatu kondisi yang ada dalam maupun luar individu. Serta management stimulus dalam pemahaman menghadapi sesuatu yang tidak diinginkan.
- 2) Kontrol kognitif (*Cognitive Control*) mengacu pada kemampuan individu untuk memahami, memproses, dan menghubungkan informasi dalam kondisi kognitif, mengubahnya menjadi kebiasaan psikologis dengan penerapan teknik, yakni mendapatkan informasi yang mana dengan ini dapat bisa memperkirakan suatu keadaan yang tidak diinginkan dengan beragam perhitungan. Selanjutnya secara subjektif mampu mengerjakan perhitungan yang berarti mampu menilai serta memahami suatu kondisi dengan melihat dari sisi positif.
- 3) Mengontrol Keputusan (*Decesional Control*) yakni merupakan manahan dalam memutuskan suatu hasil dari pilihan yang didasari

---

<sup>50</sup> Ghufron, *Teori*, 29-31

pada sesuatu yang dipercaya dan diterima. Dalam hal ini, kontrol diri akan bermanfaat dalam menetapkan pilihan yang benar dengan adanya peluang, kebebasan, atau kemungkinan dalam memilih berbagai tindakan.

## 2. Perilaku Konsumtif

### a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yakni suatu perilaku yang hanya memprioritaskan keinginan dan kepuasan semata daripada kebutuhan. Perilaku seperti ini cenderung dimiliki individu karena suatu hal yang belum pernah digunakan. Perilaku konsumtif bisa dimaknai keinginan mempunyai barang secara berlebihan tanpa berbagai pertimbangan, hanya berdasarkan kemauan dan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan.<sup>51</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) konsumtif diartikan berkelakuan konsumtif (hanya menggunakan, tidak menghasilkan sendiri) dan beruntung pada hasil pihak lain.<sup>52</sup> Dalam pengertian yang luas, konsumtif merupakan perilaku berkonsumsi secara berlebihan yang hanya menguntungkan keinginan daripada kebutuhan, seringkali tanpa skala prioritas. Gaya hidup konsumen ditengah masyarakat merupakan pola hidup dengan memandang materi

<sup>51</sup> Endang Dwi Astuti, *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda, Psikoborneo* 1, No. 2 (Samarinda, 2013): 80, <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>.

<sup>52</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1986). Hal. 458.

sebagai suatu hal yang membuat kepuasan pribadi, pola hidup seperti bisa menyebabkan pertanda konsumtif.<sup>53</sup>

Lina dan Rosyid mendefinisikan perilaku konsumtif adalah kecenderungan perilaku individu karena ketika membeli sesuatu diluar kebutuhan, dan tidak didasarkan pada pembelian yang dibutuhkan namun berdasarkan pada kemauan yang telah melampaui batas.<sup>54</sup>

Sumartono mengatakan perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku ada karena keinginan yang sudah mencapai tingkat tidak konsekuensi, dimana tidak lagi berdasarkan pada perhitungan yang tersusun. Perilaku konsumtif merambat pada individu yang bila membeli sesuatu diluar kebutuhan (*need*) atau lebih membeli berdasarkan pada bagian dari keinginan (*want*).<sup>55</sup>

Sedangkan Albarry mengatakan bahwa perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku boros dalam penggunaan berlebihan barang maupun jasa. Juga menambahkan bahwa hal ini merupakan perilaku konsumsi yang mementingkan keinginan secara berlebihan yang tidak ada skala prioritas sebagai pola hidup mewah daripada kebutuhan yang diperlukan.<sup>56</sup>

---

<sup>53</sup> Vina Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015): 36

<sup>54</sup> Lina, Haryanto F. Rosyid, *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri, Psikologika*, No. 4 (Yogyakarta, 1997): 7

<sup>55</sup> Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan televisi*, (Bandung: Alfabeta 2002): 117

<sup>56</sup> Naning Fatmawati. *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*. (Kediri: IAIN Kediri Press, 2022), 39

Berdasarkan berbagai pendapat diatas tentang pengertian perilaku konsumtif, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif yakni perilaku membeli yang tidak didasarkan pada peninjauan yang masuk akal namun lebih memprioritaskan faktor keinginan daripada kebutuhannya yang lebih dikuasai oleh kepuasan belaka.

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Menurut Chrisnawati & Abdullah Sikap maupun perilaku konsumtif dapat dipengaruhi baik dari segi internal maupun eksternal, seperti yang dijelaskan berikut ini:<sup>57</sup>

1) Faktor internal meliputi antara lain :

- Motivasi, yakni merupakan suatu perilaku panggilan yang digunakan dalam memaparkan kemampuan yang ada dalam organisme untuk memicu serta menunjukkan perilakunya.
- Proses dan pengalaman belajar, yakni suatu konsumen yang mengamati dan memahami suatu informasi yang didapatkan. Akibat dari hal ini yakni cara mengamati subjek tertentu. Apabila subjek membeli barang yang tidak dibutuhkan, maka perilaku ini dapat diikuti oleh konsumen lainnya.
- Kepribadian, yakni merupakan suatu tingkah laku yang memang telah ada pada individu menjadi kebiasaan dan tetap pada pendirian individu tersebut.

---

<sup>57</sup> Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia-HIMPSI, *Dinamika Perkembangan Remaja Problematika Dan Solusi*, (Jakarta: Kencana, 2020): 7

- Konsep diri, yakni sebagai panduan cara memperhatikan diri pada waktu tertentu yang mencerminkan apa yang dipikirkan.
- Keadaan ekonomi, yakni adalah menentukan keadaan ekonomi seseorang dengan membeli suatu produk. Individu dengan mempunyai ekonomi rendah akan memakai uangnya dengan lebih berhati-hati, namun berbeda dengan orang yang mempunyai ekonomi tinggi.
- Gaya hidup, yakni konsep konsumsi yang menentukan cara individu menggunakan waktu dan uangnya.

2) Faktor eksternal meliputi antara lain : 58

- Faktor budaya, yakni tindakan yang dimiliki bersama yang dipahami dan diakui oleh bersama dalam golongan besar maupun kecil.
- Faktor kelas sosial, merupakan golongan yang bertahan lama dan adil dalam kelompok yang tersusun dalam kedudukan keanggotaannya yang mempunyai struktur, nilai, minat, serta sikap yang sama. Apabila kelas ini memiliki kasta dari kasta yang tinggi sampai yang rendah, maka biasanya kasta tertinggi yang akan membentuk perilaku konsumtif dalam kelompok tersebut.
- Faktor keluarga, merupakan golongan kecil yang menyiapkan bentuk mendasar untuk perkembangan remaja, yang mana

keluarga mempunyai kewajiban terbesar dalam membentuk sikap konsumtif individu.

- Grup referensi, merupakan golongan orang yang bisa mempengaruhi perilaku, pemikiran, dan pola konsumsi. Kelompok ini membuat seseorang membaur dengan gaya baru yang mempengaruhi perilaku seseorang, ide individu yang menyebabkan pengaruh pilihan produk dan merek.

### c. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Lina & Rosyid terdiri dari :<sup>59</sup>

- 1) Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*), Dalam hal ini nampaknya seseorang mempunyai perilaku membeli didasari karena keinginan yang bersifat sementara, ini dapat dikerjakan tanpa berpikir dahulu, tanpa mempedulikan dampaknya dan seolah-olah bersifat emosional. Dalam mengambil keputusan, hal ini lebih menggunakan perasaan emosi daripada logika. Biasanya kebiasaan ini muncul pada diri individu ketika adanya rangsangan oleh sesuatu yang menarik.
- 2) Pemborosan (*Wasteful Buying*), artinya perilaku yang menghabiskan dana tanpa menyadari secara jelas suatu kebutuhan. Perilaku konsumtif biasanya condong memiliki makna pemborosan yang dampaknya negatif bagi kehidupan individu. Berdasarkan

---

<sup>59</sup> Eni Lestarina, Et Al. *Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja*, *Jurnal Riset Tindakan Indonesia* 2, No, 2. (2017): 4-5, DOI, <https://doi.org/10.29210/3003210000>

pandangan psikologi agama, norma-norma dibentuk menjadi pedoman bagi pemeluknya dalam bersikap dan berperilaku. Norma ini bertujuan membentuk kepribadian dan menjaga harmoni dalam hubungan sosial, serta memperkuat ketaatan terhadap keberadaan supranatural.

- 3) Pembelian yang tidak rasional (*Non Rational Buying*), merupakan aspek yang mana perilaku dilakukan untuk menemukan kebahagiaan. Salah satu metode yang mencari kenyamanan fisik, didasarkan pada sifat yang merasa senang saat dia menggunakan barang yang membuatnya terlihat trendy. Aspek ini melibatkan berbelanja bukan sebab kebutuhan, akan tetapi karena gengsi untuk memiliki kesan sebagai orang yang ikut *trend* modern.

#### d. Dampak perilaku konsumtif

Dampak dari berperilaku konsumtif dapat dilihat dari bagian yang dapat memberikan dampak baik yang positif maupun negatif.

Adapun dampak positif dari perilaku konsumtif yakni antara lain:<sup>60</sup>

- 1) Memberikan pembukaan dan penambah lapangan pekerjaan karena dalam memproduksi barang dengan jumlah besar akan membutuhkan lebih banyak tenaga kerja.
- 2) Meningkatkan motivasi konsumen untuk meningkatkan penghasilan karena mereka ingin bisa membeli berbagai macam barang yang dihendaki dengan jumlah dan variasi yang beragam.

---

<sup>60</sup> Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, 36-37

- 3) Membuat pasar bagi produsen menjadi lebih menarik karena meningkatnya permintaan barang dari individu, hal ini produsen akan membuka pasar baru dalam memudahkan memberikan layanan terhadap konsumen.

Namun jika dilihat dari dampak negatif yang diberikan perilaku konsumtif akan menyebabkan dampak antara lain:<sup>61</sup>

- 1) Gaya hidup yang boros akan memunculkan kesirikan sosial karena setiap individu berbelanja barang yang diminati tanpa memedulikan harga barang tersebut atau diperlukan atau tidaknya barang tersebut dengan jumlah yang besar, akibatnya bagi individu yang tidak berkecukupan maka akan tidak mampu untuk mengikuti gaya kehidupan yang seperti itu.
- 2) Menurunkan jangka waktu untuk menyimpan uang karena individu lebih baik menggunakan uangnya untuk digunakan berbelanja daripada disisihkan untuk ditabung
- 3) Pikirkan lebih banyak tentang apa yang diinginkan daripada apa yang dibutuhkan di masa depan. Oleh karena itu, individu akan mengonsumsi lebih banyak produk saat ini tanpa mempertimbangkan kebutuhan di masa depan.

---

<sup>61</sup> Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, 37

### 3. *E-Commerce*

#### a. Pengertian *E-Commerce*

*E-Commerce* adalah kegiatan memakai dengan teknologi komunikasi dan proses untuk melakukan antara penjual dan pembeli. Hal ini juga merupakan perangkat lunak yang memfasilitasi transaksi online bagi perusahaan, konsumen, dan kelompok tertentu. Loundon mengatakan bahwa *e-commerce* yakni sistem pembelian dan penjualan produk secara elektronik, baik antara konsumen maupun dari perusahaan ke perusahaan dilakukan melalui transaksi yang difasilitasi oleh komputer. Turban berpendapat bahwa *e-commerce* merupakan penggunaan jaringan internet secara elektronik dengan pendekatan baru dalam dunia bisnis. Sedangkan menurut Shaw *e-commerce* adalah program jual beli baru dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas produk, layanan, dan juga memperbaiki penyediaan *link* antara organisasi, pemasok, dan konsumen dengan mengurangi biaya.<sup>62</sup>

Beberapa pandangan diatas mendapat kesimpulan bahwa *e-commerce* adalah transaksi yang melibatkan pertukaran data elektronik, *email*, forum *online*, transfer data elektronik, dan teknologi berbasis jaringan lainnya. Juga *e-commerce* bermanfaat dalam pengurangan biaya administrasi dan waktu peredaran dalam jual beli, dan memperkuat hubungan dengan mitra bisnis dan pelanggan.

---

<sup>62</sup> Mahir Pradana, *Klasifikasi Jenis Jenis Bisnis E-Commerce*, *Jurnal Neo-Bis* 9, No 2 (Bandung 2015); 33, <https://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/download/1271/1095>.

## b. Jenis-Jenis *E-Commerce*

Dalam model hubungan pasarnya, *E-Commerce* dibedakan dalam beberapa tipe yakni antara lain : <sup>63</sup>

- 1) Business To Consumer (B2C), dalam jenis ini paling banyak dibahas dalam lingkup *e-commerce* yakni penjualan online dari suatu entitas bisnis kepada konsumen individu. Tipe ini terdapat beberapa ragam seperti retail online, penyedia jasa, perantara transaksi, penyedia konten, penyedia layanan jaringan, portal dan pemasaran berbasis kreator. Contoh dari jenis ini adalah bhineka.com, yang mana hal ini populer untuk produk-produk *gadget*.
- 2) Business To Business (B2B), Tipe ini fokus pada penjualan kepada sesama pembisnis lainnya. Ada dua model dalam tipe *e-commerce* ini yakni net marketplace yang meliputi e-distributor, perusahaan e-procurement dan konsorsium industri. Serta jaringan privet industri. Pada dasarnya perusahaan *e-commerce* menyiapkan layanan kepada pembisnis yang akan berjualan maupun melakukan transaksi ke konsumen di *marketplace* yang telah disediakan, seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Lazada dll.
- 3) Consumer To Consumer (C2C), Tipe ini memberikan platform bagi seseorang untuk menjual kepada konsumen lainnya, sehingga mereka bisa menawarkan produk dan layanan mereka kepada

---

<sup>63</sup> Diana Fajarwati, *Modul Materi Kuliah Onlie E-Commerce*, (Jakarta: Universitas Esa Unggul, 2020), 2-8

individu lain. Dalam hal ini, konsumen melakukan persiapan produk yang akan dijual belikan, mengirim unggahan produk yang akan dilelang, membuat suatu katalog sesuai standar, menyediakan mesin pencari, mengatur sistem pembayaran agar produk bisa ditampilkan, seperti fiver, eBay atau OLX.

- 4) *Mobile E-Commerce (M-Commerce)*, tipe yang bertransaksi *online* menggunakan perangkat mobil. Tipe ini menggunakan saluran jaringan untuk menyatukan *smartphone* dan komputer tablet melalui jaringan. Ketika tersambung, konsumen bisa membeli produk dan jasa, melakukan reservasi perjalanan, menggunakan berbagai layanan keungan lainnya, mengakses konten *online* dan masih banyak lainnya seperti Gopay dan OVO.<sup>64</sup>
- 5) *Sosial E-Commerce* merupakan tipe yang memanfaatkan jaringan sosial *online* yang pertumbuhannya didorong oleh faktor dimana semakin populernya penggunaan social *sign-on* dan alat kolaborasi untuk belanja *online*, pencarian sosial dan kemunculan *marketplace* di berbagai sosial media seperti Facebook dan Instagram.
- 6) *Local E-Commerce* merupakan gaya *e-commerce* yang fokusnya dalam menarik konsumen pada suatu area geografis tertentu. Tipe ini merupakan perkembangan generasi dari *mobile*, sosial dan local

---

<sup>64</sup> Fajarwati, *Modul Materi*, 6

*e-commerce* yang digerakkan oleh kenaikan kebutuhan layanan berbasis lokal seperti Gojek, Gofood dll.

### c. **Komponen *e-commerce***

Dalam mendukung proses operasional ada beberapa bagian *e-commerce*, hal tersebut menjelaskan hubungan antara produk, penetapan harga, penjualan, dan metode penetapan harga, dengan fokus pada produk, ketersediaannya, dan perspektif pelanggan. Yang dijelaskan sebagai berikut:<sup>65</sup>

#### 1) Produk

Berbagai produk dijual belikan di *e-commerce* mulai dari produk fisik yang artinya produk yang jelas dan dapat diletakkan, disimpan, dilihat dan diperlakukan secara fisik seperti buku, pakaian, *gadget*, makanan, dan sebagainya. Hingga produk yang digital, artinya produk yang mengacu pada produk yang tidak memiliki bentuk fisik seperti, *e-voucher*, musik, grafis, lukisan digital, dan sebagainya.

#### 2) Tempat Menjual Produk

Jaringan sebagai pelaksana dalam *e-commerce* oleh sebab itu diperlukan tempat penyimpanan dan alamat untuk membuat situs web sebagai media pemasaran.

---

<sup>65</sup> Fatmawati, *E-Commerce*, 16-17

### 3) Cara Menerima Pesanan

Dalam hal ini teknik yang digunakan dalam mendapatkan pemesanan seperti dengan menggunakan email, telepon, SMS, *chatting*, dan lain sebagainya.

### 4) Metode Pembayaran

Macam metode pembayaran yang bisa di gunakan di *e-commerce* biasaya memakai sistem transfer via ATM, kartu kredit, COD (*Cash On Delivery*) dan *e-payment*.

### 5) Metode Pengiriman

Dalam jasa pengantaran teknik yang digunakan *e-commerce* di negri ini untuk mendapatkan layanan jasa pengiriman seperti JNE, TIKI, Pos Indonesia, dan masih banyak lainnya. Akan tetapi juga memanfaatkan layanan antar dari ojek berbasis online.

### 6) *Customer Service*

Dalam operasionalnya melayani klien menjadi bagian penting di *e-commerce*. Kegiatan ini biasanya dikerjakan melalui email, formulir online, FAQ, telepon, *chatting*, dan sosial media.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Fatmawati, *E-Commerce*, 17

### BAB III

## METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, yaitu pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam perhitungannya menggunakan analisis statistik.<sup>67</sup> Selain itu, metode penelitian kuantitatif juga dijelaskan sebagai teknik yang berdasarkan pada pengetahuan yang realitas. dipakai dalam melihat populasi atau sampel tertentu. Metode yang dipakai dalam mengambil sampel dilakukan secara acak. Instrumen penelitian digunakan sebagai mengumpulkan data, dan pengujian hipotesis yang telah ditetapkan dianalisis data yang bersifat.<sup>68</sup>

Pendekatan kuantitatif menggunakan semacam pendekatan korelasional untuk menghitung ada dan tidaknya hubungan antar variabel. Dalam variabel yang ditugaskan, kontrol diri sebagai variabel bebas dan variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif yang bertujuan menentukan korelasi antara kedua variabel tersebut. Dengan demikian, perhitungan yang digunakan dapat berupa pendekatan korelasional pada variabel bebas dan terikat.

---

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2013)*, 7

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode*, 8

## B. Populasi Dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah suatu area yang digeneralisasi yang ditetapkan peneliti dalam mengidentifikasi suatu objek atau subjek yang digunakan untuk dipelajari yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan. Oleh sebab itu, populasi bukan hanya orang namun juga objek dan benda alam yang lain. Objek atau subjek yang dipelajari pada populasi tidak hanya orang, namun mencakup keseluruhan karakter yang dipunyai oleh objek atau subjek tersebut.<sup>69</sup> Dengan begitu populasi yang digunakan yaitu mahasiswa aktif Psikologi Islam angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023 yang berjumlah 497.

Dibawah ini merupakan tabel jumlah populasi dari mahasiswa aktif Psikologi Islam mulai dari tahun angkatan 2020,2021,2022, dan 2023.<sup>70</sup>

**Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Mahasiswa Psikologi Islam**

| Angkatan | Jumlah Mahasiswa Aktif |
|----------|------------------------|
| 2020     | 84                     |
| 2021     | 130                    |
| 2022     | 116                    |
| 2023     | 167                    |
| Total    | 497                    |

### 2. Sampel

Sebagian jumlah yang telah ditetapkan dari karakteristik populasi disebut sampel. Disimpulkan bahwa sampel mampu diberlakukan untuk populasi, dalam hal ini populasi yang diangkat menjadi sampel harus

<sup>69</sup> Ari Setiawan, Dedek Adrian, *Metodologi Dan Aplikasi Statistik*, (Yogyakarta: Parana Publishing, 2020): 12

<sup>70</sup>Data dari akademik fakultas dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq jember 2023

bener-bener representatif (mewakili).<sup>71</sup> Teknik *purposive sampling* menjadi teknik pengambilan sampel dengan penetapan kriteria tertentu.

Adapun karakteristik mahasiswa yang dijadikan sampel terhadap penelitian ini yakni :

- a) Mahasiswa Psikologi Islam yang berusia 17-21 tahun.
- b) Menggunakan aplikasi *e-commerce*.
- c) Membeli kebutuhan maupun melakukan aktivitas sehari-hari di aplikasi *e-commerce*.

Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ialah sebanyak 83 responden dari jumlah populasi yang ada.

### C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Tujuan dari teknik pengumpulan data agar dapat mendapatkan data dengan mengumpulkan data penelitian yang sejalan dengan karakteristik data yang telah ditetapkan.<sup>72</sup> Teknik yang digunakan dalam penelitian ini dalam mengumpulkan data antara lain:

#### 1. Observasi

Observasi adalah teknik umum untuk berbagai metode observasi dan pemahaman biologi dan psikologis, digunakan apabila penelitian berkaitan dengan tingkah laku manusia, proses kerja, gejala alam, dan pengamatan yang besar pada responden.<sup>73</sup> Pada penelitian ini dilakukan observasi untuk mendapatkan data dengan tujuan mengetahui pengguna aplikasi *e-commerce* pada mahasiswa Psikologi Islam.

---

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode*, 81

<sup>72</sup> Sugiyono, *Metode*, 224

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode*, 145

## 2. Kuesioner (angket)

Kuesioner yakni cara digunakan untuk mengumpulkan data dengan membagikan pernyataan untuk dijawab responden. Kuesioner ini yakni hal yang tepat untuk Variabel yang ingin diukur dan secara tepat menentukan informasi yang dibutuhkan dari responden. Oleh karena itu, hal ini juga dimanfaatkan untuk sebaran responden yang signifikan dan luas. Kuesioner ini mencakup Pernyataan tertutup dan terbuka yang dapat dikirimkan kepada responden secara langsung, bersifat, surat, dan internet. Kuesioner disebarkan langsung atau dapat dikirimkan melalui *google form* kepada responden.<sup>74</sup> Dalam riset ini, kuesioner disebarkan pada mahasiswa Psikologi Islam melalui *google form*.

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapat data yang dimaksudkan untuk mengukur variabel penelitian.<sup>75</sup> Perolehan data yang telah didapat selanjutnya dinilai menggunakan skala *likert*. Yang mana skala *likert* meliputi pernyataan dengan berbagai pilihan yakni sebanyak empat. Dimana setiap dari pilihan tersebut sudah ditentukan nilainya, dengan demikian responden dapat menetapkan pilihan dari empat pilihan dengan diberikan tanda *cheklist* (✓) pada pilihan pernyataan. Pilihan jawaban telah disediakan oleh peneliti pada tabel dibawah ini dengan meliputi pilihan sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS):

---

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metode*, 142

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metode*, 102

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

| No | Pernyataan                | Nilai Favourable | Nilai Unfavourable |
|----|---------------------------|------------------|--------------------|
| 1. | Sangat Setuju (SS)        | 4                | 1                  |
| 2. | Setuju (S)                | 3                | 2                  |
| 3. | Tidak Setuju (TS)         | 2                | 3                  |
| 4. | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1                | 4                  |

Sumber : Sugiyono, 2017

item dengan kategori *favorabel* menunjuk pada pernyataan yang menunjang indikator variabel yang akan dinilai. Namun, pernyataan indikator yang akan diukur tidak mendukung variabel menunjukkan kategori *unfavorabel*.<sup>76</sup> Nilai pernyataan telah ditetapkan sebelumnya dengan skala likert yang telah disusun oleh peneliti. Skala yang telah ditentukan bisa terlihat dalam skala tersebut antara lain :

a. Skala kontrol diri

Ada tiga aspek yang ditentukan dalam penelitian ini menurut gagasan Averill yakni *behavior control*, *cognitive control*, dan *decesional control*.<sup>77</sup> Dibawah ini merupakan tabel *blue print* dari skala kontrol diri

yaitu:

**Tabel 3. 3 Blue Print Skala Kontrol Diri**

| No | Aspek             | Indikator                      | No. Item  |              | JML |
|----|-------------------|--------------------------------|-----------|--------------|-----|
|    |                   |                                | Favorabel | Un favorabel |     |
| 1. | pembelian spontan | kemampuan mengatur pelaksanaan | 2         | 1,3          | 3   |
|    |                   | kemampuan                      | 4,6       | 5,7          | 4   |

<sup>76</sup> Suzuki Syofian, Timor Setiyaningsih, Nur Syamsiah, *Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web, Jurnal Universitas Muhammadiyah* (Jakarta, 2015): 3

<sup>77</sup> Ghufron, *Teori*, 29-31

|        |                    |   |          |          |    |
|--------|--------------------|---|----------|----------|----|
|        |                    | memodifikasi perilaku   |          |          |    |
| 2.     | pemborosan         | Memperoleh informasi  | 8        | 9,10     | 3  |
|        |                    | Melakukan penilaian   | 11,13,15 | 12,14,16 | 6  |
| 3.     | Mencari kesenangan | Mengendalikan diri untuk memilih suatu yang diyakini dan disetujui. | 17,19,21 | 18,20,22 | 6  |
| Jumlah |                    |   |          |          | 22 |

Sumber : Ghufron, 2011

b. Skala perilaku konsumtif

Menurut Lina dan Rosyid, ada tiga aspek yang diidentifikasi dalam penelitian ini: pembelian impulsif, pembelian boros, dan pembelian non-rasional. Berikut tabel *blue print* dari perilaku konsumtif yaitu:

**Tabel 3. 4 Blue Print Skala Perilaku Konsumtif**

| No | Aspek               | Indikator  | No. Item  |              | JML |
|----|---------------------|--|-----------|--------------|-----|
|    |                     |  | Favorabel | Un favorabel |     |
| 1. | kontrol perilaku    | Keinginan sesaat                                       | 1,2       | 3            | 3   |
|    |                     | Pembelian tanpa mempertimbangkan                       | 4,5       | 6,7          | 4   |
|    |                     | Tidak berfikir akan konsekuensi dan bersifat emosional | 8,10,12   | 9,11,13      | 6   |
| 2. | Kontrol kognitif    | Membelanjakan sesuatu tidak pada tempatnya             | 14,18     | 15,17        | 4   |
|    |                     | Mengikuti trend serta perkembangan zaman               | 18,19,21  | 20,22        | 5   |
| 3. | Mengontrol kepuasan | Membeli sesuatu yang dilakukan untuk mencari           | 23,24     | 25           | 3   |

|  |  |    |    |    |
|--|--|----|----|----|
|  | kesenangan   |    |    |    |
|  | Mencari kepuasan dengan membeli barang yang diinginkan | 26 | 27 | 2  |
|  |  |    |    | 27 |

Sumber : lestarina, 2017

Setelah menentukan skala kontrol diri serta skala perilaku konsumtif, selanjutnya yaitu menguji instrumen penelitian dengan uji validitas dan reliabilitas pada penetapan skala yakni :

a. Uji Validitas

Uji validitas dipakai untuk menghasilkan data yang diukur valid. Hasil penelitian dikatakan valid apabila ditemukan persamaan objek yang diteliti antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi. Yang artinya valid digunakan digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Tujuan dari dilakukan uji validitas untuk memahami seberapa benar dan tepat dari suatu alat ukur.<sup>78</sup> Aplikasi *SPSS 25 for windows* menjadi alat bantu dalam

penelitian ini yang berfungsi sebagai penentuan hasil dari setiap item.

Dengan kriteria pengambilan keputusan uji validitas yakni :

- 1) Alat ukur dinyatakan valid Jika nilai  $r$  hitung  $>$  atau sama dengan  $r$  tabel dan bernilai positif
- 2) Alat ukur dinyatakan tidak valid jika nilai  $r$  hitung  $<$  dari  $r$  tabel dan bernilai negatif

<sup>78</sup> Sugiyono, *Metode*, 121

Dalam menguji menggunakan *Product Moment Pearson* dibutuhkan untuk menghitung validitas dengan penggunaan rumus sebagai berikut:<sup>79</sup>

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : koefisien Korelasi

$n$  : jumlah subjek

$xy$  : jumlah perkalian skor item dengan skor total

$x$  : jumlah skor pernyataan item

$y$  : jumlah skor total

Dalam hal ini peneliti menentukan nilai koefisien korelasi yang menghitung nilai  $r$  hitung dengan bantuan aplikasi *SPSS*. Sementara untuk menentukan  $r$  tabel yang ditetapkan dengan dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05.<sup>80</sup>

Dalam pengujian ini dilakukan agar mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana alat tersebut menjalankan fungsinya sebagai instrumen dalam penelitian. Dalam penelitian ini dikatakan valid pada instrumen jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel.

<sup>79</sup> Ismail, *Statistika*, 339

<sup>80</sup> Rizka Andhika Putra, Agie Hanggara, *Analisis Data Kuantitatif*, (Surabaya: Jakakd Media Publishing, 2022): 19

Oleh sebab terdapat 83 sampel pada penelitian ini mempunyai skor  $r$  tabel  $\alpha = 5\%$  adalah 0,2133

Penelitian ini terdapat instrumen kontrol diri dan perilaku konsumtif. Hasil uji validitas yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

#### 1. Validitas Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri dengan hasil  $r$  hitung yang terdiri dari 22 item dibawah berikut:

**Tabel 3. 5 Validitas Skala Kontrol Diri**

| Item | r hitung | r tabel<br>(0,05) | keputusan |
|------|----------|-------------------|-----------|
| X1   | 0,585    | 0,2159            | Valid     |
| X2   | 0,458    | 0,2159            | Valid     |
| X3   | 0,512    | 0,2159            | Valid     |
| X4   | 0,251    | 0,2159            | Valid     |
| X5   | 0,424    | 0,2159            | Valid     |
| X6   | 0,595    | 0,2159            | Valid     |
| X7   | 0,492    | 0,2159            | Valid     |
| X8   | 0,330    | 0,2159            | Valid     |
| X9   | 0,388    | 0,2159            | Valid     |
| X10  | 0,246    | 0,2159            | Valid     |
| X11  | 0,553    | 0,2159            | Valid     |
| X12  | 0,450    | 0,2159            | Valid     |
| X13  | 0,236    | 0,2159            | Valid     |
| X14  | 0,512    | 0,2159            | Valid     |
| X15  | 0,411    | 0,2159            | Valid     |
| X16  | 0,441    | 0,2159            | Valid     |
| X17  | 0,456    | 0,2159            | Valid     |
| X18  | 0,518    | 0,2159            | Valid     |
| X19  | 0,414    | 0,2159            | Valid     |
| X20  | 0,388    | 0,2159            | Valid     |
| X21  | 0,326    | 0,2159            | Valid     |
| X22  | 0,555    | 0,2159            | Valid     |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 For Windows

Tabel 4.11 menunjukkan hasil uji validitas pada variabel kontrol diri yang menunjukkan seluruh item yang berjumlah 22 item dianggap valid. Hal ini dikarenakan nilai  $r$  hitung yaitu sebesar 0,2133 lebih besar dari nilai  $r$  kritis.

## 2. Validitas Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif dengan hasil  $r$  hitung yang terdiri atas 27 item sebagai berikut :

**Tabel 3. 6 Validitas Skala Perilaku Konsumtif**

| Item | $r$ hitung | $r$ tabel (0,05) | keputusan |
|------|------------|------------------|-----------|
| Y1   | 0,614      | 0,2159           | Valid     |
| Y2   | 0,468      | 0,2159           | Valid     |
| Y3   | 0,499      | 0,2159           | Valid     |
| Y4   | 0,611      | 0,2159           | Valid     |
| Y5   | 0,300      | 0,2159           | Valid     |
| Y6   | 0,529      | 0,2159           | Valid     |
| Y7   | 0,544      | 0,2159           | Valid     |
| Y8   | 0,541      | 0,2159           | Valid     |
| Y9   | 0,441      | 0,2159           | Valid     |
| Y10  | 0,603      | 0,2159           | Valid     |
| Y11  | 0,496      | 0,2159           | Valid     |
| Y12  | 0,555      | 0,2159           | Valid     |
| Y13  | 0,422      | 0,2159           | Valid     |
| Y14  | 0,537      | 0,2159           | Valid     |
| Y15  | 0,617      | 0,2159           | Valid     |
| Y16  | 0,395      | 0,2159           | Valid     |
| Y17  | 0,582      | 0,2159           | Valid     |
| Y18  | 0,693      | 0,2159           | Valid     |
| Y19  | 0,688      | 0,2159           | Valid     |
| Y20  | 0,277      | 0,2159           | Valid     |
| Y21  | 0,363      | 0,2159           | Valid     |
| Y22  | 0,276      | 0,2159           | Valid     |
| Y23  | 0,486      | 0,2159           | Valid     |
| Y24  | 0,433      | 0,2159           | Valid     |
| Y25  | 0,494      | 0,2159           | Valid     |
| Y26  | 0,606      | 0,2159           | Valid     |
| Y27  | 0,494      | 0,2159           | Valid     |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 For Windows 202

Tabel 4.12 menampilkan hasil uji validitas skala perilaku konsumtif sebanyak 27 item, semuanya valid karena nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Dengan nilai  $r$  sebesar 0,2133.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dikerjakan agar mengetahui kesetabilan pengukuran yang digunakan apakah bisa dipercaya dan tetap stabil jika dilakukan pengukuran ulang.<sup>81</sup> Untuk dapat dikatakan reliabel hasil penelitian jika dalam waktu yang berbeda terdapat persamaan data. Reliabilitas instrumen adalah ketentuan dalam pengujian validitas instrumen, dengan demikian, sekalipun instrumen yang valid rata-rata pasti reliabel, akan tetapi perlu dilakukan uji reliabilitas instrumen.<sup>82</sup> Peneliti menggunakan uji reliabilitas *cronbach's alpha* dengan bantuan aplikasi *SPSS 25 for windows* untuk mengukur uji reliabilitas. dengan ketentuan instrumen yang dikatakan reliabel yakni:<sup>83</sup>

1) Pengukuran bisa dinyatakan reliabel jika skor *Cronbach's Alpha* > 0,60

2) Suatu pengukuran dikatakan tidak reliabel ketika skor *Cronbach Alpha* < 0,60.

Data yang akan dianalisis dari 83 responden. Variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*-nya sebesar 0,60.

Hasil uji reliabilitas variabel dasar dan terikat adalah sebagai berikut :

<sup>81</sup> Rizka, *Analisis*, 25

<sup>82</sup> Sugiyono, *Metode*, 122

<sup>83</sup> Ai Ilah Warnilah, *Implementasi Alpha Cronbach Pada Pengembangan Pembelajaran Pengenalan Sampah Metode MDLC*, *Jurnal Produktif* 8, No. 1 (Tasikmalaya, 2018): 84, <https://journal.umtas.ac.id/index.php/produktif/article/view/175>.

**Tabel 3. 7 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas**

|                    |                         |
|--------------------|-------------------------|
| Skala              | <i>Cronbach's Alpha</i> |
| Kontrol Diri       | 0,781                   |
| Perilaku Konsumtif | 0,882                   |

Sumber : Hasil Olah Data *SPSS 25 For Windows*

Perolehan hasil data pada tabel 4.13 diatas diketahui bahwa item dari variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif menghasilkan rincian sebagai berikut:

1. Skala Kontrol Diri

**Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri**

| <i>Reliability Statistic</i> |            |
|------------------------------|------------|
| <i>Cronbach Alpha</i>        | N of Items |
| 0,781                        | 22         |

Sumber : hasil olah data *SPSS 25 For Windows*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai skala kontrol diri dengan *Cronbach's Alpha* yaitu sebesar 0,781, yang berarti reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

2. Skala Perilaku Konsumtif

**Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif**

| <i>Reliability Statistic</i> |            |
|------------------------------|------------|
| <i>Cronbach Alpha</i>        | N of Items |
| 0,882                        | 27         |

Sumber : hasil olah data *SPSS 25 For Windows*

Pada penelitian reliabilitas menggunakan *SPSS 25 For Windows* diperoleh hasil koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,882 lebih besar dari 0,60 yang menunjukkan bahwa skala perilaku konsumtif dinyatakan reliabel.

## D. Analisis Data

Analisis data kuantitatif mengacu pada jumlah total informasi dalam kumpulan data. Pada langkah ini kita akan mengumpulkan dan mengorganisasikan data dari seluruh responden, Prosesnya melibatkan pengumpulan data dari setiap variabel yang diidentifikasi, melakukan penelitian untuk memahami masalahnya, dan menyajikan hipotesis yang diajukan.<sup>84</sup> Penggunaan *SPSS 25 for windows* dalam menguji statistik dipilih agar mempermudah peneliti dalam menjabarkan data yang sudah didapatkan dari jawaban kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan normalitas, linearitas, dan hipotesis.<sup>85</sup>

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui sebaran data dari hasil penelitian bersifat normal atau tidak. Data yang normal mempunyai ciri khas seperti mean, median, dan modusnya memiliki jumlah yang sama.<sup>86</sup>

Aplikasi *SPSS 25 for Windows* dengan *kolmogorov smirnov* digunakan sebagai metode untuk menguji normalitas yang bertujuan agar memahami variabel normal dan tidak pada data yang di distribusikan. Kegunaan uji normalitas apabila data yang ingin diuji berupa data tunggal atau bukan berbentuk interval. Kriteria dalam pengambilan keputusan yakni ketika skor signifikansi yang didapatkan  $> 0,05$ , artinya hasil data yang

---

<sup>84</sup> Sugiyono, *Metode*, 147

<sup>85</sup> Setiawan, *Metode*, 50-57

<sup>86</sup> Ade Irma Suryani, Syahribulan K, Magfirah Mursalam, *Pengaruh Penggunaan Metode Mind Mapping Terhadap Hasil Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial Murid Kelas V SDN No. 166 Inpres Bontorito Kabupaten Takalar, Jurnal Kajian Pendidikan Dasar* 4, No. 2 (Makassar, 2019): 748, <https://doi.org/10.26618/jkpd.v4i2.2373>.

ditetapkan artinya berdistribusi normal. sebaliknya ketika hasil data nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka artinya hasil data tidak berdistribusi normal.<sup>87</sup>

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah satu cara yang dipakai untuk mengetahui distribusi nilai dari perolehan hasil data berstatus linear atau tidak. dengan uji ini bisa menunjukkan analisis regresi yang dipakai. Andaikan hasil dari suatu data diselesaikan dengan anareg linear maka data akan dinyatakan linier. Akan tetapi kebalikannya jika data putus dengan anareg non linear maka data akan dinyatakan tidak linear.<sup>88</sup> Pada penelitian ini digunakan aplikasi *SPSS 25 for windows* yang bertujuan untuk melihat terdapat hubungan yang linear antara variabel yang telah ditetapkan. Dengan pengujian menggunakan tabel Anova. Tabel Anova SPSS bisa membantu dalam menetapkan tipe regresi yang hendaknya digunakan. Adapun kriteris untuk melakukan uji linearitas yakni :<sup>89</sup>

- a. Terdapat hubungan linier antara kedua variabel bila standar deviasi dari linearitas lebih besar dari 0,05.
- b. Terdapat hubungan linier antara kedua variabel bila standar deviasi dari linieritasnya kurang dari 0,05.

## 3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan perbandingan dari pernyataan penelitian yang akan diuji dari tanggapan sementara. Dalam penelitian kuantitatif,

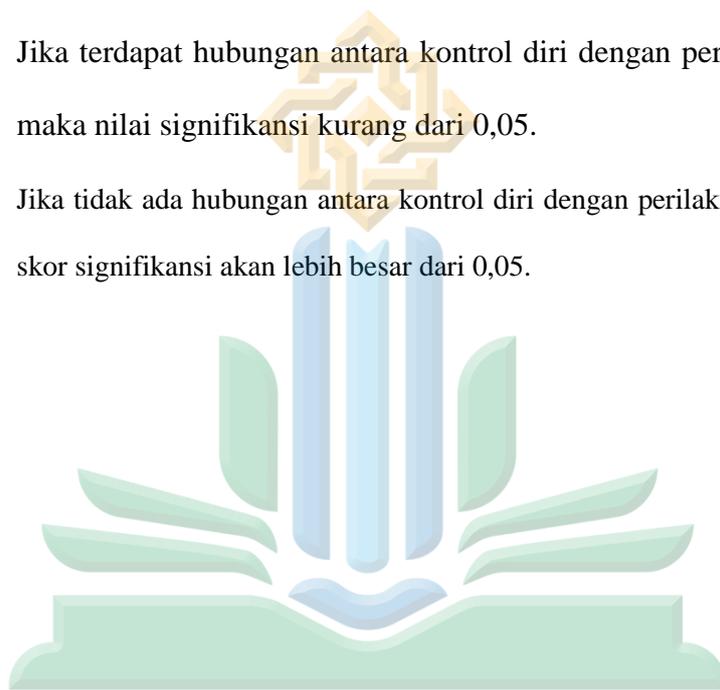
<sup>87</sup> Setiawan, *Metodologi*, 50-57

<sup>88</sup> Tulus Winarsunu, *Statistik Dalam Penelitian Psikologi Dan Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2006): 180

<sup>89</sup> Nubie, *Uji Linearitas Dengan Tabel Anova Spss*, *Alief Workshop* November, 14, 2013, <https://Aliefworkshop.Wordpress.Com/2013/11/13/Uji-Linearitas-Dengan-Tabel-Anova-Spss/>

hipotesis dapat berbentuk satu atau lebih variabel, yang sering disebut hipotesis kausal. Studi ini menguji hubungan antar variabel menggunakan korelasi *product moment pearson* dan *SPSS 25 for Windows*. Dalam mengidentifikasi kriteria untuk pengujian hipotesis yang harus dipenuhi adalah:<sup>90</sup>

- a. Jika terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, maka nilai signifikansi kurang dari 0,05.
- b. Jika tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif maka skor signifikansi akan lebih besar dari 0,05.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>90</sup> Marwan Hamid, Et Al, *Analisis Jalur Dan Aplikasi SPSS Versi 25*, (Aceh: Universitas Islam Kebangsaan Indonesia, 2023): 125

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah UIN KHAS Jember**

Musyawarah ulama syuriah NU cabang jember awal mulanya didirikan STAIN terdahulu, disini IAIN Sunan Ampel Jember merupakan wujud dari ide-ide atau keinginan umat Islam agar mewujudkan intelektual untuk kepentingan perjuangan bangsa. Hal ini dimulai dengan keputusan konferensi Ulama Syuriah NU Cabang Jember untuk mendirikan Perguruan Tinggi Islam di Jember pada tanggal pada 30 September 1964. Panitia pendiri adalah K. H. Ahmad Siddiq, K. H. Shodiq Macmud, S.H. Muljadi, K. H. Abdul Chalim Muhammad, S.H. Drs. Aji Suryadi dan Maksun Arr, BA. Pada awal tahun 1965, berdirilah Fakultas Tarbiyah di Institut Agama Islam Djember (IAID) di berdirikan. Dan dilanjutkan dengan konsultasi dengan K. H. Ahmad Siddiq dan K. H. Sodik Machmud, SH dengan Rektor IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (Prof. Mr. Soenarjo) dan Menteri Agama (Prof. K. H. Saifuddin Zuhri) untuk menjelajahi pengertian Fakultas Tarbiyah IAID. Sepanjang sejarahnya, STAIN Jember kemudian menjadi perguruan tinggi Islam negeri. Yaitu, pada 21 Februari 1966 (Senin, 30 Syawal 1385), Fakultas Tarbiyah IAID terdaftar menjadi Tarbiya IAIN Sunan Ampel Jember.

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember UIN KHAS Jember (berdiri sebagai STAIN Jember dan kemudian menjadi

IAIN Jember) merupakan Universitas Islam negeri di Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. IAIN Jember didirikan dengan Keputusan Presiden no. 11 Tanggal 21 Maret 1997 bertepatan dengan tanggal Dzulkaidah 1417H. dalam perkembangan IAIN Perwakilan Sunan Ampel Jember. IAIN Jember sah berubah gelar menjadi UIN KH Achmad Siddiq Jember yang sudah sesuai dengan Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2021 tanggal 11 Mei 2021. UIN Jember bernama KH Achmad Siddiq, yakni beliau seorang ulama yang pernah menjabat Rais'Aam Syuriah. Nahdlatul Ulama dan pendiri UIN Jember. berikut adapun Fakultas dan Program Studi Dakwah yang didalamnya ada Program Studi Psikologi Islam yang merupakan Program Studi yang masih baru di Fakultas Dakwah yang disahkan Pada tahun 2018.

## **2. Visi dan Misi**

### **a. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember**

#### **1) Visi**

Sebagai pusat kajian dan pengembangan islam di Nusantara

#### **2) Misi**

- a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ke-Islaman, sosial, dan humaiora.
- b) Menyelenggarakan penelitian sebagai pengembangan sebuah aspek keilmuan dan keislaman yang berbasis pesantren.

- c) Menyelenggarakan dan memberdayakan masyarakat dengan berdasarkan ke islamian yang berlandaskan pesantren upaya agar meningkatkan taraf dan kualitas kehidupan masyarakat.
- d) Pengembangan diri penguatan kelembagaan untuk memperkuat kerja sama dalam maupun luar negeri.

#### **b. Fakultas Dakwah**

##### 1) Visi

Mencetak da'i profesional yang tertarik pada isu-isu sosial dan menggarap pengembangan nilai-nilai islam di nusantara.

##### 2) Misi

a) Dalam misi fakultas dakwah melaksanakan yang namanyapendidikan ilmu dakwah dan sebuah ilmu sosial yang akan diorientasikan untuk mencetak sebuah da'I yang berkompenten dalam bidangnya.

b) Yang kedua memperkembangan penelitian mengenai ilmu dakwah dan sosial agar digunakan untuk kajian dalam memecahkan permasalahan sosial.

c) Yang ketiga melaksanakan yang namanya program pengabdian pada masyarakat agar Islam dikenal dan ditegakkan dalam kehidupan yang nyata.

d) Keempat memperluas lagi mengenai kerjasama bersama instansi maupun lembaga yang bersangkutan dengan pelaksanaan pendidikan.

### c. Program Studi Psikologi Islam

#### 1) Visi

Membentuk lulusan Psikologi yang bertaraf dalam Psikologi yang berkualitas, yang memadukan kompetensi psikologi yang sejalan dengan nilai islam nusantara.

#### 2) Misi

a) Menyelenggarakan sebuah pendidikan dan ajaran Psikologi Islam yang inovatif supaya bisa mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi.

b) Melakukan penelitian ilmiah dengan menggunakan pendekatan integratif dari sumber-sumber Islam dan psikologi modern.

c) Melakukan dedikasi kepada masyarakat dalam bidang psikologi islam dalam rangka memecahkan masalah persoalan psikospiritual.

d) Menjalankan kegiatan bersama lembaga psikologi didalam maupun diluar negeri sebagai pengembangan psikologi islam.

### B. Penyajian Data

Dari sampel 83 responden secara keseluruhan memperoleh data hasil penelitian sebagai berikut (tidak menyebutkan nama responden demi menjaga kerahasiaan identitas responden):

**Tabel 4. 1 Total Nilai Variabel Dan Identitas Responden**

| No | Jenis kelamin | Program Studi   | Angkatan | Usia (th) | Total X | Total Y |
|----|---------------|-----------------|----------|-----------|---------|---------|
| 1  | P             | Psikologi Islam | 2020     | 21        | 58      | 48      |
| 2  | P             | Psikologi Islam | 2020     | 21        | 65      | 54      |
| 3  | P             | Psikologi Islam | 2020     | 21        | 65      | 42      |

|    |   |                 |      |    |    |    |
|----|---|-----------------|------|----|----|----|
| 4  | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 66 | 50 |
| 5  | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 53 | 72 |
| 6  | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 57 | 65 |
| 7  | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 55 | 69 |
| 8  | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 62 | 54 |
| 9  | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 78 | 39 |
| 10 | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 62 | 52 |
| 11 | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 71 | 43 |
| 12 | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 74 | 46 |
| 13 | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 59 | 50 |
| 14 | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 68 | 45 |
| 15 | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 65 | 50 |
| 16 | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 78 | 54 |
| 17 | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 60 | 59 |
| 18 | P | Psikologi Islam | 2020 | 21 | 53 | 65 |
| 19 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 68 | 48 |
| 20 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 55 | 61 |
| 21 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 63 | 47 |
| 22 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 62 | 53 |
| 23 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 62 | 63 |
| 24 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 72 | 49 |
| 25 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 63 | 67 |
| 26 | L | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 67 | 49 |
| 27 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 70 | 50 |
| 28 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 64 | 49 |
| 29 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 68 | 44 |
| 30 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 58 | 56 |
| 31 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 59 | 65 |
| 32 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 59 | 66 |
| 33 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 62 | 56 |
| 34 | L | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 63 | 60 |
| 35 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 64 | 66 |
| 36 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 67 | 55 |
| 37 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 72 | 42 |
| 38 | P | Psikologi Islam | 2021 | 21 | 62 | 62 |
| 39 | P | Psikologi Islam | 2021 | 20 | 67 | 48 |
| 40 | P | Psikologi Islam | 2021 | 20 | 63 | 56 |
| 41 | P | Psikologi Islam | 2021 | 20 | 56 | 66 |
| 42 | P | Psikologi Islam | 2021 | 20 | 62 | 55 |
| 43 | L | Psikologi Islam | 2021 | 20 | 63 | 41 |
| 44 | L | Psikologi Islam | 2021 | 20 | 69 | 52 |
| 45 | P | Psikologi Islam | 2021 | 19 | 67 | 52 |
| 46 | P | Psikologi Islam | 2021 | 19 | 60 | 55 |
| 47 | L | Psikologi Islam | 2021 | 18 | 65 | 55 |

|    |   |                 |      |    |    |    |
|----|---|-----------------|------|----|----|----|
| 48 | P | Psikologi Islam | 2022 | 21 | 70 | 38 |
| 49 | P | Psikologi Islam | 2022 | 21 | 67 | 54 |
| 50 | P | Psikologi Islam | 2022 | 21 | 69 | 42 |
| 51 | P | Psikologi Islam | 2022 | 21 | 66 | 45 |
| 52 | P | Psikologi Islam | 2022 | 21 | 68 | 57 |
| 53 | L | Psikologi Islam | 2022 | 21 | 59 | 61 |
| 54 | P | Psikologi Islam | 2022 | 20 | 65 | 50 |
| 55 | P | Psikologi Islam | 2022 | 20 | 67 | 52 |
| 56 | P | Psikologi Islam | 2022 | 20 | 66 | 61 |
| 57 | P | Psikologi Islam | 2022 | 20 | 66 | 52 |
| 58 | P | Psikologi Islam | 2022 | 20 | 64 | 42 |
| 59 | P | Psikologi Islam | 2022 | 20 | 71 | 51 |
| 60 | P | Psikologi Islam | 2022 | 20 | 65 | 45 |
| 61 | L | Psikologi Islam | 2022 | 20 | 78 | 35 |
| 62 | P | Psikologi Islam | 2022 | 19 | 62 | 57 |
| 63 | P | Psikologi Islam | 2022 | 19 | 64 | 48 |
| 64 | P | Psikologi Islam | 2022 | 19 | 65 | 66 |
| 65 | P | Psikologi Islam | 2023 | 21 | 57 | 69 |
| 66 | P | Psikologi Islam | 2023 | 21 | 64 | 55 |
| 67 | P | Psikologi Islam | 2023 | 20 | 53 | 70 |
| 68 | L | Psikologi Islam | 2023 | 20 | 69 | 51 |
| 69 | P | Psikologi Islam | 2023 | 20 | 57 | 56 |
| 70 | P | Psikologi Islam | 2023 | 19 | 70 | 49 |
| 71 | P | Psikologi Islam | 2023 | 19 | 69 | 54 |
| 72 | P | Psikologi Islam | 2023 | 19 | 61 | 57 |
| 73 | L | Psikologi Islam | 2023 | 19 | 77 | 42 |
| 74 | P | Psikologi Islam | 2023 | 19 | 60 | 70 |
| 75 | P | Psikologi Islam | 2023 | 19 | 55 | 67 |
| 76 | P | Psikologi Islam | 2023 | 19 | 74 | 46 |
| 77 | L | Psikologi Islam | 2023 | 19 | 74 | 39 |
| 78 | P | Psikologi Islam | 2023 | 18 | 69 | 38 |
| 79 | P | Psikologi Islam | 2023 | 18 | 66 | 56 |
| 80 | P | Psikologi Islam | 2023 | 18 | 64 | 55 |
| 81 | P | Psikologi Islam | 2023 | 18 | 53 | 73 |
| 82 | P | Psikologi Islam | 2023 | 18 | 78 | 43 |
| 83 | P | Psikologi Islam | 2023 | 18 | 53 | 73 |

Sumber : Hasil Data Angket 2024

Dari hasil data pada tabel 4.1 diatas, diketahui sebanyak 83 responden dari sampel yang sudah memberi jawaban pada angket yang sudah diedarkan melalui *google form*. Semua responden yakni mahasiswa aktif mulai dari angkatan 2020,2021,2022,2023 dengan kisaran umur dari

18 hingga 21 tahun di program studi Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember. Yang mana mahasiswa menggunakan transaksi jual beli dengan aplikasi *e-commerce*. membuktikan bahwa semua responden dalam penelitian sesuai dengan kriteria persyaratan dari teori yang disarankan.<sup>91</sup>

Setiap responden telah memberikan jawaban pada masing-masing item yang telah dibagikan. Sebagaimana terlampir setiap variabelnya (telah berbentuk tabulasi data).

Selanjutnya perolehan data dari pernyataan yang telah dibagikan, ditemukan perolehan pembagian data seperti berikut:

### 1. Distribusi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

**Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan**

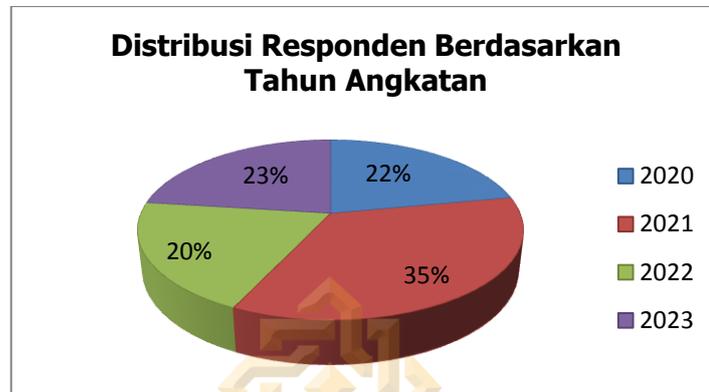
| No | Tahun Angkatan | Frekuensi | Persentase |
|----|----------------|-----------|------------|
| 1  | 2020           | 18        | 22%        |
| 2  | 2021           | 29        | 35%        |
| 3  | 2022           | 17        | 20%        |
| 4  | 2023           | 19        | 23%        |
|    | Total          | 83        | 100%       |

Sumber : Data Primer 2024

Perlu diketahui bahwa tabel 4.2 mewakili rata-rata usia responden pada tahun 2020 hingga 2023. Pada tahun 2020 sebanyak 18 responden (22%), pada tahun 2021 sebanyak 29 orang (35%), pada tahun 2022 sebanyak 17 orang (20%), dan pada tahun 2023 sebanyak 19 orang (23%).<sup>92</sup>

<sup>91</sup> Survey google Form 31 Januari-20 Maret 2024, <https://forms.gle/RpLMFztHz7Nen6FS8>  
<sup>92</sup> Survey google Form 31 Januari-20 Maret 2024, <https://forms.gle/RpLMFztHz7Nen6FS8>

Berdasarkan tabel 4.2 berikut diagram yang menggambarkan



**Gambar 4. 1 Diagram Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan**

## 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

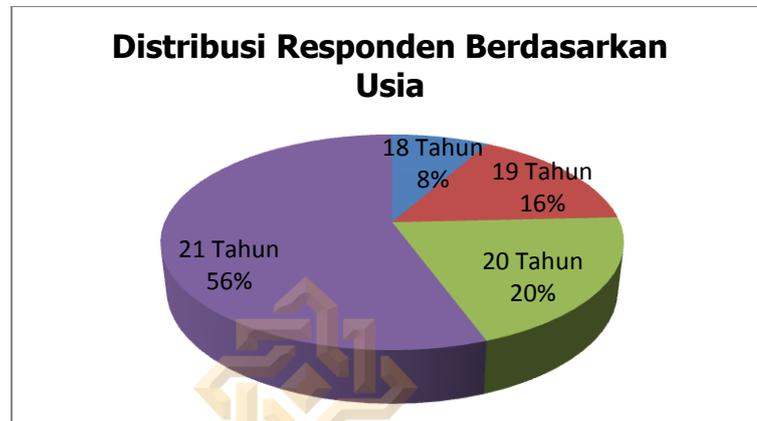
**Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

| No    | Usia | Frekuensi | Persentase |
|-------|------|-----------|------------|
| 1     | 18   | 7         | 8%         |
| 2     | 19   | 13        | 16%        |
| 3     | 20   | 17        | 20%        |
| 4     | 21   | 46        | 55%        |
| Total |      | 83        | 100%       |

*Sumber : Data Pimer 2024*

Berdasarkan pada tabel 4.3 menunjukkan responden yang berusia dari 18 hingga 21 tahun. Dimana membuktikan batas usia responden telah memenuhi syarat dengan kriteria tertentu. dengan Responden berusia di bawah 18 tahun sebanyak 7 orang, berusia di bawah 19 tahun sebanyak 13 orang, berusia di bawah 20 sebanyak 17 orang, dan berusia di bawah 21 sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar 55%.<sup>93</sup>

Berdasarkan Tabel 4.3 berikut diagram yang digambarkan



**Gambar 4. 2 Diagram Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

### 3. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

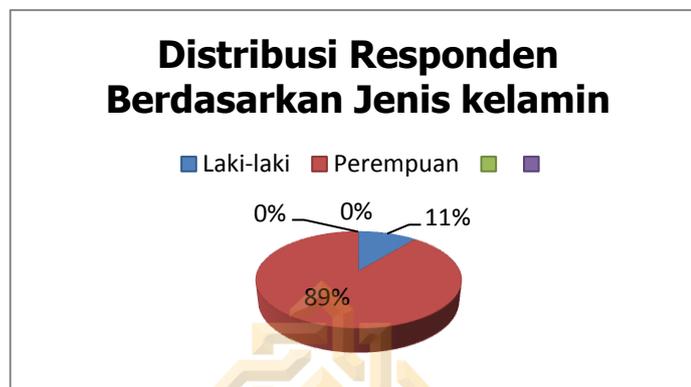
| No    | Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase |
|-------|---------------|-----------|------------|
| 1     | Laki-Laki     | 9         | 11%        |
| 2     | Perempuan     | 74        | 89%        |
| Total |               | 83        | 100%       |

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.4, responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok yaitu perempuan dan laki-laki. Dengan frekuensi 9 responden laki-laki (11%), dan perempuan 74 responden (89%).<sup>94</sup>

<sup>94</sup>Survey google Form 30 Januari-20 Maret 2024, <https://forms.gle/RpLMFztHz7Nen6FS8>

Berdasarkan tabel 4.4 berikut diagram yang digambarkan



**Gambar 4. 3 Diagram Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

#### 4. Distribusi Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi E-Commerce

**Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi E-Commerce**

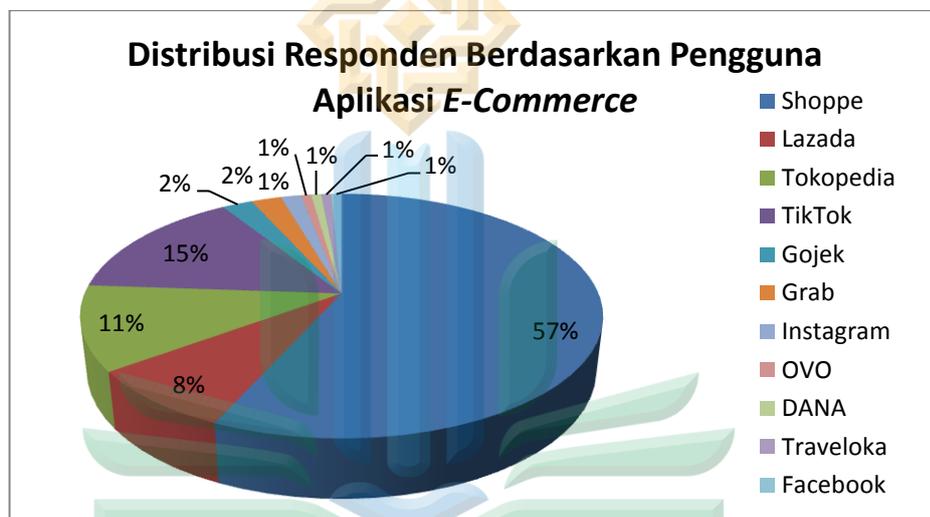
| No  | Aplikasi E-Commerce | Frekuensi | Persentase |
|-----|---------------------|-----------|------------|
| 1.  | Shopee              | 76        | 57%        |
| 2.  | Lazada              | 11        | 8%         |
| 3.  | Tokopedia           | 15        | 11%        |
| 4.  | TikTok              | 20        | 15%        |
| 5.  | Gojek               | 3         | 2%         |
| 6.  | Grab                | 3         | 2%         |
| 7.  | Instagram           | 2         | 1%         |
| 8.  | OVO                 | 1         | 1%         |
| 9.  | DANA                | 1         | 1%         |
| 10. | Traveloka           | 1         | 1%         |
| 11. | Facebook            | 1         | 1%         |
|     | Total               | 134       | 100%       |

Sumber : Data Primer 2024

Pada tabel 4.5 diketahui bahwasanya responden yang menggunakan aplikasi *e-commerce* pada penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing responden bisa menggunakan satu atau lebih dari satu aplikasi *e-commerce*. Dengan responden yang menggunakan aplikasi Shopee sejumlah 76 dengan persentase 57%, Lazada sejumlah 11 dengan persentase 8%, Tokopedia sejumlah 15 dengan persentase 11%, TikTok

sejumlah 20 dengan persentase 15%, Gojek sejumlah 3 dengan persentase 2%, Grab sejumlah 3 dengan persentase 2%, Instagram sejumlah 2 dengan persentase 1%, OVO sejumlah 1 dengan persentase 1%, DANA sejumlah 1 dengan persentase 1%, Traveloka sejumlah 1 dengan persentase 1%, Facebook sejumlah 1 dengan persentase 1%.<sup>95</sup>

Berdasarkan tabel 4.5 berikut diagram yang digambarkan



**Gambar 4. 4 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi E-Commerce**

## 5. Distribusi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Pembelian Di Aplikasi E-Commerce

**Tabel 4. 6 Distribusi frekuensi responden berdasarkan jangka waktu pembelian di aplikasi E-Commerce**

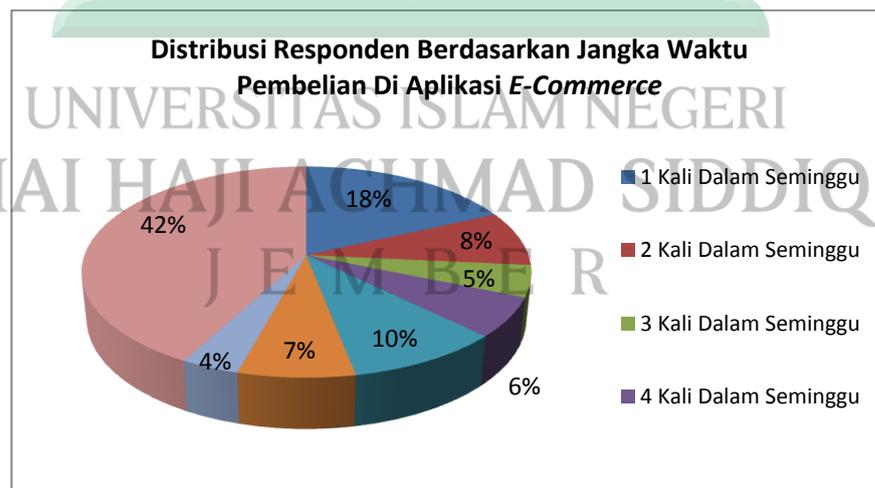
| No | Jangka Waktu Pembelian | Frekuensi | Persentase |
|----|------------------------|-----------|------------|
| 1. | 1 Kali Dalam Seminggu  | 15        | 18%        |
| 2. | 2 Kali Dalam Seminggu  | 7         | 8%         |
| 3. | 3 Kali Dalam Seminggu  | 4         | 5%         |
| 4. | 4 Kali Dalam Seminggu  | 5         | 6%         |
| 5. | 1 Kali Dalam Sebulan   | 8         | 10%        |
| 6. | 2 Kali Dalam Sebulan   | 6         | 7%         |

|       |                          |    |      |
|-------|--------------------------|----|------|
| 7.    | 3 Kali Dalam Sebulan     | 3  | 4%   |
| 8.    | Membeli Sesuai Kebutuhan | 35 | 42%  |
| Total |                          | 83 | 100% |

Sumber : Data Primer 2024

Pada tabel 4.6 diatas menunjukkan responden yang melakukan pembelian secara online dalam penelitian ini memiliki jangka waktu pembelian di aplikasi e-commerce dengan responden yang melakukan pembelian dalam 1 kali dalam seminggu sebanyak 15 dengan persentase 18%, 2 kali dalam seminggu sebanyak 7 dengan persentase 8%, 3 kali dalam seminggu sebanyak 4 dengan persentase 5%, 4 kali dalam seminggu sebanyak 5 dengan persentase 6%, 1 kali dalam sebulan sebanyak 8 dengan persentase 10%, 2 kali dalam sebulan sebanyak 6 dengan persentase 7%, 3 kali dalam sebulan sebanyak 3 dengan persentase 45, serta membeli sesuai kebutuhan sebanyak 35 dengan persentase 42%.<sup>96</sup>

Berdasarkan tabel 4.6 berikut diagram yang digambarkan



**Gambar 4. 5 Distribusi Responden berdasarkan Jangka Waktu Pembelian Di Aplikasi E-Commerce**

Selanjutnya setelah perolehan data di setiap variabel dilakukan kategorisasi data guna mengetahui seberapa besar persentase yang didapatkan. Ditetapkannya kategorisasi dengan menggunakan aplikasi *SPSS 25 For Windows* ditetapkan ketika telah dilakukan ditemukan nilai minimum, maximum, mean, dan *standart deviation* di setiap variabel, dan hasil data yang didapatkan sebagai berikut:

**Tabel 4. 7 Hasil Olah Data *Descriptive Statistic***

| Descriptive Statistics |    |         |         |       |                |
|------------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
|                        | N  | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
| Kontrol diri           | 83 | 51      | 81      | 65.24 | 6.577          |
| Perilaku Konsumtif     | 83 | 35      | 74      | 53.87 | 9.321          |
| Valid N (listwise)     | 83 |         |         |       |                |

Sumber: Olah Data SPSS 2024

Setelah mendapatkan hasil olah data, langkah berikutnya adalah menerapkan rumus kategorisasi berikut:

**Tabel 4. 8 Rumus Kategorisasi**

| Kategori | Skor                          |
|----------|-------------------------------|
| Tinggi   | $X > (M+1SD)$                 |
| Sedang   | $(M-1SD) \leq X \leq (M+1SD)$ |
| Rendah   | $X < (M- 1SD)$                |

Berikut kategorisasi yang dihasilkan

1. Variabel Kontrol-Diri

a. Kategori Tinggi

$$\text{Rumus : } X > (M+1SD)$$

$$M + 1SD = 65,24 + 1 (6,577) = 71,817$$

Responden dengan nilai kontrol diri lebih besar dari 71,817 memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi, yang didapatkan dari rumus diatas.

b. Kategori Rendah

$$\text{Rumus : } X < (M - 1SD)$$

$$M - 1SD = 65,24 - 1 (6,577) = 58,663$$

Responden dengan nilai total kontrol diri lebih kecil dari 58,663 memiliki tingkat kontrol diri yang rendah, yang didapatkan dari rumus diatas.

c. Kategori Sedang

$$\text{Rumus : } (M - 1SD) \leq X \leq (M + 1SD)$$

$$M + 1SD = 71,817$$

$$M - 1SD = 58,663$$

Responden dengan nilai kontrol diri yang terletak di antara rentang angka 58,663 sampai 71,817 memiliki tingkat kontrol diri sedang dari hasil perhitungan rumus diatas.

Perolehan data dari hasil perhitungan tersebut didapatkan perolehan frekuensi dibawah berikut :

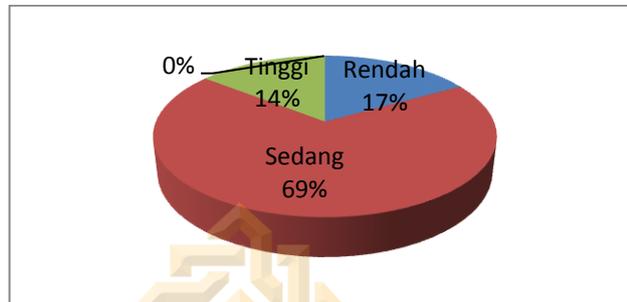
**Tabel 4. 9 Kategorisasi variabel kontrol diri**

| No    | Kategori | Nilai Kontrol Diri          | Frekuensi | Persentase |
|-------|----------|-----------------------------|-----------|------------|
| 1     | Rendah   | $X < 58,324$                | 14        | 16,9%      |
| 2     | Sedang   | $58,324 \leq X \leq 70,736$ | 57        | 68,7%      |
| 3     | Tinggi   | $X > 70,736$                | 12        | 14,5%      |
| Total |          |                             | 83        | 100%       |

Sumber : Data Primer 2024

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa 14 responden mempunyai tingkat pengendalian diri tinggi, 57 responden mempunyai tingkat pengendalian diri sedang, dan 12 orang mempunyai tingkat pengendalian diri rendah.

Jika digambarkan dalam bentuk diagram, akan mendapatkan gambar berikut:



**Gambar 4. 6 Diagram Kategorisasi Kontrol Diri**

## 2. Variabel Perilaku Konsumtif

### a. Kategori Tinggi

$$\text{Rumus : } X > (M+1SD)$$

$$M + 1SD = 53,87 + 1 (9,321) = 63,191$$

Berdasarkan logika di atas, responden dengan total tingkat perilaku konsumtif lebih dari 63.191 memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi.

### b. Kategori Rendah

$$\text{Rumus : } X < (M- 1SD)$$

$$M - 1SD = 53,87 - 1 (9,321) = 44,549$$

Berdasarkan rumus di atas responden dengan jumlah total perilaku konsumtif lebih kecil dari 44,549 artinya mempunyai tingkat perilaku konsumtif rendah

### c. Kategori Sedang

$$\text{Rumus : } (M-1SD) \leq X \leq (M+1SD)$$

$$M + 1SD = 63,191$$

$$M - 1SD = 44,549$$

Dari perhitungan menunjukkan responden dengan nilai perilaku konsumtif terdapat diantara rentang angka 44,549 hingga 63,191 berarti mempunyai tingkat perilaku konsumtif yang sedang.

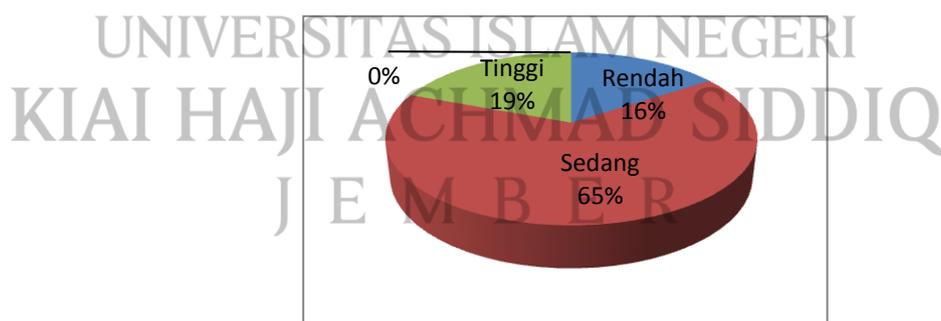
Perolehan data berdasarkan hasil perhitungan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 10 Kategorisasi variabel perilaku konsumtif**

| No    | Kategori | Nilai Perilaku Konsumtif    | Frekuensi | Persentase |
|-------|----------|-----------------------------|-----------|------------|
| 1     | Rendah   | $X < 46,664$                | 13        | 15,7%      |
| 2     | Sedang   | $46,664 \leq X \leq 65,416$ | 54        | 65,1%      |
| 3     | Tinggi   | $X > 65,416$                | 16        | 19,3%      |
| Total |          |                             | 83        | 100%       |

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan tabel 4.10, terdapat 13 responden dengan tingkat perilaku konsumtif yang tinggi, 54 responden dengan tingkat sedang, dan 16 responden dengan tingkat rendah. Jika ditampilkan dalam diagram, maka gambar yang dihasilkan adalah sebagai berikut:



**Gambar 4. 7 Diagram kategorisasi perilaku konsumtif**

## C. Analisis Dan Pengujian Hipotesis

### 1. Analisis Data

Uji statistik yang digunakan dengan *SPSS 25 For Windows* dalam penelitian ini untuk memudahkan pengorganisasian data yang diperoleh dari pengisian kuesioner. Data dikumpulkan dengan tujuan untuk memahami hubungan kedua variabel. Teknik analisis data yang digunakan meliputi normalitas, linearitas, dan hipotesis.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dibutuhkan peneliti dalam bertujuan untuk mengetahui hasil data yang didapatkan bersifat distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan dengan pendekatan *Kolmogorov Smirnov* dengan bantuan *SPSS 25 For Windows*.

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas**

| One-sample kolmogorov-smirnov test |               |                         |
|------------------------------------|---------------|-------------------------|
|                                    |               | Unstandardized residual |
| N                                  |               | 83                      |
| Normal Parameters,a,b              | Mean          | .0000000                |
|                                    | Std.Deviation | 6.33865627              |
| Most Extreme Differences           | Absolute      | .069                    |
|                                    | Positive      | .047                    |
|                                    | Negative      | -.069                   |
| Test Statistic                     |               | .069                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |               | .200c,d                 |

Sumber : Hasil Olah Data *SPSS 25 For Windows*

Hasil proses normalisasi data menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Oleh karena itu, nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,050 sehingga data dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Peneliti menggunakan tabel ANOVA pada *SPSS 25 for Windows* dalam uji linieritas untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier pada variabel yang digunakan. Berikut hasil analisis data uji linierisasi dengan menggunakan SPSS:

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Linieritas**

| ANOVA Table                       |                 |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig. |
|-----------------------------------|-----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Perilaku Konsumtif * Kontrol Diri | Betwe en Groups | (Combined)               | 4794.064       | 25 | 191.763     | 4.69  | .000 |
|                                   |                 | Linearity                | 3828.900       | 1  | 3828.900    | 93.70 | .000 |
|                                   |                 | Deviation from Linearity | 965.164        | 24 | 40.215      | .984  | .500 |
|                                   | Within Groups   |                          | 2329.479       | 57 | 40.868      |       |      |
|                                   | Total           |                          | 7123.542       | 82 |             |       |      |

Sumber : Hasil Olah Data *SPSS 25 For Windows*

Pada linieritas di tabel 4.17 menunjukkan nilai signifikansi *Deviation Form Linierity* sebesar 0,500. Oleh sebab itu karena nilai sig.  $0,500 > 0,050$ , artinya dapat disimpulkan bahwa antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif membangun garis yang linier. Artinya terdapat hubungan yang linier di setiap variabel.

c. Uji Hipotesis

*Product moment pearson* membantu menguji hipotesis dengan *SPSS 25 For Windows*, Dalam melihat tingkat hubungan antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif melalui uji hipotesis dengan pedoman pada tabel berikut dibawah ini :<sup>97</sup>

<sup>97</sup> Bisma Indrawan Sanny, Rina Kaniawati Dewi, *Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return On Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten*

**Tabel 4. 13 Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi**

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00 - 0,199       | Sangat Rendah    |
| 0,20 - 0,399       | Rendah           |
| 0,40 - 0,599       | Sedang           |
| 0,60 - 0,799       | Kuat             |
| 0,80 - 1,000       | Sangat Kuat      |

Setelah mengetahui pedoman pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment pearson* dengan aplikasi *SPSS 25 For Windows*, seperti terlihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis**

| Correlations       |                     |              |                    |
|--------------------|---------------------|--------------|--------------------|
|                    |                     | Kontrol Diri | Perilaku Konsumtif |
| Kontrol Diri       | Pearson Correlation | 1            | -.733**            |
|                    | Sig. (2-tailed)     |              | .000               |
|                    | N                   | 83           | 83                 |
| Perilaku Konsumtif | Pearson Correlation | -.733**      | 1                  |
|                    | Sig. (2-tailed)     | .000         |                    |
|                    | N                   | 83           | 83                 |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Olah Data *SPSS 25 For Windows*

Hasil dari tabel 4.19 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang didapatkan dalam penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Psikologi Islam. Artinya membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikansi antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dikarenakan nilai sig.  $0,000 < 0,050$ , dengan kata lain  $H_a$  diterima Dan  $H_0$  ditolak. Berdasarkan *Pearson Correlation* didapatkan hasil uji yakni sebesar -0,733. Selanjutnya melihat tingkat korelasi yang yang didapat melalui nilai signifikansi dan *pearson correlation* dari

variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif dengan. Sesuai pedoman tingkat hubungan yang didapatkan yakni kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang kuat dalam kategori dengan skor 0,50-0,799. Dengan *pearson correlation* menunjukkan tanda negatif, artinya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif terhadap mahasiswa Psikologi Islam.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat hubungan negatif dengan tingkat korelasi yang kuat antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, yang hal ini dilihat dari interpretasi tingkat korelasi berdasarkan perolehan *pearson correlation* dengan nilai -0,733 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. yang artinya terdapat hubungan terbalik antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Semakin rendah kontrol diri yang dimunculkan maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimunculkan. Perilaku konsumtif yang terjadi dikalangan mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember berada diberbagai aspek yang berbeda-beda. Berdasarkan survey yang dilakukan, aspek yang terlihat dari perilaku konsumtif yakni pembelian spontan, pemborosan, dan mencari kesenangan.

Sebagian mahasiswa Psikologi Islam UIN KHAS Jember melakukan pembelian spontan adalah merasa tertarik dengan barang yang diiklankan di media sosial seperti di instagram dan TikTok Shop. Mereka merasa mendapatkan keuntungan dari penawaran harga dengan diskon yang didapat dan biaya pengiriman yang gratis. Dari pembelian ini bisa menyebabkan

pemborosan bagi mahasiswa, dimana mereka kerap melakukan pembelian yang tidak ada pada tempatnya dengan mengikuti trend perkembangan zaman, yang hal ini kemudian dilihat melalui orang-orang sekitarnya, mereka cenderung mengikuti daripada harus memikirkan konsekuensi yang akan didapatnya.

Lain halnya sebagian mahasiswa Psikologi Islam UIN KHAS Jember melakukan pembelian untuk mencari kesenangan, yang mana mereka lakukan untuk mencari kepuasan dengan belanja barang yang mereka inginkan, mereka berfikir berbelanja di internet dapat menjadi hal yang mudah dan dapat mengefektifkan waktu mereka. Dalam usia mereka diantara 17-21 tahun merupakan usia yang memiliki keinginan tahun yang tinggi terhadap sesuatu yang baru dan memiliki keberanian dalam mencoba hal-hal yang baru. Belum lagi saat ini dalam membagi waktunya dalam kehidupan sebagai mahasiswa, mereka memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk dapat membantu membagi waktu mereka dalam memenuhi kebutuhannya.<sup>98</sup>

Perilaku konsumtif saat ini dapat terjadi pada mahasiswa karena kemudahan proses berbelanja. Hal ini diketahui dari tingkat perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada mahasiswa Psikologi Islam dimana 13 mahasiswa yang berada pada tingkat perilaku konsumtif rendah, berjumlah 53 mahasiswa yang mempunyai tingkat perilaku konsumtif sedang, dan sebanyak 17 mahasiswa berada pada tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Fasilitas dan layanan pada *e-commerce* menjadikan pengaruh dalam melakukan

---

<sup>98</sup> Wawancara Kepada Mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember, 15 Juni – 20 Juni 2024

perilaku konsumtif, dimana hasil ini didukung penelitian terdahulu oleh Garnita dkk yang mengatakan bahwa fitur *e-commerce* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 84,7%.<sup>99</sup>

Hasil penelitian lain menyatakan, bahwa perilaku konsumtif juga memiliki hubungan dengan konformitas dengan tingkat sebesar 18,7%. Konformitas juga memiliki hubungan yang cukup kuat terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-commerce*, yang mana menunjukkan bahwa mereka lebih berusaha untuk sesuai dengan anggota kelompok yang lainnya menyamakan keyakinan atau perilakunya. Yang mana mereka merasa nyaman ketika membeli sesuatu yang sama dengan anggota kelompok lainnya dan memiliki keyakinan bahwa dapat memutuskan sesuatu yang lebih baik jika dibantu oleh kelompok lainnya.<sup>100</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lailatul, Adnani, dan Hetti menunjukkan perilaku konsumtif juga memiliki hubungan dengan gaya hidup hedonis pada pengguna *e-money*, dengan tingkat sebesar 60,4%. Yang mana gaya hidup hedon terjadi karena adanya keinginan agar dapat berpenampilan, gaya tingkah laku, cara bersikap, dan lainnya untuk menarik perhatian dari orang lain.<sup>101</sup>

<sup>99</sup> Garnita Ulfa Fauziah, Nila Nurochani, Nila Nopianti, *Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shoppe Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa STEI Ar-Risalah Ciamis)*, *Jurnal Ekonomi Islam* VII, No. II, (2022), Hal. 260, <http://dx.doi.org/10.30829/ajei.v7i2.12665>

<sup>100</sup> Pega Astria Susanto, Siti Ina Savira, *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Marketplaca*, *Jurnal Penelitian Psikologi* 8, No. 2 (2021), Hal. 137, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/42761>

<sup>101</sup> Lailatul Inayah, Adnani Budi Utami, Hetti Sari Ramadhani, *Gaya Hidup Hedonid Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Moner Pada Mahasiswa*, *Jurnal Penelitian Psikologi* 3, No. 02 (2022), <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sukma/article/view/7732/5304>

Kecenderungan individu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginanya secara berlebihan maka akan menjadikan perilaku konsumtif. Munculnya perilaku konsumtif dapat disebabkan dari berbagai faktor, menurut Chrisnawati dan Abdullah perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh dua faktor yakni secara internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, pengalaman belajar, kepribadian, konsep diri, keadaan ekonomi, dan gaya hidup. Sedangkan faktor eksternal meliputi budaya, kelas sosial, keluarga, dan grup referensi. Salah satu bentuk dari faktor internal dapat berupa kontrol diri.<sup>102</sup>

Pada penelitian ini menunjukkan tingkat kontrol diri pada mahasiswa Psikologi Islam yang menggunakan *e-commerce* bermacam-macam dengan 13 mahasiswa berada pada tingkat kontrol diri yang rendah, sejumlah 58 mahasiswa yang mempunyai tingkat kontrol diri sedang, serta 12 mahasiswa yang mempunyai tingkat kontrol diri yang tinggi. Dimana tingkat kontrol diri sangat berperan penting dalam bersosialisasi karena manusia merupakan makhluk sosial, dengan kontrol diri yang tinggi maka dapat bersosialisasi dengan baik dan mengantisipasi pengaruh dari luar.<sup>103</sup>

Dilihat dari hasil tingkat kontrol diri mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang baik dapat menahan keinginannya dan meninggalkan perilaku yang tidak diharapkan seperti melakukan transaksi jual beli online. Mahasiswa yang

---

<sup>102</sup> Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia-HIMPSI, *Dinamika Perkembangan Remaja Problematika Dan Solusi*, (Jakarta: Kencana, 2020): 7

<sup>103</sup> Ramadona Dwi Marsela, Mamat Supriatna, *Kontrol Diri: Definisi Dan Faktor*, *Journal Of Inovatif Counseling: Theory, Practice & Research* 3, No. 2 (Tasikmalaya, 2019): 66. *Journal Of Innovative Counseling : Theory, Practice, And Research* (Umtas.Ac.Id)

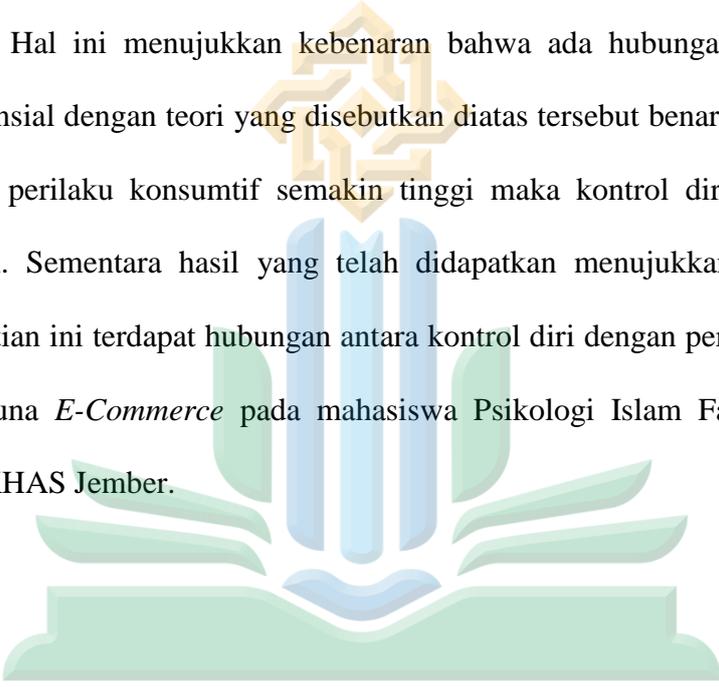
dapat melakukan kontrol perilaku dapat menghindari membuka aplikasi pembelian online atau tidak melihat iklan yang ditawarkan disosial media dengan tujuan agar mahasiswa tidak tergerak dengan penawaran yang terlihat. Sementara itu mahasiswa juga bisa melakukan perhitungan langkah dengan didasari oleh berita yang didapatkan dengan tidak melakukan pembelian padahal mahasiswa tersebut mengetahui adanya promo yang ditawarkan melalui iklan. Karena mahasiswa menyakini melakukan pembelian dengan berlebihan maka menyebabkan konsekuensi untuk mahasiswa.

Mahasiswa dengan kontrol diri yang rendah susah untuk mengarahkan tindakan yang dikerjakan. Artinya ketika mahasiswa mempunyai kontrol diri rendah mudah melakukan perilaku konsumtif dengan pembelian online di berbagai platform di internet karena suatu iklan yang ditampilkan. Mahasiswa rela menunggu waktu tertentu untuk mendapatkan harga yang murah, selain itu juga mahasiswa juga susah dalam melakukan perhitungan atas tindakan pembelian tersebut karena mereka berfikir tindakan tersebut merupakan tindakan yang menurutnya wajar. Namun ketika kontrol diri yang tinggi, maka mahasiswa dapat menahan perilaku yang dapat mengakibatkan konsekuensi negatif bagi diri mahasiswa sendiri.

Secara signifikan kontrol diri berhubungan terhadap perilaku konsumtif. hal ini didasarkan pada hasil uji hipotesis yang dilakukan terhadap mahasiswa Psikolog Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan menunjukkan bahwa hubungan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sebesar  $-0,733$ . Dari hasil penelitian ini memberikan informasi tersirat

bahwasanya individu dengan tingkat kontrol diri yang tinggi dianjurkan untuk tetap dipertahankan dalam dirinya. Hal ini bermaksud untuk mengurangi tingkat perilaku konsumtif, semakin konsisten individu dengan terus meningkatkan kontrol diri, maka perilaku konsumtif akan semakin mengalami penurunan.

Hal ini menunjukkan kebenaran bahwa ada hubungan terbalik yang substansial dengan teori yang disebutkan diatas tersebut benar. artinya dimana ketika perilaku konsumtif semakin tinggi maka kontrol diri akan semakin rendah. Sementara hasil yang telah didapatkan menunjukkan bahwa dalam penelitian ini terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *E-Commerce* pada mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Dapat disimpulkan dari perolehan hasil uji hipotesis dengan skor signifikansi sebesar  $0,000 < 0,050$  dan perolehan *pearson correlation* dengan nilai  $-0,733$ . Artinya dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Dan terdapat hubungan terbalik yang artinya ketika mahasiswa dengan rendahnya kontrol diri maka akan meningkatnya perilaku konsumtif, begitu pula, jika semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* pada mahasiswa.

#### **B. Saran-Saran**

Terdapat beberapa saran yang didapat dari hasil penelitian ini yaitu :

##### **1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Harapannya dapat melakukan penilaian kembali tentang kontrol diri dan perilaku konsumtif dapat dilakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif bagi peneliti di masa yang akan datang. sehingga, peneliti dapat menggunakan alat penelitian yang terbaru dan baik serta menambah jumlah instrumen yang akan meningkatkan hasil penelitian.

## 2. Bagi Mahasiswa

Temuan penelitian ini diharapkan dapat mengarah pada materi peninjauan kembali tentang pengendalian diri dan perilaku konsumtif. Data yang dikumpulkan dari mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah dan untuk mahasiswa pada umumnya yang mudah terlibat dalam perilaku konsumtif diharapkan dapat memperbaiki dengan meningkatkan kontrol diri agar dapat mengidentifikasi penyebab-penyebab yang mungkin berkontribusi sehingga dapat tidak berperilaku konsumtif.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Dina, Dan Rinaldi. *Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Unp. Jurnal Riset Psikologi* 8, No. 4 (Padang 2019): 92-102. [Http: //Dx.Doi.Org/10.24036/Jrp.V2019i4.7969](http://Dx.Doi.Org/10.24036/Jrp.V2019i4.7969).
- Anggraeini, Ririn, Dan Sulis Mariyanti. *Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. Jurnal Psikologi* 12, No. 1 (Jakarta, 2014): 34-42. <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/psiko/article/view/1461/1330>.
- Arum, Dewi, Riza Noviana Khoirunnisa. *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee. Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8, No.9 (Surabaya 2021) : 92-102, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/42541>.
- Astuti, Endang Dwi. *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. Psikoborneo* 1, No. 2 (Samarinda, 2013): <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>.
- Averill, James R., *Personal Control Over Aversive Stimuli And Its Relationship To Stress, Psychological Bulletin* 80, No. 4 (American: 1973), 286-306, <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0034845>.
- Azizatunnisa, Ayu, Ie Herdiana. *Self-Control And Consumptive Behavior Of Adolescents In An Islamic Boarding School. Palarch Journal Of Archaeology Of Egypt / Egyptology* 17, No. 3 (2020):1779-1788. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/76888>.
- Carlson, N.R.. *Psychology Of Behavior*. (Usa: Alyn And Bacon, 1994).
- Chita, Regina C. M., *Hubungan Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011, Jurnal E-Biomedik* 3, No. 1, (Manado,2015): 297-302. <https://doi.org/10.35790/ebm.v3i1.7124>.
- Fajarwati, Diana. *Modul Materi Kuliah Onlie E-Commerce*. (Jakarta: Universitas Esa Unggul, 2020).
- Fatmawati, Naning. *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*. (Kediri: Iain Kediri Press, 2022).
- Fauziah, Garnita Ulfa, Nila Nurochani, Nila Nopianti, *Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shoppe Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi*

*Kasus Mahasiswa STEI Ar-Risalah Ciamis), Jurnal Ekonomi Islam VII, No. II, (2022), Hal. 254-267, Http://Dx.Doi.Org/10.30829/Ajei.V7i2.12665*

Fransisca, P. Tommy Y. S. Suyasa, *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran, Jurnal Pronesia 7, No. 2 (2005): 172-199.* [https://www.researchgate.net/publication/319751850\\_Perbandingan\\_Perilaku\\_Konsumtif\\_Berdasarkan\\_Metode\\_Pembayaran](https://www.researchgate.net/publication/319751850_Perbandingan_Perilaku_Konsumtif_Berdasarkan_Metode_Pembayaran).

Ghufron, M. Nur & Rini Risnawita S. *Teori-Teori Psikologi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016).

Hamid, Marwan, Ibrahim Sufi, Wen Konadi, Dan Yusrizal Akmal, *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25, Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (Aceh, 2023).*

Hidayat, Adi. *Pengunjung Shopee Makin Banyak, Bagaimana E-Commerce Lain?, Databoks, November 10, 2023,* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>.

HIMPSI, Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia, *Dinamika Perkembangan Remaja Problematika Dan Solusi*, (Jakarta, Kencana, 2020).

Inayah, Lailatul, Adnani Budi Utami, Hetti Sari Ramadhani, *Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa, Jurnal Penelitian Psikologi 3, No. 2 (2022), Hal. 191-198,* <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sukma/article/view/7732/5304>

Ismali, Fajri, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2018).

Ismania, Astrid Refkiearta, Dan Abdurrohman. *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Pengguna E-Commerce Shopee. Jurnal Ilmiah Sultan Agung (Semarang: 2023): 718-726.* <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/JIMU/article/view/33629>.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1986).

Kementrian Agama Republik Indoonesia, *Ar Rahim: Al-Quran Dan Terjemahannya: ?a* (Bandung: CV. Mikraj Khasanah Ilmu, 2014),

- Lina, Haryanto F. Rosyid, *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri, Psikologika*, No. 4 (Yogyakarta, 1997).
- Lutfiah, Muhammad Basri, Dan Heni Kuswanti. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 11, No. 3 (Pontianak, 2022): 2-10. [Https://Dx.Doi.Org/10.26418/Jppk.V11i3.53456](https://dx.doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456).
- Marsela, Ramadona Dwi, Dan Mamat Supriatna. *Kontrol Diri: Definisi Dan Faktor. Journal Of Inovatif Counseling: Theory, Practice & Research* 3, No. 2 (Tasikmalaya, 2019): 65-69. *Journal Of Innovative Counseling : Theory, Practice, And Research (Umtas.Ac.Id)*.
- Melinda, Lisbeth Lesawengen, Fonny J. Waani, *Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantay (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado), Jurnal Ilmiah Society* 2, No 1 (Manado 2022): 1-12, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/38784>.
- Mujahidah, A. Nooriah, *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar), Eprints Repository Software* (Makassar, 2020): 1-16. [Http://Eprints.Unm.Ac.Id/Id/Eprint/18970](http://Eprints.Unm.Ac.Id/Id/Eprint/18970).
- Mumtahana, Hani Atun, Sekreningsih Nita , Dan Adzinta Winerawan Tito. *Pemanfaatan Web E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran, Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika* 2, No. 1 (Madiun, 2017): 6-15, <https://doi.org/10.23917/khif.v3i1.3309>.
- Mustajab, Ridwan. *Pengguna E-Commerce Ri Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada Tahun 2023. Data Indonesia. Id* September 4, 2023, [Https://DataIndonesia.Id/Ekonomi-Digital/Detail/Pengguna-Ecommerce-Ri-Diproyeksi-Capai-19647-Juta-Pada-2023](https://DataIndonesia.Id/Ekonomi-Digital/Detail/Pengguna-Ecommerce-Ri-Diproyeksi-Capai-19647-Juta-Pada-2023).
- Nabila Tashandra, Lusia Kus Anna, *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda Dan Wanita, Kompas.Com* Maret, 22, 2018, [Https://Lifestyle.Kompas.Com/Read/2018/03/22/155001820/80-Persen-Konsumen-Belanja-Online-Orang-Muda-Dan-Wanita](https://Lifestyle.Kompas.Com/Read/2018/03/22/155001820/80-Persen-Konsumen-Belanja-Online-Orang-Muda-Dan-Wanita).
- Pahlevi, Reza, *Ini Produk Yang Paling Banyak Dibeli Di E-Commerce, Databoks* Maret, 06, 2022, [Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/06/03/Ini-Produk-Yang-Paling-Banyak-Dibeli-Di-E-Commerce](https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/06/03/Ini-Produk-Yang-Paling-Banyak-Dibeli-Di-E-Commerce).

- Pradana, Mahir, *Klasifikasi Jenis Jenis Bisnis E-Commerce, Jurnal Neo-Bis* 9, No 2 (Bandung 2015); 32-40. <https://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/download/1271/1095>.
- Pratika, Netty Dian, Annisa Manikotama, Dinda Hana Pratiwi, Khofifah Wahyuningdias. Self-Control Therapy: Daily Accounting and Focus Group Discussions Reduce Consumptive Behavior of E-Money Use in Millennials *Institut Penelitian Dan Kritikus Internasional Budapest-Jurnal (Birci-Journal)* 4, No. 4 (2021): 9181-9192. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.2919>.
- Putra, Rizka Andhika, Agie Hanggara, *Analisis Data Kuantitatif*, (Surabaya: Jakakd Media Publishing, 2022).
- Salsabila, Risa, Suci Rahma Nio. *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum Ubh Pengguna Shopee. Jurnal Riset Psikologi*, No. 9, (Padang 2019): 1-12, <http://dx.doi.org/10.24036/jrp.v2019i4.7969>.
- Sanny, Bisma Indrawan, Rina Kaniawati Dewi, *Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return On Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)* 4 (1), 2020, Hal. 78-87, <https://Jurnal.Politeknik-Kebumen.Ac.Id/E-Bis/Article/Download/239/122/>.
- Setiawan, Ari, Dedek Adrian, *Metodologi Dan Aplikasi Statistik*, (Yogyakarta: Parana Publishing, 2020).
- Siallagan, Ance M., Imelda Derang, Piامي Gustin Nazara, *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan, Jurnal Darma Agung Husada* 8, No. 1(Medan: 2021): 54-61. <https://Jurnal.Darmaagung.Ac.Id/Index.Php/Darmaagunghusada/Article/View/952>.
- Sudarisman, Hargita Syi Vadila. *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop Pada Mahasiswi. Journal Acta Psychologia* 1, No. 1 (Yogyakarta, 2019): 53-61. <https://Journal.Uny.Ac.Id/Index.Php/Acta-Psychologia/Oai>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2018).

- Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan televisi*, (Bandung: Alfabeta 2002).
- Suryani , Ade Irma, Syahribulan K, Magfirah Mursalam, *Pengaruh Penggunaan Metode Mind Mapping Terhadap Hasil Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial Murid Kelas V Sdn No. 166 Inpres Bo ntorito Kabupaten Takalar*, *Jurnal Kajian Pendidikan Dasar* 4, No. 2 (Makassar, 2019): 741-753. <https://doi.org/10.26618/jkpd.v4i2.2373>.
- Susanto, Pega Astria, Siti Ina Savira, *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Marketplaca*, *Jurnal Penelitian Psikologi* 8, No. 2 (2021), Hal. 131-141, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/42761>.
- Syahrum, Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014).
- Syofian, Suzuki, Timor Setiyaningsih, Dan Nur Syamsiah, *Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web*, *Jurnal Universitas Muhammadiyah* (Jakarta, 2015).
- Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: UIN Kiai Achmad Siddiq, 2021).
- Warnilah, Ai Ilah, *Implementasi Alpha Cronbach Pada Pengembangan Pembelajaran Pengenalan Sampah Metode MDLC*, *Jurnal Produktif* 8, No. 1 (Tasikmalaya, 2018), 83-93, <https://journal.umtas.ac.id/index.php/produktif/article/view/175>.
- Winarsunu, Tulus, *Statistik Dalam Penelitian Psikologi Dan Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2006).
- Yuniarti, Vina Sri, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*, (Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2015).
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Ar Rahim: Al-Quran Dan Terjemahanny: ?a* (Bandung: CV. Mikraj Khasanah Ilmu, 2014),

## Lampiran Pernyataan Keaslian Tulisan

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

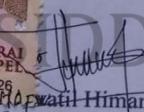
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Shofwatil Himami  
Nim : 204103050002  
Program Studi : Psikologi Islam  
Fakultas : Dakwah  
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikedian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 23 mei 2024  
Saya menyatakan  
  
Siti Shofwatil Himami  
NIM.204103050002

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

  
METERAI  
TEMPEL  
5000  
BZE41ALX128657226

## Lampiran Matrik Penelitian

## Matrik Penelitian

| Judul  | Rumusan Masalah  | Variabel           | Aspek  | Indikator   | Metode Pengambilan Data  |
|--|--|--------------------|--|---|--|
| Hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi islam pengguna <i>e-commerce</i> | Apakah terdapat hubungan Antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi islam pengguna <i>e-commerce</i> ? | Kontrol Diri       | Kontrol Perilaku ( <i>Behavior Control</i> )       | Kemampuan mengatur pelaksanaan Serta Kemampuan memodifikasi perilaku  | Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional. Teknik pengambilan data menggunakan observasi dan kuesioner dengan instrument penelitian menggunakan skala <i>likert</i> . |
|  |  |                    | Kontrol Kognitif ( <i>Cognitive Control</i> )      | Memperoleh informasi dan melakukan penilaian  |  |
|  |  |                    | Mengontrol Keputusan ( <i>Decisional Control</i> ) | Mengendalikan diri untuk memilih suatu yang diyakini dan disetujui  |  |
|  |  | Perilaku Konsumtif | Pembelian Spontan ( <i>Impulsive Buying</i> )      | Kemauan sementara, membeli tanpa mempertimbangkan, serta tidak berfikir akan konsekuensi dan bersifat emosional |  |
|  |  |                    | Pemborosan ( <i>Wasteful Buying</i> )              | Menghambur-hamburkan dana tanpa ada kebutuhan yang jelas  |  |
|  |  |                    | Mencari Kesenangan ( <i>Non Rasional Buying</i> )  | Membeli sesuatu yang dilakukan untuk mencari kesenangan   |  |

## Lampiran Surat Izin Penelitian


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS DAKWAH**  
 Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaliwates Jember, Kode Pos 68136 Telp. 0331-487550  
 email : [fakultasdakwah@uinkhas.ac.id](mailto:fakultasdakwah@uinkhas.ac.id) website: <http://fdakwah.uinkhas.ac.id/>

---

Nomor : B.588 /Un.22/6.a/PP.00.9/ 1 /2024 30 Januari 2024  
 Lampiran : -  
 Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.

Kaprodi Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

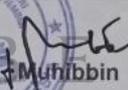
Nama : Siti Shofwatil Himami  
 NIM : 204103050002  
 Fakultas : Dakwah  
 Program Studi : Psikologi Islam  
 Semester : VIII (delapan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama ± 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Hubungan Antara Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce (Studi Korelasi Pada Mahasiswa Psikologi Islam Fakultas Dakwah UIN KHAS Jember)"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

An. Dekan,  
 Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
 Muhibbin  




Lampiran Kuesioner Penelitian

Link Kuesioner Penelitian : <https://forms.gle/RpLMFztHz7Nen6FS8>

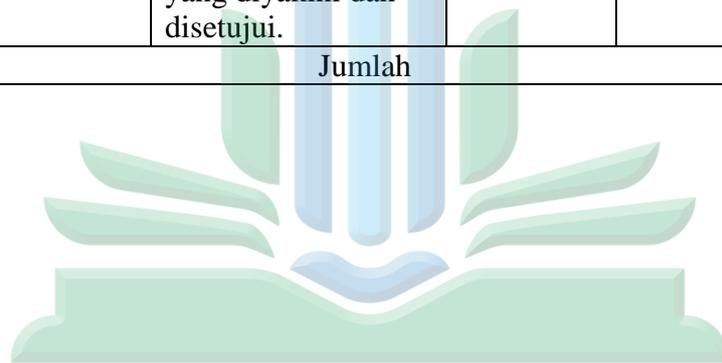


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Lampiran *Blue Print* Setelah Dilakukan Uji Coba

***Blue Print* Variabel Kontrol Diri**

| No     | Aspek              | Indikator   | No. Item  |             | JML |
|--------|--------------------|---|-----------|-------------|-----|
|        |                    |   | Favorabel | Unfavorabel |     |
| 1.     | pembelian spontan  | kemampuan mengatur pelaksanaan                                      | 1, 3      | 2,4         | 4   |
|        |                    | kemampuan memodifikasi perilaku                                     | 5,7       | 6,8         | 4   |
| 2.     | pemborosan         | Memperoleh informasi  | 9,11      | 10,12       | 4   |
|        |                    | Melakukan penilaian   | 13,15,17  | 14,16,18    | 6   |
| 3.     | Mencari kesenangan | Mengendalikan diri untuk memilih suatu yang diyakini dan disetujui. | 19,21,23  | 20,22,24    | 6   |
| Jumlah |                    |   |           |             | 24  |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Lampiran *Blue Print* Setelah Dilakukan Uji Coba

***Blue Print* Variabel Perilaku Konsumtif**

| No     | Aspek               | Indikator   | No. Item  |             | Jumlah |
|--------|---------------------|---|-----------|-------------|--------|
|        |                     |   | Favorabel | Unfavorabel |        |
| 1.     | kontrol perilaku    | Keinginan sesaat  | 1,3       | 2,4         | 4      |
|        |                     | Pembelian tanpa mempertimbangkan                        | 5,7,9     | 6,8,10      | 6      |
|        |                     | Tidak berfikir akan konsekuensi dan bersifat emosional  | 11,13,15  | 12,14,16    | 6      |
| 2.     | Kontrol kognitif    | Membelanjakan sesuatu tidak pada tempatnya              | 17,19     | 18,20       | 4      |
|        |                     | Mengikuti trend serta perkembangan zaman                | 21,23,25  | 22,24,26    | 6      |
| 3.     | Mengontrol kepuasan | Membeli sesuatu yang dilakukan untuk mencari kesenangan | 27,29     | 28,30       | 4      |
|        |                     | Mencari kepuasan dengan membeli barang yang diinginkan  | 31,33     | 32,34       | 4      |
| Jumlah |                     |   |           |             | 34     |

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran Kuesioner Uji Coba

**Kuesioner Kontrol Diri**

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Angkatan :

Petunjuk :

1. Pernyataan dibawah ini terdiri dari 24 pernyataan
2. Beri tanda (✓) pada jawaban yang menjadi pilihan anda
3. Tidak ada pernyataan yang bernilai benar atau salah
4. Pilihan jawaban yang mendekati apa yang anda rasakan
5. Jawaban terdiri dari

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

| No | Pernyataan   | SS | S | TS | STS |
|----|--|----|---|----|-----|
| 1  | Saya mencatat seluruh pengeluaran setiap hari                                    |    |   |    |     |
| 2  | Saya membeli barang kebutuhan tanpa perencanaan                                  |    |   |    |     |
| 3  | Saya hanya membeli barang maupun produk yang dibutuhkan saja                     |    |   |    |     |
| 4  | Saya sulit mengurangi kebiasaan berbelanja online                                |    |   |    |     |
| 5  | Keputusan yang saya ambil tidak dipengaruhi oleh orang lain                      |    |   |    |     |
| 6  | Saya membeli barang karena tertarik akan tampilannya                             |    |   |    |     |
| 7  | Saya mampu mengendalikan diri saya agar tidak membeli pakaian                    |    |   |    |     |
| 8  | Ketika mendapat uang bulanan saya selalu membeli pakaian yang saya inginkan      |    |   |    |     |
| 9  | Saya mencari informasi mengenai hal-hal yang belum saya ketahui                  |    |   |    |     |
| 10 | Sulit bagi saya dalam mencari informasi terkait sesuatu yang belum saya ketahui  |    |   |    |     |
| 11 | saya menggunakan internet hanya untuk mengerjakan tugas kuliah namun bukan untuk |    |   |    |     |

|    |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|
|    | berbelanja   |  |  |  |  |
| 12 | saya akan menggunakan internet untuk mencari informasi mengenai suatu produk               |  |  |  |  |
| 13 | Saya menimbang berbagai konsekuensi sebelum mengambil keputusan dalam membeli sesuatu      |  |  |  |  |
| 14 | Saya melakukan setiap tindakan tanpa mempertimbangkannya                                   |  |  |  |  |
| 15 | Saya memikirkan akibat dari apa yang akan saya lakukan                                     |  |  |  |  |
| 16 | Saya mudah mengikuti ajakan teman untuk membeli produk yang diiklankan                     |  |  |  |  |
| 17 | Saat membeli suatu produk, saya cenderung lebih mempertimbangkan manfaat daripada merk nya |  |  |  |  |
| 18 | Saya akan membeli pakaian yang ber-merk untuk meningkatkan rasa percaya diri saya          |  |  |  |  |
| 19 | Saya lebih senang menabung daripada membeli yang tidak dipeerlukan                         |  |  |  |  |
| 20 | Saya sulit menahan keinginan untuk membeli barang-barang yang menarik yang saya lihat      |  |  |  |  |
| 21 | Saya dapat menunda pembelian sebuah produk maupun barang kebutuhan                         |  |  |  |  |
| 22 | Saya mengambil keputusan dengan terburu-buru   |  |  |  |  |
| 23 | Saya tidak mudah membeli barang hanya karena promosi dari penjual                          |  |  |  |  |
| 24 | Saya membeli produk yang baru meskipun yang lama masih bisa digunakan                      |  |  |  |  |

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran Kuesioner Uji Coba

**Kuesioner Perilaku Konsumtif**

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Angkatan :

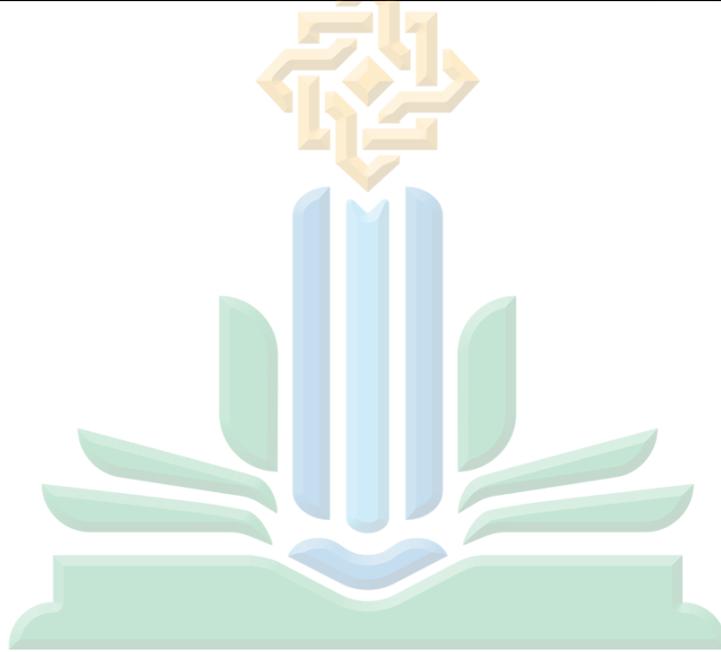
Petunjuk :

1. Pernyataan dibawah ini terdiri dari 34 pernyataan
2. Beri tanda (✓) pada jawaban yang menjadi pilihan anda
3. Tidak ada pernyataan yang bernilai benar atau salah
4. Pilihan jawaban yang mendekati apa yang anda rasakan
5. Jawaban terdiri dari
  - SS : Sangat Setuju
  - S : Setuju
  - TS : Tidak Setuju
  - STS : Sangat Tidak Setuju

| No | Pernyataan   | SS | S | TS | STS |
|----|--|----|---|----|-----|
| 1  | Saya mudah tertarik membeli barang <i>online</i> karena tampilan yang menarik                                      |    |   |    |     |
| 2  | Ketika saya melihat barang dari produk yang bermerek di <i>online shop</i> saya memikirkan keputusan untuk membeli |    |   |    |     |
| 3  | Saya mudah terbujuk teman pada saat membeli suatu barang   |    |   |    |     |
| 4  | Saya hanya akan membeli barang yang sesuai dengan kebutuhan  |    |   |    |     |
| 5  | Saya langsung membeli barang yang dipajang dikatalog <i>online shop</i> karena kemasannya yang menarik             |    |   |    |     |
| 6  | Menurut saya membeli produk <i>flash sale</i> yang di <i>online shop</i> hanya membuang uang                       |    |   |    |     |
| 7  | Ketika mendapatkan barang yang tidak sesuai keinginan saat berbelanja, saya akan membeli lagi di toko lain         |    |   |    |     |
| 8  | Saya mempertimbangkan dulu sebelum membeli produk yang ada promonya di <i>online shop</i>                          |    |   |    |     |

|    |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|
| 9  | Saya membeli produk dengan tawaran mendapatkan <i>voucher</i> potongan harga   |  |  |  |  |
| 10 | Ketika saya membeli barang kebutuhan di <i>online shop</i> , saya akan mempertimbangkan harga dan keuangan saya                      |  |  |  |  |
| 11 | Saya senang mencoba barang/produk yang baru ditawarkan   |  |  |  |  |
| 12 | Saya memilih menabung dari pada membeli barang yang jarang digunakan   |  |  |  |  |
| 13 | Saya bersemangat untuk membeli produk terbaru walaupun harus meminjam uang temen saya  |  |  |  |  |
| 14 | Saya tidak akan membeli produk terbaru apabila tidak membutuhkannya  |  |  |  |  |
| 15 | Uang saku saya lebih banyak terkuras untuk membeli produk yang menurut saya menarik  |  |  |  |  |
| 16 | Saya tetap menggunakan barang/produk yang lama walaupun banyak produk dengan model baru bermunculan                                  |  |  |  |  |
| 17 | Meskipun saya sudah memiliki barang dari produk di <i>online shop</i> , saya akan membeli produk yang terbaru dengan jenis yang sama |  |  |  |  |
| 18 | Saya membeli barang sesuai dengan kebutuhan  |  |  |  |  |
| 19 | Saya langsung membeli produk yang memberikan diskon  |  |  |  |  |
| 20 | Saya tidak akan membeli produk terbaru apabila tidak membutuhkannya  |  |  |  |  |
| 21 | Saya membeli produk yang sedang <i>trend</i> agar dianggap mengikuti perkembangan zaman  |  |  |  |  |
| 22 | Saya lebih nyaman berbelanja langsung ke toko dibandingkan berbelanja di <i>online shop</i>  |  |  |  |  |
| 23 | Saya membeli produk dengan model yang terbaru agar terlihat menarik  |  |  |  |  |
| 24 | Saya kurang suka mengikuti trend <i>fashion online shop</i> di zaman sekarang  |  |  |  |  |
| 25 | Saya membeli produk yang diiklankan dimedia sosial   |  |  |  |  |
| 26 | Saya tidak akan membeli produk yang baru dipromosikan  |  |  |  |  |
| 27 | Saya membeli produk yang dipromosikan oleh idola saya  |  |  |  |  |
| 28 | Saya tidak akan berbelanja online jika modelnya tidak cocok dengan saya atau sedang diminati dikalangan mahasiswi                    |  |  |  |  |
| 29 | Saya senang mencoba berbagai produk dengan <i>merk</i> berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama                                    |  |  |  |  |

|    |   |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|
| 30 | Saya membeli barang karena butuh bukan untuk meningkatkan status                |  |  |  |  |
| 31 | Saya akan membeli barang karena mengefesiensi waktu saya                        |  |  |  |  |
| 32 | Saya hanya akan berbelanja ketika ada promo dan diskon                          |  |  |  |  |
| 33 | Saya membeli barang produk yang lebih mahal untuk meningkatkan percaya diri     |  |  |  |  |
| 34 | Saya percaya diri dengan barang yang saat ini digunakan meskipun tidak ber-merk |  |  |  |  |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran Kuesioner

**Kuesioner Kontrol Diri**

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Angkatan :

Petunjuk :

6. Pernyataan dibawah ini terdiri dari 24 pernyataan
7. Beri tanda (✓) pada jawaban yang menjadi pilihan anda
8. Tidak ada pernyataan yang bernilai benar atau salah
9. Pilihan jawaban yang mendekati apa yang anda rasakan
10. Jawaban terdiri dari

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

| No | Pernyataan  | SS | S | TS | STS |
|----|---|----|---|----|-----|
| 1. | Saya membeli barang kebutuhan tanpa perencanaan                             |    |   |    |     |
| 2. | Saya hanya membeli barang maupun produk yang dibutuhkan saja                |    |   |    |     |
| 3. | Saya sulit mengurangi kebiasaan berbelanja online                           |    |   |    |     |
| 4. | Keputusan yang saya ambil tidak dipengaruhi oleh orang lain                 |    |   |    |     |
| 5. | Saya membeli barang karena tertarik akan tampilannya                        |    |   |    |     |
| 6. | Saya mampu mengendalikan diri saya agar tidak membeli pakaian               |    |   |    |     |
| 7. | Ketika mendapat uang bulanan saya selalu membeli pakaian yang saya inginkan |    |   |    |     |

|     |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|
| 8.  | Saya mencari informasi mengenai hal-hal yang belum saya ketahui                            |  |  |  |  |
| 9.  | Sulit bagi saya dalam mencari informasi terkait sesuatu yang belum saya ketahui            |  |  |  |  |
| 10. | saya akan menggunakan internet untuk mencari informasi mengenai suatu produk               |  |  |  |  |
| 11. | Saya menimbang berbagai konsekuensi sebelum mengambil keputusan dalam membeli sesuatu      |  |  |  |  |
| 12. | Saya melakukan setiap tindakan tanpa mempertimbangkannya                                   |  |  |  |  |
| 13. | Saya memikirkan akibat dari apa yang akan saya lakukan                                     |  |  |  |  |
| 14. | Saya mudah mengikuti ajakan teman untuk membeli produk yang diiklankan                     |  |  |  |  |
| 15. | Saat membeli suatu produk, saya cenderung lebih mempertimbangkan manfaat daripada merk nya |  |  |  |  |
| 16. | Saya akan membeli pakaian yang ber-merk untuk meningkatkan rasa percaya diri saya          |  |  |  |  |
| 17. | Saya lebih senang menabung daripada membeli yang tidak dipeerlukan                         |  |  |  |  |
| 18. | Saya sulit menahan keinginan untuk membeli barang-barang yang menarik yang saya lihat      |  |  |  |  |
| 19. | Saya dapat menunda pembelian sebuah produk maupun barang kebutuhan                         |  |  |  |  |
| 20. | Saya mengambil keputusan dengan terburu-buru   |  |  |  |  |
| 21. | Saya tidak mudah membeli barang hanya karena promosi dari penjual                          |  |  |  |  |
| 22. | Saya membeli produk yang baru meskipun yang lama masih bisa digunakan                      |  |  |  |  |

## Lampiran Kuesioner

**Kuesioner Perilaku Konsumtif**

Nama :

Usia :

Jenis kelamin :

Angkatan :

Petunjuk :

6. Pernyataan dibawah ini terdiri dari 34 pernyataan
7. Beri tanda (✓) pada jawaban yang menjadi pilihan anda
8. Tidak ada pernyataan yang bernilai benar atau salah
9. Pilihan jawaban yang mendekati apa yang anda rasakan
10. Jawaban terdiri dari

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

| No | Pernyataan  | SS | S | TS | STS |
|----|---|----|---|----|-----|
| 1. | Saya mudah tertarik membeli barang <i>online</i> karena tampilan yang menarik                                   |    |   |    |     |
| 2. | Saya mudah terbujuk teman pada saat membeli suatu barang  |    |   |    |     |
| 3. | Saya hanya akan membeli barang yang sesuai dengan kebutuhan   |    |   |    |     |
| 4. | Saya langsung membeli barang yang dipajang dikatalog <i>outlet online shop</i> karena kemasannya yang menarik   |    |   |    |     |
| 5. | Ketika mendapatkan barang yang tidak sesuai keinginan saat berbelanja, saya akan membeli lagi di toko lain      |    |   |    |     |
| 6. | Saya mempertimbangkan dulu sebelum membeli produk yang ada promonya di <i>online shop</i>                       |    |   |    |     |
| 7. | Ketika saya membeli barang kebutuhan di <i>online shop</i> , saya akan mempertimbangkan harga dan keuangan saya |    |   |    |     |
| 8. | Saya senang mencoba barang/produk yang baru ditawarkan  |    |   |    |     |

|     |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|
| 9.  | Saya memilih menabung dari pada membeli barang yang jarang digunakan   |  |  |  |  |
| 10. | Saya bersemangat untuk membeli produk terbaru walaupun harus meminjam uang teman saya  |  |  |  |  |
| 11. | Saya tidak akan membeli produk terbaru apabila tidak membutuhkannya  |  |  |  |  |
| 12. | Uang saku saya lebih banyak terkuras untuk membeli produk yang menurut saya menarik  |  |  |  |  |
| 13. | Saya tetap menggunakan barang/produk yang lama walaupun banyak produk dengan model baru bermunculan                                  |  |  |  |  |
| 14. | Meskipun saya sudah memiliki barang dari produk di <i>online shop</i> , saya akan membeli produk yang terbaru dengan jenis yang sama |  |  |  |  |
| 15. | Saya membeli barang sesuai dengan kebutuhan  |  |  |  |  |
| 16. | Saya langsung membeli produk yang memberikan diskon  |  |  |  |  |
| 17. | Saya tidak akan membeli produk terbaru apabila tidak membutuhkannya  |  |  |  |  |
| 18. | Saya membeli produk yang sedang <i>trend</i> agar dianggap mengikuti perkembangan zaman  |  |  |  |  |
| 19. | Saya membeli produk dengan model yang terbaru agar terlihat menarik  |  |  |  |  |
| 20. | Saya kurang suka mengikuti trend <i>fashion online shop</i> di zaman sekarang  |  |  |  |  |
| 21. | Saya membeli produk yang diiklankan dimedia sosial   |  |  |  |  |
| 22. | Saya tidak akan membeli produk yang baru dipromosikan  |  |  |  |  |
| 23. | Saya membeli produk yang dipromosikan oleh idola saya  |  |  |  |  |
| 24. | Saya senang mencoba berbagai produk dengan <i>merk</i> berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama                                    |  |  |  |  |
| 25. | Saya membeli barang karena butuh bukan untuk meningkatkan status   |  |  |  |  |
| 26. | Saya membeli barang produk yang lebih mahal untuk meningkatkan percaya diri  |  |  |  |  |
| 27. | Saya percaya diri dengan barang yang saat ini digunakan meskipun tidak ber- <i>merk</i>  |  |  |  |  |

## Lampiran Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Pada Uji Coba Variabel Kontrol

Diri

**Hasil Uji Validitas Pada Uji Coba Variabel Kontrol Diri**

| Item | r hitung | r tabel<br>(0,05) | keputusan   |
|------|----------|-------------------|-------------|
| X1   | 0,076    | 0,3494            | Tidak Valid |
| X2   | 0,705    | 0,3494            | Valid       |
| X3   | 0,664    | 0,3494            | Valid       |
| X4   | 0,443    | 0,3494            | Valid       |
| X5   | 0,446    | 0,3494            | Valid       |
| X6   | 0,647    | 0,3494            | Valid       |
| X7   | 0,448    | 0,3494            | Valid       |
| X8   | 0,494    | 0,3494            | Valid       |
| X9   | 0,474    | 0,3494            | Valid       |
| X10  | 0,518    | 0,3494            | Valid       |
| X11  | 0,211    | 0,3494            | Tidak Valid |
| X12  | 0,468    | 0,3494            | Valid       |
| X13  | 0,550    | 0,3494            | Valid       |
| X14  | 0,402    | 0,3494            | Valid       |
| X15  | 0,386    | 0,3494            | Valid       |
| X16  | 0,680    | 0,3494            | Valid       |
| X17  | 0,340    | 0,3494            | Valid       |
| X18  | 0,357    | 0,3494            | Valid       |
| X19  | 0,496    | 0,3494            | Valid       |
| X20  | 0,644    | 0,3494            | Valid       |
| X21  | 0,619    | 0,3494            | Valid       |
| X22  | 0,530    | 0,3494            | Valid       |
| X23  | 0,344    | 0,3494            | Valid       |
| X24  | 0,354    | 0,3494            | Valid       |

**Hasil Uji Reliabilitas Pada Uji Coba Variabel Kontrol Diri**

| <i>Reliability Statistic</i> |            |
|------------------------------|------------|
| <i>Cronbach Alpha</i>        | N of Items |
| 0,843                        | 24         |

## Lampiran Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Pada Uji Coba Variabel

## Perilaku Konsumtif

**Hasil Uji Validitas Pada Uji Coba Variabel Perilaku Konsumtif**

| Item | r hitung | r tabel (0,05) | keputusan   |
|------|----------|----------------|-------------|
| Y1   | 0,496    | 0,3494         | Valid       |
| Y2   | 0,306    | 0,3494         | Tidak Valid |
| Y3   | 0,486    | 0,3494         | Valid       |
| Y4   | 0,585    | 0,3494         | Valid       |
| Y5   | 0,649    | 0,3494         | Valid       |
| Y6   | 0,000    | 0,3494         | Tidak Valid |
| Y7   | 0,490    | 0,3494         | Valid       |
| Y8   | 0,626    | 0,3494         | Valid       |
| Y9   | 0,223    | 0,3494         | Tidak Valid |
| Y10  | 0,477    | 0,3494         | Valid       |
| Y11  | 0,536    | 0,3494         | Valid       |
| Y12  | 0,388    | 0,3494         | Valid       |
| Y13  | 0,534    | 0,3494         | Valid       |
| Y14  | 0,378    | 0,3494         | Valid       |
| Y15  | 0,569    | 0,3494         | Valid       |
| Y16  | 0,357    | 0,3494         | Valid       |
| Y17  | 0,472    | 0,3494         | Valid       |
| Y18  | 0,484    | 0,3494         | Valid       |
| Y19  | 0,487    | 0,3494         | Valid       |
| Y20  | 0,363    | 0,3494         | Valid       |
| Y21  | 0,378    | 0,3494         | Valid       |
| Y22  | 0,169    | 0,3494         | Tidak Valid |
| Y23  | 0,707    | 0,3494         | Valid       |
| Y24  | 0,454    | 0,3494         | Valid       |
| Y25  | 0,564    | 0,3494         | Valid       |
| Y26  | 0,364    | 0,3494         | Valid       |
| Y27  | 0,585    | 0,3494         | Valid       |
| Y28  | 0,168    | 0,3494         | Tidak Valid |
| Y29  | 0,429    | 0,3494         | Valid       |
| Y30  | 0,391    | 0,3494         | Valid       |
| Y31  | 0,015    | 0,3494         | Tidak Valid |
| Y32  | 0,123    | 0,3494         | Tidak Valid |
| Y33  | 0,502    | 0,3494         | Valid       |
| Y34  | 0,623    | 0,3494         | Valid       |

**Hasil Uji Reliabilitas Pada Uji Coba Variabel Perilaku konsumtif**

| <i>Reliability Statistic</i> |            |
|------------------------------|------------|
| <i>Cronbach Alpha</i>        | N of Items |
| 0,871                        | 34         |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran Tabulasi Data Hasil Uji Coba Variabel Kontrol Diri

Tabulasi Data Hasil Uji Coba Variabel Kontrol Diri

| No | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | JML |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| 1  | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3  | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3  | 1  | 2  | 3  | 61  |
| 2  | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 1  | 3  | 67  |
| 3  | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 1  | 2  | 68  |
| 4  | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 69  |
| 5  | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 55  |
| 6  | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 4  | 2  | 2  | 62  |
| 7  | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 65  |
| 8  | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 2  | 75  |
| 9  | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4  | 2  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 83  |
| 10 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 72  |
| 11 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 2  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 2  | 79  |
| 12 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 3  | 82  |
| 13 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 66  |
| 14 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 79  |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4  | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 76  |
| 16 | 1 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 85  |
| 17 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 73  |
| 18 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 1  | 2  | 63  |
| 19 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 4  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 75  |
| 20 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 4  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 56  |
| 21 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 60  |
| 22 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 68  |
| 23 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 3  | 66  |
| 24 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 2  | 3  | 4  | 4  | 2  | 3  | 79  |
| 25 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 71  |
| 26 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2  | 3  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 2  | 76  |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 27 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 75 |
| 28 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 70 |
| 29 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 79 |
| 30 | 3 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 64 |
| 31 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 59 |
| 32 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 68 |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran Tabulasi Data Uji Coba Variabel Perilaku Konsumtif

## Tabulasi Data Uji Coba Variabel Perilaku Konsumtif

| No | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | JML |     |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|
| 1  | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 1  | 3  | 2  | 1  | 1  | 3  | 1  | 4  | 2  | 2  | 1  | 66  |     |
| 2  | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 82 |     |     |
| 3  | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 3  | 3  | 1  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 4  | 3  | 1  | 3  | 2  | 77 |     |     |
| 4  | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 1  | 1  | 3  | 2  | 4  | 1  | 73  |     |
| 5  | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 3  | 2  | 2  | 2  | 4  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 2  | 2  | 68  |     |
| 6  | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1  | 4  | 2  | 1  | 2  | 1  | 3  | 2  | 1  | 4  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 1  | 1  | 2  | 1  | 4  | 3  | 3  | 2  | 75  |     |
| 7  | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 3  | 3  | 4  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 4  | 1  | 2  | 2  | 1  | 3  | 2  | 4  | 3  | 80  |     |
| 8  | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4  | 4  | 2  | 4  | 2  | 4  | 2  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 2  | 4  | 2  | 4  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 108 |     |
| 9  | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 4  | 2  | 3  | 4  | 2  | 3  | 4  | 114 |     |
| 10 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4  | 4  | 3  | 4  | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 102 |     |
| 11 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3  | 3  | 4  | 2  | 1  | 2  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 2  | 1  | 3  | 2  | 2  | 4  | 4  | 1  | 4  | 3  | 4  | 2  | 2  | 4  | 97  |     |
| 12 | 1 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4  | 3  | 4  | 1  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 3  | 2  | 4  | 4  | 3  | 1  | 3  | 3  | 4  | 1  | 2  | 2  | 93  |     |
| 13 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2  | 4  | 2  | 2  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 1  | 3  | 1  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 87 |     |     |
| 14 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3  | 4  | 2  | 2  | 4  | 4  | 4  | 1  | 4  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 4  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 4  | 1  | 92  |     |
| 15 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3  | 4  | 2  | 2  | 4  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4  | 2  | 3  | 3  | 2  | 4  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 4  | 2  | 2  | 4  | 3  | 102 |     |
| 16 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2  | 3  | 3  | 1  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 2  | 3  | 4  | 3  | 2  | 4  | 1  | 4  | 4  | 3  | 2  | 4  | 3   | 109 |
| 17 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3  | 4  | 3  | 1  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 104 |     |
| 18 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3  | 4  | 3  | 1  | 2  | 3  | 2  | 1  | 3  | 4  | 4  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 88  |     |
| 19 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1  | 4  | 3  | 1  | 1  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 4  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 89  |     |
| 20 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2  | 3  | 2  | 1  | 2  | 3  | 2  | 1  | 4  | 3  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 1  | 70  |     |
| 21 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 3  | 1  | 3  | 3  | 3  | 1  | 2  | 2  | 69  |     |
| 22 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 3  | 3  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 2  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 1  | 2  | 75  |     |
| 23 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3  | 4  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 4  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 73  |     |
| 24 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3  | 4  | 4  | 4  | 2  | 4  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 2  | 1  | 3  | 2  | 3  | 2  | 4  | 3  | 102 |     |
| 25 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 2  | 4  | 2  | 4  | 3  | 2  | 2  | 4  | 3  | 4  | 4  | 2  | 2  | 4  | 2  | 2  | 1  | 3  | 2  | 96  |     |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |     |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----|
| 26 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 4 | 4 | 99  |
| 27 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 98  |
| 28 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 95  |
| 29 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 100 |
| 30 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 86  |
| 31 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 77  |
| 32 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 79  |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran Tabulasi Data Variabel Kontrol Diri

## Tabulasi Data Variabel Kontrol Diri

| No  | L/P | Usia | Angkatan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | JML |    |
|-----|-----|------|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|----|
| 1.  | P   | 21   | 2020     | 2 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 2  | 2  | 3  | 1  | 2  | 3  | 58  |    |
| 2.  | P   | 21   | 2020     | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 65  |    |
| 3.  | P   | 21   | 2020     | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 1  | 2  | 65  |    |
| 4.  | P   | 21   | 2020     | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 66  |    |
| 5.  | P   | 21   | 2020     | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1  | 4  | 3  | 3  | 1  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 53  |    |
| 6.  | P   | 21   | 2020     | 4 | 4 | 1 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 1  | 2  | 2  | 3  | 4  | 2  | 2  | 57  |    |
| 7.  | P   | 21   | 2020     | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 55  |    |
| 8.  | P   | 21   | 2020     | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 2  | 62  |    |
| 9.  | P   | 21   | 2020     | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4   | 78 |
| 10. | P   | 21   | 2020     | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 62  |    |
| 11. | P   | 21   | 2020     | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 2  | 71  |    |
| 12. | P   | 21   | 2020     | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1  | 4  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 3  | 74  |    |
| 13. | P   | 21   | 2020     | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 59  |    |
| 14. | P   | 21   | 2020     | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 68  |    |
| 15. | P   | 21   | 2020     | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 65  |    |
| 16. | P   | 21   | 2020     | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 2  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 78  |    |
| 17. | P   | 21   | 2020     | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 60  |    |
| 18. | P   | 21   | 2020     | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 53  |    |
| 19. | P   | 21   | 2021     | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 68  |    |
| 20. | P   | 21   | 2021     | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 55  |    |
| 21. | P   | 21   | 2021     | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2  | 4  | 3  | 4  | 2  | 4  | 4  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 63  |    |
| 22. | P   | 21   | 2021     | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 62  |    |
| 23. | P   | 21   | 2021     | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 62  |    |
| 24. | P   | 21   | 2021     | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 72  |    |
| 25. | P   | 21   | 2021     | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 63  |    |
| 26. | L   | 21   | 2021     | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 1  | 4  | 1  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 2  | 67  |    |

|     |   |    |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
|-----|---|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
| 27. | P | 21 | 2021 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 70 |    |
| 28. | P | 21 | 2021 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 64 |    |
| 29. | P | 21 | 2021 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3  | 68 |
| 30. | P | 21 | 2021 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3  | 58 |
| 31. | P | 21 | 2021 | 2 | 2 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2  | 59 |
| 32. | P | 21 | 2021 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3  | 59 |
| 33. | P | 21 | 2021 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2  | 62 |
| 34. | L | 21 | 2021 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4  | 63 |
| 35. | P | 21 | 2021 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3  | 64 |
| 36. | P | 21 | 2021 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3  | 67 |
| 37. | P | 21 | 2021 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 72 |
| 38. | P | 21 | 2021 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 62 |
| 39. | P | 20 | 2021 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 67 |
| 40. | P | 20 | 2021 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 63 |
| 41. | P | 20 | 2021 | 1 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2  | 56 |
| 42. | P | 20 | 2021 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3  | 62 |
| 43. | L | 20 | 2021 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2  | 63 |
| 44. | L | 20 | 2021 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 69 |
| 45. | P | 19 | 2021 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4  | 67 |
| 46. | P | 19 | 2021 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3  | 60 |
| 47. | L | 18 | 2021 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 65 |
| 48. | P | 21 | 2022 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4  | 70 |
| 49. | P | 21 | 2022 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 67 |
| 50. | P | 21 | 2022 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3  | 69 |
| 51. | P | 21 | 2022 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 66 |
| 52. | P | 21 | 2022 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3  | 68 |
| 53. | L | 21 | 2022 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3  | 59 |
| 54. | P | 20 | 2022 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4  | 65 |
| 55. | P | 20 | 2022 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 67 |
| 56. | P | 20 | 2022 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2  | 66 |
| 57. | P | 20 | 2022 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3  | 66 |

|     |   |    |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
|-----|---|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
| 58. | P | 20 | 2022 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 64 |    |
| 59. | P | 20 | 2022 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3  | 71 |
| 60. | P | 20 | 2022 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2  | 65 |
| 61. | L | 20 | 2022 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4  | 78 |
| 62. | P | 19 | 2022 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2  | 62 |
| 63. | P | 19 | 2022 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1  | 64 |
| 64. | P | 19 | 2022 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3  | 65 |
| 65. | P | 21 | 2023 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3  | 57 |
| 66. | P | 21 | 2023 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3  | 64 |
| 67. | P | 20 | 2023 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 1 | 4 | 1  | 53 |
| 68. | L | 20 | 2023 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3  | 69 |
| 69. | P | 20 | 2023 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3  | 57 |
| 70. | P | 19 | 2023 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3  | 70 |
| 71. | P | 19 | 2023 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3  | 69 |
| 72. | P | 19 | 2023 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 61 |
| 73. | L | 19 | 2023 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4  | 77 |
| 74. | P | 19 | 2023 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2  | 60 |
| 75. | P | 19 | 2023 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3  | 55 |
| 76. | P | 19 | 2023 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3  | 74 |
| 77. | L | 19 | 2023 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3  | 74 |
| 78. | P | 18 | 2023 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4  | 69 |
| 79. | P | 18 | 2023 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3  | 66 |
| 80. | P | 18 | 2023 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2  | 64 |
| 81. | P | 18 | 2023 | 2 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 1  | 53 |
| 82. | P | 18 | 2023 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4  | 78 |
| 83. | P | 18 | 2023 | 2 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 1  | 53 |

J E M B E R

## Lampiran Tabulasi Data Variabel Perilaku Konsumtif

## Tabulasi Data Variabel Perilaku Konsumtif

| No  | L/P | Usia | Angkatan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 17 | 18 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | JML |
|-----|-----|------|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| 1.  | P   | 21   | 2020     | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1  | 1  | 2  | 1  | 3  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 3  | 2  | 1  | 3  | 1  | 2  | 1  | 48  |
| 2.  | P   | 21   | 2020     | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 54  |
| 3.  | P   | 21   | 2020     | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 1  | 3  | 2  | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 42  |
| 4.  | P   | 21   | 2020     | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 50  |
| 5.  | P   | 21   | 2020     | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 72  |
| 6.  | P   | 21   | 2020     | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 1  | 2  | 1  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 1  | 3  | 2  | 65  |
| 7.  | P   | 21   | 2020     | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 69  |
| 8.  | P   | 21   | 2020     | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1  | 2  | 2  | 2  | 4  | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 1  | 2  | 2  | 54  |
| 9.  | P   | 21   | 2020     | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 1  | 1  | 1  | 39  |
| 10. | P   | 21   | 2020     | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 52  |
| 11. | P   | 21   | 2020     | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1  | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 43  |
| 12. | P   | 21   | 2020     | 2 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1  | 4  | 1  | 2  | 1  | 1  | 3  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 3  | 1  | 1  | 2  | 46  |
| 13. | P   | 21   | 2020     | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 50  |
| 14. | P   | 21   | 2020     | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1  | 2  | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 45  |
| 15. | P   | 21   | 2020     | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 50  |
| 16. | P   | 21   | 2020     | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1  | 1  | 2  | 2  | 3  | 1  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 3  | 1  | 2  | 1  | 54  |
| 17. | P   | 21   | 2020     | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 59  |
| 18. | P   | 21   | 2020     | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 4  | 3  | 2  | 65  |
| 19. | P   | 21   | 2021     | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 48  |
| 20. | P   | 21   | 2021     | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 3  | 1  | 61  |
| 21. | P   | 21   | 2021     | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1  | 1  | 3  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 1  | 3  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 47  |
| 22. | P   | 21   | 2021     | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 53  |
| 23. | P   | 21   | 2021     | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 4  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 63  |
| 24. | P   | 21   | 2021     | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 49  |
| 25. | P   | 21   | 2021     | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 67  |

|     |   |    |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |
|-----|---|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|
| 26. | L | 21 | 2021 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2  | 49 |
| 27. | P | 21 | 2021 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2  | 50 |
| 28. | P | 21 | 2021 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1  | 49 |
| 29. | P | 21 | 2021 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1  | 44 |
| 30. | P | 21 | 2021 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 56 |
| 31. | P | 21 | 2021 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2  | 65 |
| 32. | P | 21 | 2021 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 1  | 66 |
| 33. | P | 21 | 2021 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 56 |
| 34. | L | 21 | 2021 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2  | 60 |
| 35. | P | 21 | 2021 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1  | 66 |
| 36. | P | 21 | 2021 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 55 |
| 37. | P | 21 | 2021 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 42 |    |
| 38. | P | 21 | 2021 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 62 |    |
| 39. | P | 20 | 2021 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1  | 48 |
| 40. | P | 20 | 2021 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3  | 56 |
| 41. | P | 20 | 2021 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 66 |
| 42. | P | 20 | 2021 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2  | 55 |
| 43. | L | 20 | 2021 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1  | 41 |
| 44. | L | 20 | 2021 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 1  | 52 |
| 45. | P | 19 | 2021 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2  | 52 |
| 46. | P | 19 | 2021 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2  | 55 |
| 47. | L | 18 | 2021 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3  | 55 |
| 48. | P | 21 | 2022 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1  | 38 |
| 49. | P | 21 | 2022 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1  | 54 |
| 50. | P | 21 | 2022 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 42 |    |
| 51. | P | 21 | 2022 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2  | 45 |
| 52. | P | 21 | 2022 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1  | 57 |
| 53. | L | 21 | 2022 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2  | 61 |
| 54. | P | 20 | 2022 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2  | 50 |
| 55. | P | 20 | 2022 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 52 |
| 56. | P | 20 | 2022 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2  | 61 |

|     |   |    |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |
|-----|---|----|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|
| 57. | P | 20 | 2022 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 52 |    |    |    |
| 58. | P | 20 | 2022 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 42 |    |    |    |
| 59. | P | 20 | 2022 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 51 |    |    |    |
| 60. | P | 20 | 2022 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1  | 45 |    |    |
| 61. | L | 20 | 2022 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 35 |    |    |    |
| 62. | P | 19 | 2022 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 1 | 2 | 2  | 57 |    |    |
| 63. | P | 19 | 2022 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 48 |    |    |    |
| 64. | P | 19 | 2022 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2  | 66 |    |    |
| 65. | P | 21 | 2023 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2  | 69 |    |    |
| 66. | P | 21 | 2023 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 55 |    |    |
| 67. | P | 20 | 2023 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 70 |    |    |    |
| 68. | L | 20 | 2023 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 51 |    |    |
| 69. | P | 20 | 2023 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 56 |    |    |
| 70. | P | 19 | 2023 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1  | 49 |    |    |
| 71. | P | 19 | 2023 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2  | 54 |    |    |
| 72. | P | 19 | 2023 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 57 |    |    |
| 73. | L | 19 | 2023 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2  | 42 |    |    |
| 74. | P | 19 | 2023 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3  | 4  | 2  | 70 |
| 75. | P | 19 | 2023 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2  | 67 |    |    |
| 76. | P | 19 | 2023 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1  | 46 |    |    |
| 77. | L | 19 | 2023 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1  | 39 |    |    |
| 78. | P | 18 | 2023 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1  | 38 |    |    |
| 79. | P | 18 | 2023 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2  | 56 |    |    |
| 80. | P | 18 | 2023 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1  | 55 |    |    |
| 81. | P | 18 | 2023 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2  | 73 |    |    |
| 82. | P | 18 | 2023 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1  | 1  | 43 |    |
| 83. | P | 18 | 2023 | 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2  | 73 |    |    |

## Lampiran Biodata Penulis

**Biodata Penulis**

Nama : Siti Shofwatil Himami  
 NIM : 204103050002  
 Tempat/Tanggal Lahir : Bondowoso, 04 Agustus 2002  
 Fakultas : Dakwah  
 Program Studi : Psikologi Islam  
 Alamat : Jl. Kawah Ijen, RT 17, RW 06, Dusun Krajan II, Desa  
 Wonokusumo, Kecamatan Tapen, Kabupaten Bondowoso  
 Email : [sofwatilhimami@gmail.com](mailto:sofwatilhimami@gmail.com)  
 No. Telepon : 0851 5688 7375  
 Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri Wonokusumo 1 (2008-2014)
2. SMP Islam Banyuglugur (2014-2017)
3. SMA Zainul Hasan 1 Genggong (2017-2020)
4. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2020-2024)