



**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENGGUNA
*ELECTRONIC WALLET (E-WALLET)***

DI KOTA SEMARANG

SKRIPSI

**diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi**

oleh

Ahmad Irkham

1511415085

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2020



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG



**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENGGUNA
ELECTRONIC WALLET (E-WALLET)
DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

**diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi**

oleh

Ahmad Irkham

1511415085

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2020

PENGESAHAN


Skripsi yang berjudul “Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna *E-Wallet* di Kota Semarang” ini telah dipertahankan dihadapan sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan Psikologi FIP UNNES pada tanggal 29 Januari 2020.

Semarang, 29 Januari 2020


Panitia:


Ketua,

Dra. Sinta Saraswati, M.Pd.,Kons.
NIP. 196006051999032001

Sekretaris,

Rahmawati Prihastuty, S.Psi., M.Si.
NIP. 197905022008012018


Penguji I


Amri Hana Muhammad, S.Psi., M.A.
NIP. 197810072005011003

Penguji II


Moh. Iqbal Mabru, S.Psi., M.Si.
NIP. 19750309200811008

Penguji III


Abdul Azis, S.Psi., M.Psi.
NIP. 198204232014041001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya (penelitian dan tulisan) sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain atau pengutipan dengan cara tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan apabila ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan dalam karya ini.

Semarang, 29 Januari 2020
Yang membuat pernyataan,



Ahmad Irkham
1511415085

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Rasa percaya , maklum, dan berpikir positif akan membentuk dirimu menjadi seperti apa. Bukan karena kamu lemah dengan itu, justru kamu akan hebat apabila menguasai itu”

(Alm. Moh. Rif’an)

PERSEMBAHAN:

Untuk Bapak terhebatku, yang telah bahagiadi alam sana, Ibuku tercinta, kakak-adikku yang telah menyayangiku dengan sabar dan ikhlas lahir batin, serta telah menjadi yang paling terbaik selama ini.

PRAKATA

Alhamdulillah *ahirabbil'aalamiin*. Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan anugerah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna *Electronic Wallet (E-Wallet)* di Kota Semarang”. Dukungan dan doa dari berbagai pihak sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih setulus hati kepada:

1. Dr. Achmad Rifai RC, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan beserta jajaran pimpinan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
2. Terimakasih kepada Ibu Rahmawati Prihastuty, S.Psi., M.Si., selaku Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan yang telah memberikan pengarahan untuk menyelesaikan studi dan skripsi ini.
3. Terimakasih kepada Bapak Abdul Azis, S.Psi., M.Psi., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan masukan, serta semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Terimakasih kepada Ibu Binta Mu'tiya Rizki, S.Psi., M.A. selaku dosen wali selama perkuliahan yang telah memberikan motivasi untuk menyelesaikan studi.
5. Terimakasih kepada Bapak Moh. Rif'an (Alm), Ibu Suyati, dan kakak-kakakku tercinta, terhebat, serta tersayang yang selalu berdoa dan memberikan semangat lahir batin untuk menyelesaikan studi ini dan untuk kesuksesan penulis kedepannya.
6. Terimakasih untuk perempuan yang selalu meluangkan waktu untuk mendampingi dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk teman-temanku seperbimbingan, Rhesty, Erika, Anis, Maya, Christina yang memberikan tambahan semangat kepada penulis untk menyelesaikan skripsi ini.

8. Terimakasih untuk Toro, Danang, Nadi, Diptya, Nadhia, Mas Zendi, Rois, Malik, Romi, Agus, Ernia, serta berbagai pihak yang telah memberikan semangat dan menghibur penulis dalam menyusun skripsi ini dan ketika penulis sedang mengalami permasalahan.
9. Teman-teman Psikologi angkatan 2015 yang membantu, menemani, dan mengajarkan berbagai hal selama penulis menyusun skripsi ini.

Akhirnya, penulis mengucapkan terimakasih setulus hati kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini memberikan manfaat dan kontribusi untuk perkembangan ilmu, khususnya psikologi.

Semarang, 29 Januari 2020

Penulis

ABSTRAK

Irkham, Ahmad. 2020. "Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna *Electronic Wallet (E-Wallet)* di Kota Semarang". *Skripsi*. Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Abdul Azis, S.Psi., M.Psi.

Kata kunci: Kontrol Diri; Perilaku Konsumtif; Mahasiswa; *E-Wallet*.

E-wallet merupakan jenis alat pembayaran tanpa menggunakan uang *cash* yang dilindungi dengan kata sandi dan keamanan tertentu, dimana pengguna dapat menyimpan uang disana secara *online*. *E-wallet* dapat digunakan untuk transaksi *online* ataupun secara *offline* namun melalui *scan QR Code*, dan sebagainya. Kemudahan, kecanggihan, dan promo yang ditawarkan *e-wallet* membuat generasi milenial, khususnya mahasiswa, semakin tidak bisa mengendalikan perilaku untuk membeli sesuatu. Perilaku konsumtif akan semakin tampak dan tidak bisa dikendalikan. Setiap individu memiliki kemampuan untuk mengendalikan apa yang ada didalam dirinya, yakni kontrol diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Sampel penelitian berjumlah 152 mahasiswa yang sedang berkuliah di beberapa Universitas di Kota Semarang dengan menggunakan teknik *incidental sampling*. Data penelitian diambil menggunakan dua skala, yaitu skala perilaku konsumtif berdasarkan teori dari Erich Fromm (2008), yang terdiri atas 23 aitem valid dengan validitas 0,315-0,507 dan koefisien reliabilitas sebesar 0,799. Skala yang kedua menggunakan skala kontrol diri yang dimodifikasi dari penelitian Fidiana (2014), terdiri atas 21 aitem valid dengan validitas 0,305-0,758 dan koefisien reliabilitas sebesar 0,897.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *correlation product moment spearman's rho* dengan program pengolah data. Hasil olah data menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kontrol diri mahasiswa pengguna *e-wallet*, maka akan semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki. Secara umum, kontrol diri pada mahasiswa pengguna *e-wallet* termasuk dalam kategori tinggi, sedangkan perilaku konsumtif berada pada kategori sedang.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------------------------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR BERLOGO | ii |
| HALAMAN JUDUL | iii |
| PENGESAHAN | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| PRAKATA | vii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR BAGAN | xvii |
| DAFTAR GAMBAR | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xx |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 14 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 15 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 15 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 15 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 15 |
| BAB 2 LANDASAN TEORI..... | 17 |
| 2.1 Perilaku Konsumtif..... | 17 |
| 2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif | 17 |
| 2.1.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif..... | 18 |
| 2.1.3 Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif..... | 19 |
| 2.1.4 Indikator Perilaku Konsumtif..... | 25 |
| 2.2 Kontrol Diri..... | 27 |
| 2.2.1 Pengertian Kontrol Diri..... | 27 |
| 2.2.2 Aspek-Aspek Kontrol Diri | 28 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.3 Faktor Yang Memengaruhi Kontrol Diri | 29 |
| 2.3 <i>E-Wallet</i> (Dompet Elektronik)..... | 31 |
| 2.4 Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna <i>E-Wallet</i> (Dompet Elektronik) | 34 |
| 2.4.1 Kerangka Berpikir | 34 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian | 36 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 38 |
| 3.1 Jenis dan Desain Penelitian..... | 38 |
| 3.1.1 Jenis Penelitian..... | 38 |
| 3.1.2 Desain Penelitian..... | 39 |
| 3.2 Variabel Penelitian..... | 40 |
| 3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian..... | 40 |
| 3.2.1.1 Variabel Terikat (Dependent)..... | 40 |
| 3.2.1.2 Variabel Bebas (Independent) | 41 |
| 3.2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 41 |
| 3.2.2.1 Perilaku konsumtif | 41 |
| 3.2.2.2 Kontrol diri | 42 |
| 3.2.3 Hubungan Antarvariabel Penelitian | 42 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 43 |
| 3.3.1 Populasi Penelitian | 43 |
| 3.3.2 Sampel Penelitian..... | 43 |
| 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel..... | 44 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data..... | 44 |
| 3.4.1 Skala Perilaku Konsumtif | 46 |
| 3.4.2 Skala Kontrol Diri | 47 |
| 3.5 Validitas dan Reliabilitas | 47 |
| 3.5.1 Validitas | 48 |
| 3.5.2 Reliabilitas | 49 |
| 3.6 Metode Analisis Data..... | 49 |
| BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN | 51 |
| 4.1 Persiapan Penelitian | 51 |

| | |
|---|----|
| 4.1.1 Orientasi Kancuh Penelitian..... | 51 |
| 4.1.2 Penentuan Sampel | 52 |
| 4.2 Penyusunan Instrumen Penelitian..... | 52 |
| 4.3 Uji Coba Instrumen..... | 54 |
| 4.4 Pelaksanaan Penelitian..... | 55 |
| 4.4.1 Pengumpulan Data Penelitian | 55 |
| 4.4.2 Pelaksanaan Skoring | 56 |
| 4.4.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen | 57 |
| 4.4.3.1 Hasil Uji Validitas | 57 |
| 4.4.3.1.1 Validitas Instrumen Perilaku Konsumtif | 57 |
| 4.4.3.1.2 Validitas Instrumen Kontrol Diri..... | 58 |
| 4.4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas | 59 |
| 4.4.3.2.1 Reliabilitas Instrumen Perilaku Konsumtif..... | 59 |
| 4.4.3.2.2 Reliabilitas Instrumen Kontrol Diri | 59 |
| 4.5 Hasil Penelitian | 59 |
| 4.5.1 Data Demografi..... | 59 |
| 4.5.1.1 Data Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia..... | 60 |
| 4.5.1.2 Data Mahasiswa Berdasarkan Universitas | 62 |
| 4.5.1.3 Data Mahasiswa BerdasarkanGSemester | 63 |
| 4.5.1.4 Data Aplikasi E-Wallet yang Dimiliki Responden | 64 |
| 4.5.2 Analisis Deskriptif | 65 |
| 4.5.2.1 Gambaran Umum Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet di Kota Semarang..... | 65 |
| 4.5.2.2 Gambaran Khusus Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet di Kota Semarang..... | 69 |
| 4.5.2.2.1 Gambaran Aspek Pemenuhan Keinginan | 69 |
| 4.5.2.2.2 Gambaran Aspek Barang Diluar Jangkauan..... | 70 |
| 4.5.2.2.3 Gambaran Aspek Barang Tidak Produktif..... | 72 |
| 4.5.2.2.4 Gambaran Aspek Status..... | 74 |

| | |
|--|-----|
| 4.5.2.2.5 Ringkasan Analisis Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet di Kota Semarang Ditinjau dari Masing-masing Aspek | 75 |
| 4.5.2.3 Gambaran Umum Kontrol Diri pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet di Kota Semarang | 77 |
| 4.5.2.4 Gambaran Khusus Kontrol Diri pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet di Kota Semarang | 80 |
| 4.5.2.4.1 Gambaran Aspek Behavioral Control (Kontrol Perilaku) ... | 80 |
| 4.5.2.4.2 Gambaran Aspek Cognitive Control (Kontrol Kognitif)..... | 81 |
| 4.5.2.4.3 Gambaran Aspek Decisional Control (Kontrol Keputusan) | 83 |
| 4.5.2.4.4 Ringkasan Analisis Kontrol Diri pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet di Kota Semarang Berdasarkan Masing-masingAspek..... | 84 |
| 4.6 Hasil Analisis Inferensial..... | 86 |
| 4.6.1 Hasil Uji Hipotesis | 86 |
| 4.7 Pembahasan | 87 |
| 4.7.1 Pembahasan Analisis Deskriptif Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Semarang | 88 |
| 4.7.1.1 Analisis Deskriptif Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet di Kota Semarang | 88 |
| 4.7.1.2 Analisis Deskriptif Kontrol Diri Pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet di Kota Semarang | 90 |
| 4.7.2 Pembahasan Hasil Analisis Inferensial Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Semarang | 92 |
| 4.8 Keterbatasan Penelitian..... | 95 |
| BAB 5 PENUTUP | 97 |
| 5.1 Kesimpulan | 97 |
| 5.2 Saran | 97 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 99 |
| LAMPIRAN | 104 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Hasil Penyebaran Angket Perilaku Konsumtif | 5 |
| Tabel 1. 2 Hasil Penyebaran Angket Kontrol diri..... | 10 |
| Tabel 3. 1 Kategori Pemilihan Aitem | 46 |
| Tabel 3. 2 Blueprint Skala Perilaku Konsumtif | 46 |
| Tabel 3. 3 <i>Blueprint</i> Skala Kontrol Diri..... | 47 |
| Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif | 57 |
| Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Skala Kontrol Diri..... | 58 |
| Tabel 4. 3 Reliabilitas Instrumen Perilaku Konsumtif..... | 59 |
| Tabel 4. 4 Reliabilitas Instrumen Kontrol Diri | 59 |
| Tabel 4. 5 Data Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin | 60 |
| Tabel 4. 6 Data Mahasiswa Berdasarkan Usia..... | 61 |
| Tabel 4. 7 Data Mahasiswa Berdasarkan Universitas..... | 62 |
| Tabel 4. 8 Data Mahasiswa Berdasarkan Semester | 63 |
| Tabel 4. 9 Data Aplikasi <i>E-Wallet</i> yang Dimiliki Responden | 64 |
| Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif..... | 66 |
| Tabel 4. 11 Distribusi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Semarang | 67 |
| Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Aspek Pemenuhan Keinginan..... | 69 |
| Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Aspek Barang Diluar JangkauanR..... | 71 |
| Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Aspek Barang Tidak Produktif..... | 73 |
| Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi Aspek Status | 74 |
| Tabel 4. 16 Komposisi Ringkasan Analisis Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet di Kota Semarang..... | 76 |
| Tabel 4. 17 Statistik Deskriptif Kontrol Diri | 77 |
| Tabel 4. 18 Distribusi Kontrol Diri pada Mahasiswa Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Semarang | 78 |
| Tabel 4. 19 Distribusi Frekuensi Aspek Kontrol Perilaku | 80 |
| Tabel 4. 20 Distribusi Frekuensi Aspek Kontrol Kognitif..... | 82 |
| Tabel 4. 21 Distribusi Frekuensi Aspek Kontrol Keputusan | 83 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4. 22 Komposisi Ringkasan Analisis Kontrol Diri pada Mahasiswa Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Semarang | 85 |
| Tabel 4. 23 Hasil Uji Korelasi Rank Spearman | 86 |

DAFTAR BAGAN

| | |
|---|----|
| Bagan 2.1 Kerangka Berpikir..... | 35 |
| Bagan 3.1 Hubungan Antar Variabel | 42 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2018 berdasarkan Umur menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia..... | 4 |
| Gambar 1. 2 Hasil Studi Awal tentang Kepemilikan Aplikasi <i>E-Wallet</i> | 10 |
| Gambar 4. 1 Data Mahasiswa Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 61 |
| Gambar 4. 2 Data Mahasiswa Berdasarkan Usia | 61 |
| Gambar 4. 3 Data Mahasiswa Berdasarkan Universitas | 63 |
| Gambar 4. 4 Data Mahasiswa Berdasarkan Semester..... | 64 |
| Gambar 4. 5 Data Aplikasi E-Wallet yang Dimiliki Responden | 65 |
| Gambar 4. 6 Diagram Gambaran Umum Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Semarang..... | 68 |
| Gambar 4. 7 Diagram Gambaran Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif ditinjau dari Aspek Pemenuhan Keinginan..... | 70 |
| Gambar 4. 8 Diagram Gambaran Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif ditinjau dari Aspek Barang Diluar Jangkauan..... | 72 |
| Gambar 4. 9 Diagram Gambaran Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif ditinjau dari Aspek Barang Tidak Produktif | 73 |
| Gambar 4. 10 Diagram Gambaran Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif ditinjau dari Aspek Status..... | 75 |
| Gambar 4. 11 Diagram Analisis Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet di Kota Semarang..... | 76 |
| Gambar 4. 12 Diagram Gambaran Umum Distribusi Frekuensi Kontrol Diri pada Mahasiswa Pengguna <i>E-Wallet</i> di Kota Semarang | 79 |
| Gambar 4. 13 Diagram Gambaran Distribusi Frekuensi Kontrol Diri Berdasarkan Aspek Kontrol Perilaku | 81 |
| Gambar 4. 14 Diagram Gambaran Distribusi Frekuensi Kontrol Diri Berdasarkan Aspek Kontrol Kognitif..... | 83 |
| Gambar 4. 15 Diagram Gambaran Distribusi Frekuensi Kontrol Diri Berdasarkan Aspek Kontrol Keputusan | 84 |

Gambar 4. 16 Diagram Analisis Kontrol Diri Pada Mahasiswa Pengguna *E-Wallet*
di Kota Semarang 85

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| LAMPIRAN 1. Skala Studi Pendahuluan | 105 |
| LAMPIRAN 2. Skala Penelitian | 107 |
| LAMPIRAN 3. Tabulasi Data Penelitian | 116 |
| LAMPIRAN 4. Hasil Uji Validitas | 145 |
| LAMPIRAN 5. Hasil Uji Reliabilitas | 148 |
| LAMPIRAN 6. Hasil Uji Hipotesis | 150 |
| LAMPIRAN 7. <i>QR Code</i> Skala Penelitian | 152 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi digital diartikan sebagai perubahan dari teknologi yang melibatkan tenaga mekanik dan elektronik analog menuju ke teknologi yang serba digital. Revolusi ini mengubah cara pandang individu saat menjalani sebuah kehidupan yang serba canggih. Perkembangan dunia teknologi di seluruh dunia dari mulai membantu mempermudah penyelesaian segala urusan bahkan sampai membuat permasalahan karena tidak menggunakan teknologi tersebut dengan benar (kompasiana.com, 2015).

Indonesia sebagai negara berkembang harus selalu mengikuti tren pemanfaatan teknologi yang ada. Karena untuk mengejar ketertinggalan dalam bidang teknologi dengan negara-negara maju, selain itu juga untuk bertahan dalam persaingan bisnis dalam skala yang lebih luas atau global. Internet sebagai salah satu media teknologi informasi yang modern, telah menyebar dan berkembang pesat dalam segala aspek kehidupan masyarakat di Indonesia dan seluruh dunia.

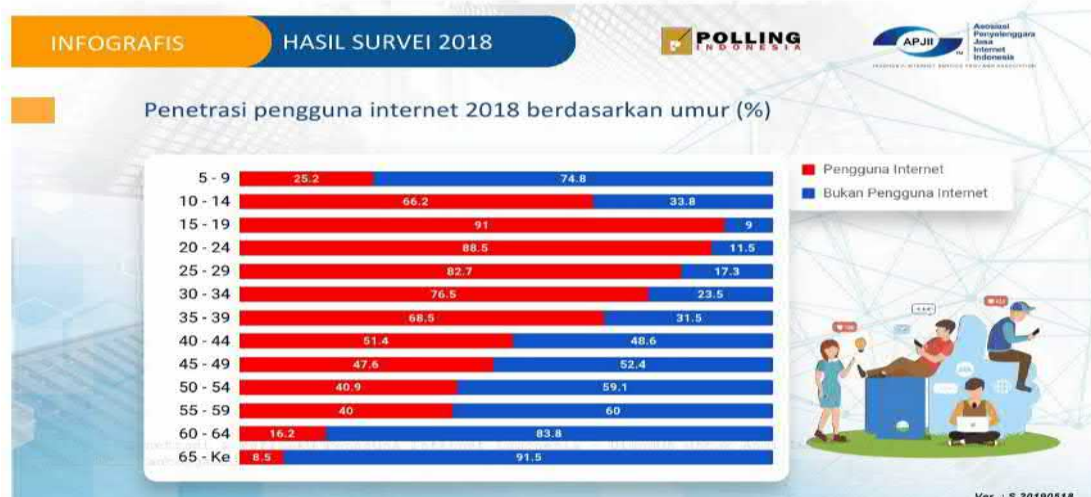
Pada era digital seperti ini, tidak dapat dipungkiri bahwa peluang membuka bisnis dengan model *startup* sangat diminati. Akibat perkembangan teknologi informasi saat ini, muncul lah beberapa teknologi yang mengarah pada modifikasi dan inovasi finansial yang berbasis teknologi modern di bidang jasa yang bernama *Financial Technology (fintech)*. Potensi-potensi yang menguntungkan berbagai

pihak industri keuangan dapat diciptakan dengan adanya *fintech* ini. Bersama dengan pelaku bisnis *e-commerce* dan beberapa *startup* yang lain, proses transaksi keuangan menjadi lebih praktis dan aman. Hal tersebut dapat menciptakan keseimbangan dalam perekonomian digital (Rahmatillah, dkk, 2018).

Rahmatillah, dkk (2018) juga menyebutkan hal-hal yang dikategorikan ke dalam bidang *fintech*, antara lain proses pembayaran, transfer uang, penjualan dan pembelian saham, proses peminjaman uang secara *peer to peer*, dan lain-lain. Menurut Laudon dan Traver (dalam Mulyasari, dkk, 2014) menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah transaksi bisnis yang dilakukan dengan menggunakan internet dan web yang memenuhi dua syarat, yaitu seluruh transaksi dengan media digital (terutama transaksi melalui internet dan *web*) serta terjadi perpindahan mata uang pada transaksi tersebut.

Produsen dan pebisnis dalam *e-commerce* semakin banyak menawarkan produk melalui internet, sehingga muncul lah istilah *online shopping*. *Online shopping* merupakan bentuk transaksi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, namun dapat dilakukan secara terpisah di berbeda tempat atau berhadapan ke seluruh dunia (Saragih & Ramdhany, dalam Chita, dkk, 2015).

Model bisnis *e-commerce* yang berkembang saat ini tidak hanya di sektor jual beli produk, tetapi berkembang juga pada pelayanan jasa transportasi (Rahmatillah, dkk, 2018). Terdapat banyak *e-commerce* di Indonesia, seperti shopee, tokopedia, lazada, bukalapak, blibli, JD.id, akulaku, aliexpress, Go-Jek, Grab dan yang lainnya. Seperti yang dijelaskan dalam definisi *e-commerce* tersebut,



(dompet digital). Menurut *The Economic Times* dalam wartaekonomi.co.id (2019), *e-wallet* merupakan jenis akun aplikasi yang dilindungi dengan kata sandi, yang mana si pengguna dapat menyimpan dan menggunakan uang untuk setiap transaksi *online*, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang *online*, dan pesan tiket penerbangan.

Mahasiswa merupakan bagian dari masa remaja yang mana dapat disebut juga dengan generasi milenial. Generasi ini identik dengan adanya perkembangan teknologi, khususnya penggunaan internet dan media sosial. Menurut penelitian *Pew Research Center* dalam Sabani (2018), generasi milenial tidak dapat terlepas dari penggunaan teknologi, terlebih dengan internet, karena hal tersebut sudah menjadi kebutuhan pokok yang penting di era sekarang.

Menurut survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet pada tahun 2018 tercatat sebanyak 91% pengguna dari sampel yang berusia 15-19 tahun dan usia 20-24 tercatat sebanyak 88,5%. Presentase tersebut diambil berdasarkan golongan usia sehingga menandakan bahwa remaja di Indonesia lebih aktif dalam menggunakan internet.

Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2018 berdasarkan Umur menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Mahasiswa sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri. Hal tersebut karena mahasiswa memiliki karakteristik yang labil, spesifik dan mudah untuk dipengaruhi sehingga menciptakan berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Banyak industri yang mulai memproduksi sesuatu yang digandrungi anak muda generasi milenial, dikarenakan peluang dari omset penjualan yang cukup banyak, terutama dari kalangan mahasiswa. Mereka akan lebih bersifat aktif mencari masukan dari temannya maupun berbagai iklan agar dapat menampilkan diri secara menarik (Wulansari, dalam Haryani & Herwanto, 2015).

Penelitian dari Resstiani (2010) menjelaskan bahwa kegiatan berbelanja menjadi pelampiasan yang pada akhirnya menjadikan mahasiswa sebagai generasi yang konsumtif. Apalagi ditambah dari penjelasan Marta, dkk (dalam Haryani & Herwanto, 2015) bahwa mahasiswa yang berasal dari luar daerah dengan status ekonomi kuat akan menjadi semakin konsumtif ketika sedang berada diluar kota karena adanya fasilitas dan tuntutan pergaulannya.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai sebuah perilaku membeli secara berlebihan yang bertujuan untuk kesenangan dan kebahagiaan yang bersifat semu.

Dijelaskan juga bahwa individu dapat dikatakan konsumtif apabila memiliki barang yang berlebihan dikarenakan pertimbangan status. Individu yang berperilaku konsumtif akan membeli sebuah barang yang diinginkan saja, bukan yang benar-benar dibutuhkan. Hal tersebut terjadi secara berlebihan, tidak wajar atau bahkan untuk menunjukkan status diri (Fromm, 2008).

Fromm (dalam Zakiyya, 2012) juga menjelaskan bahwa perilaku konsumtif memiliki empat aspek, yaitu pemenuhan keinginan, barang diluar jangkauan, barang tidak produktif, dan status. Sembiring (dalam Fitriyani, dkk, 2013) menegaskan juga bahwa orang konsumtif dikatakan tidak lagi dapat mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika akan membeli barang namun mempertimbangkan prestise saja. Tambunan (dalam Fitriyani, dkk. 2013), mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah keinginan untuk mengkonsumsi beberapa barang yang kurang begitu diperlukan, dan hal tersebut dilakukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Peneliti juga melakukan penyebaran angket tentang perilaku konsumtif dan kontrol diri terhadap 58 mahasiswa Universitas Negeri Semarang pada tanggal 24 September 2019. Hasil penyebaran angket perilaku konsumtif dijelaskan oleh tabel dibawah ini:

Tabel 1. 1 Hasil Penyebaran Angket Perilaku Konsumtif

| No. | Aspek | Pertanyaan | Jawaban | |
|-----|--------------------------|--|---------------|---------------|
| | | | Ya | Tidak |
| 1 | Pemenuhan keinginan | Ketika ada promo pada suatu produk yang menggunakan e-wallet, apakah anda langsung ingin membelinya? | (33) 56.8% | (25) 43.2% |
| 2 | Barang di luar jangkauan | Pernahkah anda memaksa membeli barang yang | (12) | (46) |

| | | | | |
|---|------------------------|---|----------------------|----------------------|
| | | harganya diluar kemampuan finansial anda? | 20,5% | 79,5% |
| 3 | Barang tidak produktif | Pernahkah anda membeli produk yang fungsi atau jenisnya sama seperti yang sudah anda beli sebelumnya? | (16) 27% | (42) 73% |
| 4 | Status | Apakah anda pernah membeli sesuatu hanya untuk mengikuti trend? | (34) 57.9% | (24) 42.1% |

Dari 58 responden pada studi pendahuluan tersebut dapat dinyatakan bahwa pada aspek pemenuhan keinginan masih banyak yang tidak dapat mengendalikan hasrat membeli barang yang tidak begitu dibutuhkan. Pada aspek status dapat disimpulkan bahwa beberapa responden membeli sebuah produk dengan *e-wallet* hanya untuk sebuah pengakuan dan mengikuti trend yang sedang berkembang. Dapat dikatakan bahwa terdapat adanya perilaku konsumtif, terutama pada aspek pemenuhan keinginan dan aspek status. Sedangkan pada aspek barang diluar jangkauan dan barang tidak produktif, hanya beberapa responden yang memiliki kriteria perilaku konsumtif.

Lina dan Rosyid (1997) menyatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang di anggap baru. Sebagai bagian dari masyarakat yang orientasinya tinggi, remaja semakin sadar akan produk-produk baru dan bermerek. Remaja akan cenderung meniru mode-mode baru. Pola perilaku ini diperkuat dengan menjamurnya majalah remaja, iklan, dan media yang lain yang langsung maupun tidak langsung mengeksploitasi gaya hidup mewah secara mencolok. Tanpa disadari hal tersebut mendorong seseorang untuk membeli dan mumbeli terus sehingga menyebabkan remaja

semakin terjerat dalam perilaku konsumtif. Syukur (2004) menyatakan bahwa pada umumnya fenomena yang terjadi di masyarakat perkotaan adalah budaya konsumtif yang tinggi, hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan oleh manusia baik itu dari kalangan atas maupun dari kalangan bawah yang akan lebih selektif pada produk yang di konsumsi. Produk – produk baru ditawarkan dan di informasikan dengan cepat yang nantinya akan mempengaruhi penawaran dan permintaan pasar. Selain itu, Perkembangan teknologi yang pesat akan menciptakan sebuah ide pokok baru yang dapat mempengaruhi budaya, gaya hidup, dan pola konsumsi individu tersebut. Pengertian konsumtif secara luas adalah menggunakan barang atau jasa dengan cara berperilaku boros dan berlebihan yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan dalam segi prioritas atau dapat juga dikatakan gaya hidup berlebihan (Tripambudi & Indrawati, 2018).

Semakin meningkat dan semakin canggih perkembangan teknologi dan semakin mudah transaksi jual-beli saat ini membuat masyarakat khususnya remaja atau generasi milenial rentan dengan berperilaku konsumtif. Heni (2013) menambahkan bahwa generasi milenial yang berkembang dengan perilaku konsumtif tinggi sebaiknya diimbangi dengan kemampuan financial yang memadai. Akan terjadi permasalahan apabila kedua hal tersebut tidak seimbang. Banyak tindak criminal yang akan dilakukan oleh kalangan milenial demi mencapai keinginan mereka.

Tresna (2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif yang tinggi mengakibatkan beberapa dampak negatif, seperti ketergantungan untuk membeli suatu produk, lebih boros dalam pengeluaran, semakin mudah terbuju dengan

iklan produk, dan tidak pernah merasa puas dengan segala yang telah dicapainya. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan untuk mengontrol diri dari budaya konsumtif yang semakin berkembang. Penelitian yang dilakukan oleh Sultan, Joireman dan Sprott (dalam Aliffarizani, 2015) yang menguji efek latihan *self-control*, didapatkan hasil bahwa latihan dalam meningkatkan *self-control* mengurangi tindakan *impulsive buying* (kecenderungan membeli sesuatu secara spontan dan tanpa pertimbangan). Termasuk dalam mengendalikan memenuhi kebutuhan diri dan juga yang berkaitan dengan pendidikan. Namun pada kenyataannya malah membuat mahasiswa semakin tidak teratur dalam memenuhi kebutuhannya. Perilaku mahasiswa yang tidak teratur mengakibatkan dorongan yang tidak direncanakan dan spontan dalam pembelian. Perilaku ini dianggap sebagai pembelian yang tidak disertai dengan pertimbangan yang matang. Maka dari itu diperlukan kontrol diri atau *self control* untuk membantu konsumen untuk tetap pada prinsip manajemen yang telah direncanakan.

Self-control identik dengan keputusan individu melalui sebuah pertimbangan untuk menyatukan beberapa perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sesuai dengan apa yang diinginkan. Individu yang memiliki *self-control* rendah sering mengalami hambatan dalam menentukan konsekuensi dari apa yang mereka lakukan. Sedangkan yang memiliki *self-control* tinggi, akan sangat memperhatikan cara yang tepat dalam berperilaku pada keadaan yang beranekaragam (Chita, David & Pali, 2015).

Menurut Heni (2013) setiap individu memiliki suatu mekanisme yang membantu dalam mengatur perilaku, khususnya mahasiswa. Mahasiswa tersebut

harus mampu menanggapi dengan positif budaya konsumtif yang semakin berkembang. Hal tersebut menandakan bahwa mahasiswa dituntut untuk mampu membatasi diri terhadap nafsu membeli, sehingga perilaku konsumtif dapat diminimalisasi. Gufron dan Risnawati (dalam Herwanto & Haryani, 2015) menambahkan kontrol diri berkaitan dengan cara individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya.

Chaplin (dalam Herwanto & Haryani, 2015) berpendapat bahwa kontrol diri yaitu kemampuan membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan seseorang untuk menekan atau menghindari tingkah laku yang cenderung impulsif. Kontrol diri menurut Averil (1973) memiliki tiga aspek, yaitu (1) *Behavioral Control* (kontrol perilaku), merupakan kesiapan individu untuk merespon suatu stimulus yang secara langsung dan mengantisipasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. (2) *Cognitive Control* (kontrol kognitif), yaitu kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan, salah satunya dengan menilai atau menghubungkan kejadian tersebut dengan mengurangi tekanan yang ditimbulkan, dan (3) *Decisional Control* (kontrol keputusan), merupakan kemampuan individu untuk memilih tindakan berdasarkan pada apa yang diyakini (Haryani & Herwanto, 2015).

Sebuah studi pendahuluan telah dilakukan oleh peneliti pada tanggal 24 September 2019 mengenai aplikasi *e-wallet* yang dimiliki terhadap 58 mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES). Dalam studi awal tersebut tercatat sebanyak 79,31% subjek yang memiliki dan menggunakan dompet digital dan 20,69% tidak memiliki dompet digital. *E-wallet* yang dimiliki subjek tersebut

antara lain Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, BNI Mobile Banking, BRI mobile, BCA mobile, mandiri online, i.saku, dan Kredivo. Alasan subjek menggunakan aplikasi *e-wallet* berneka ragam. Ada yang menggunakan *e-wallet* karena menurut mereka lebih mudah dan praktis, ada yang ingin mendapatkan diskon, mendapatkan cashback, bisa tahu pengeluaran secara lebih rinci, atau bahkan karena mengikuti *trend* yang modern atau kekinian saja. Kemudahan dan hadiah-hadiah yang bisa didapatkan ketika menggunakan aplikasi *e-wallet* menjadi faktor utama subjek dalam studi awal tersebut.

Gambar 1. 2 Hasil Studi Awal tentang Kepemilikan Aplikasi E-Wallet pada Mahasiswa UNNES

Studi pendahuluan dengan penyebaran angket mengenai kontrol diri juga telah dilakukan oleh peneliti pada tanggal 24 September 2019 dengan 58 responden dari mahasiswa Universitas Negeri Semarang, yang akan dijelaskan oleh tabel berikut:

Tabel 1. 2 Hasil Penyebaran Angket Kontrol diri

| Aspek | Pertanyaan | Jawaban (%) | |
|-------|------------|-------------|-------|
| | | Ya | Tidak |
| | | | |

| | | | |
|--|---|--------------------|--------------------|
| Kontrol Perilaku (Behavior Control) | Apakah anda harus membeli produk yang memiliki promo dengan <i>e-wallet</i> ? Apakah anda bisa mengendalikan perilaku tersebut? | (44) 77% | (14) 23% |
| Kontrol Kognitif (Cognitive Control) | Apakah membeli produk yang mendapatkan promo dari <i>e-wallet</i> merupakan hal yang harus anda lakukan? | (40) 70% | (18) 30% |
| Kontrol Keputusan (Decisional Control) | Dengan adanya banyak promo dengan <i>e-wallet</i> , apakah anda secara sadar akan memutuskan untuk membeli produk tersebut ? | (28) 49% | (30) 51% |

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan bahwa kontrol diri dari 58 responden dikategorikan tinggi. Namun pengendalian dalam keputusan membeli sebuah produk dengan menggunakan *e-wallet* cenderung rendah. Pengaruh adanya diskon, cashback, dan hadiah-hadiah lain yang ditawarkan membuat aspek tersebut memiliki nilai rendah. Selain itu, pengakuan terhadap status dan *trend* yang berkembang juga menjadi salah satu penyebab rendahnya aspek tersebut. Mereka mengaku bahwa terkadang hanya mengikuti keinginan dan kekinian untuk membeli produk dengan promo yang ditawarkan, mereka tidak sadar bahwa hal tersebut akan membuat mereka semakin konsumtif. Sebaliknya, pada aspek kontrol perilaku dan aspek kontrol kognitif menunjukkan bahwa kontrol diri dari beberapa responden termasuk tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat permasalahan dalam pemenuhan aspek-aspek kontrol diri, terutama pada aspek kontrol keputusan.

Berdasarkan studi pendahuluan diatas, peneliti menemukan ketidakseimbangan pada aspek-aspek dalam perilaku konsumtif maupun kontrol diri. Pada perilaku konsumtif, aspek pemenuhan keinginan dan status menunjukkan

presentase tinggi. Sedangkan untuk aspek barang diluar jangkauan dan barang tidak produktif menunjukkan presentase yang rendah. Pada aspek pemenuhan keinginan, beberapa responden menjelaskan bahwa secara tidak sadar mereka akan membeli produk karena akan memperoleh keuntungan lain, seperti *cashback*, potongan harga, dan lain-lain. Untuk aspek status, beberapa responden menuturkan bahwa memang pada era saat ini, mahasiswa akan *kudet* (kurang *update*) kalau tidak mengikuti *trend*. Sehingga mereka akan tertarik untuk membeli produk *trend* tersebut, terlebih jika mendapatkan harga yang lebih murah atau mendapatkan keuntungan lain.

Sedangkan pada kontrol diri, terdapat satu aspek, yaitu *Decisional Control* (kontrol keputusan) yang menunjukkan persentase yang lebih rendah. Beberapa responden mengatakan bahwa disaat tertentu mereka tidak bisa mengendalikan perilaku membeli dengan *e-wallet* dikarenakan mendapatkan keuntungan dari produk yang sama pada umumnya. Sehingga menunjukkan presentase yang rendah untuk aspek tersebut. Untuk aspek *Behavior Control* (Kontrol Perilaku) dan *Cognitive Control* (Kontrol Kognitif) sama-sama menunjukkan presentase yang tinggi. Beberapa responden merasa mereka memang bisa memenuhi aspek tersebut walaupun terdapat beberapa responden yang belum dapat memenuhi aspek kontrol diri.

Perkembangan *e-wallet* saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Beberapa aplikasi *e-wallet* menawarkan banyak promo dan hadiah bagi para penggunanya untuk menarik perhatian. Namun promo dan hadiah yang ditawarkan merupakan barang yang tidak terlalu dibutuhkan atau bukan kebutuhan primer.

Apabila hal tersebut terus dibiarkan tanpa adanya kontrol diri, maka pengguna *e-wallet* akan cenderung mengarah ke perilaku konsumtif yang tinggi, terlebih pada mahasiswa. Jika hal tersebut terjadi, maka akan berdampak negatif pada mahasiswa tersebut. Menurut penelitian Tresna (2013), mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi akan mengakibatkan ketergantungan, sikap boros, lebih mudah terbuju rayuan iklan, dan tidak pernah merasa puas dengan apa yang dicapai.

Penelitian dari Anggreini dan Mariyanti (2014) yang meneliti hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul menjelaskan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa tersebut. Artinya apabila kontrol diri semakin kuat, maka akan semakin rendah perilaku konsumtif dari mahasiswa tersebut. Sebaliknya, jika kontrol diri lemah, maka perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul akan tinggi. Begitu pula Tripambudi dan Indrawati (2018) yang melakukan penelitian tentang hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro yang menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa Universitas Diponegoro. Artinya jika kontrol diri mahasiswa Universitas Diponegoro semakin tinggi, maka perilaku konsumtif pembelian gadget akan rendah, dan itu pula berlaku sebaliknya.

Dalam penelitian Fitriani dan Partini (2016), dijelaskan juga bahwa hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif produk *fashion*

online shopping pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta memiliki hubungan negatif. Yang mana apabila kontrol diri termasuk dalam kategori rendah, maka perilaku konsumtif akan menunjukkan kategori tinggi, dan hal itu berlaku sebaliknya.

Berdasarkan latar belakang diatas, kontrol diri berhubungan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Namun sejauh ini belum ada penelitian yang meneliti tentang hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet*. Mahasiswa termasuk generasi millennial yang tidak asing dengan perkembangan aplikasi *e-wallet*. Bahkan berdasarkan data yang sudah dipaparkan diawal, mahasiswa merupakan golongan yang menggunakan aplikasi *e-wallet* dengan jumlah yang besar.

Beberapa promo dan hadiah menarik yang ditawarkan, penjelasan pengeluaran yang lebih rinci, serta kemudahan yang didapatkan dari aplikasi *e-wallet* menjadi alasan mengapa mahasiswa semakin aktif untuk membeli sebuah produk seperti studi pendahuluan yang telah dilakukan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan dari latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kontrol diri pada mahasiswa pengguna *electronic wallet* (*e-wallet*) di Kota Semarang?

2. Bagaimana gambaran perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *electronic wallet (e-wallet)* di Kota Semarang?
3. Apakah ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *electronic wallet (e-wallet)* di Kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui gambaran kontrol diri pada mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang.
3. Untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis maupun secara teoritis, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan kajian ilmu pengetahuan dan pengembangan di bidang ilmu psikologi, terutama psikologi industri dan organisasi dan psikologi sosial mengenai keterkaitan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam suatu fenomena.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperbaiki hal apa saja yang berkaitan dengan kontrol diri dengan perilaku konsumtif sehingga akan tercipta

suatu keadaan yang seimbang antara pemasukan dengan pengeluaran yang dialami mahasiswa pengguna *e-wallet*, khususnya di Kota Semarang. Selain itu, penelitian ini juga dapat membuka kesadaran dalam mengendalikan perilaku konsumtif berlebihan yang menimbulkan permasalahan lain ketika hal tersebut terjadi.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Erich Fromm (2008) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli barang yang berlebihan sebagai usaha untuk mendapatkan kesenangan dan kebahagiaan yang bersifat semu atau tidak pasti. Lebih lanjut, Fromm menambahkan bahwa seseorang dikatakan konsumtif apabila memiliki barang tidak sesuai dengan kebutuhan secara berlebihan, hanya yang diinginkan saja, dan untuk menunjukkan status dirinya.

Menurut Sumartono (2002: 117), perilaku konsumtif merupakan tindakan memakai produk yang tidak tuntas, belum habis sebuah produk yang dipakai namun telah menggunakan produk jenis yang sama dari merk lainnya. Atau bisa juga disebutkan, membeli karena ada hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang memakai produk tersebut.

Menurut Ridho (2009), perilaku konsumtif merupakan perilaku pemakaian atau pembelian konsumsi beberapa barang yang karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan. Rosandi dalam Hariyono (2015) juga menambahkan bahwa perilaku konsumtif memerlukan pengeluaran biaya yang lebih tinggi, sebab bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan.

Ancok (dalam Thohiroh, 2015) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif seseorang adalah perilaku yang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, namun membeli hanya semata-mata untuk mencoba produk, walaupun sebenarnya tidak diperlukan. Sedangkan menurut pendapat Engel, Blackwell dan Miniard (2002) mengatakan gaya hidup merupakan suatu refleksi dari aktivitas, minat dan opini seseorang, maka perilaku konsumtif banyak yang dikaitkan dengan gaya hidup seseorang. Dapat dikatakan jika seseorang menghabiskan banyak waktu dan uang untuk hal-hal yang tidak berguna, berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhan, maka gaya hidup seperti ini dikategorikan sebagai perilaku konsumtif.

Lubis (dalam Lina & Rosyid, 1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli yang sudah tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan karena keinginan yang tidak rasional. Menurut Mahdalela (dalam Ridho, 2009), yayasan lembaga konsumen Indonesia menyatakan bahwa sikap konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan penggunaan konsumsi tanpa batas. Faktor keinginan diri lebih diutamakan daripada kebutuhan.

Berdasarkan pengertian dari beberapa tokoh diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dan menggunakan barang hanya untuk memenuhi keinginan semata, tidak berdasarkan kebutuhan, menunjukkan status pada diri, dan tanpa pertimbangan yang rasional.

2.1.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Erich Fromm (2008: 131-164) membagi perilaku konsumtif menjadi empat aspek, yaitu:

1. Pemenuhan keinginan

Pembelian barang yang dilakukan berlebihan dan bertujuan hanya untuk memuaskan keinginan semata. Seringkali disertai keinginan untuk mendapatkan keuntungan seperti hadiah, potongan harga, dan kepercayaan diri, sehingga kepuasan yang didapat menjadi lebih besar.

2. Barang diluar jangkauan

Pembelian suatu barang yang dilakukan tanpa pertimbangan rasional dan lebih mementingkan keinginan semata, sehingga individu memaksakan untuk membeli produk atau barang diluar kemampuan finansialnya.

3. Barang tidak produktif

Pembelian produk yang didasari motif emosional dan situasi ketika terjadi pembelian. Individu seringkali membeli produk yang tidak produktif atau bersifat pemborosan karena keputusan individu saat membeli bukan keputusan yang rasional.

4. Status

Merupakan sebuah pembelian dengan niatan untuk memperoleh status tertentu. Dalam menjaga eksistensinya individu perlu untuk mengikuti perkembangan *trend* yang ada. Barang yang dimiliki individu mempresentasikan status yang dimilikinya dalam masyarakat.

2.1.3 Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler dan Keller (2007: 214), perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Faktor Budaya

Budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Budaya juga berperan penting bagi perilaku membeli. Budaya sendiri mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak dan simbol bermakna yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Budaya juga melengkapi orang dengan rasa identitas dan pengertian akan perilaku yang dapat diterima dalam masyarakat. Faktor budaya yang memengaruhi perilaku konsumtif terdiri dari:

1. Peran budaya

Peran budaya merupakan kondisi lingkungan masyarakat tempat manusia tinggal. Budaya merupakan penentu rasa ingin dan perilaku yang paling dasar pada diri seseorang. Semasa hidup, individu tumbuh dan mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi serta perilaku dari keluarga ataupun lembaga-lembaga penting lain.

2. Sub budaya

Sub budaya merupakan bagian dari budaya yang lebih khas dalam tiap masyarakat. Sub budaya atau *microculture* sendiri mengarah pada seperangkat nilai dan simbol dari suatu kelompok yang lebih terbatas, seperti kelompok agama, etnis, atau sub bagian dari keseluruhan. Ketika suatu sub budaya menjadi besar dan makmur maka beberapa perusahaan akan memanfaatkan kesempatan tersebut untuk melakukan pemasaran.

3. Kelas Sosial

Kelas sosial sebagai pembagian masyarakat yang rata-rata bersifat homogen dan permanen, terorganisir dan anggotanya menganut nilai, minat,

serta perilaku yang serupa. Hal ini biasanya dibagi berdasarkan sesuatu yang dihargai, seperti jabatan, atau kekayaan yang dimiliki menyesuaikan dengan pengelompokan atau pembagian didalam masyarakat yang terdiri atas individu-individu yang berbagi nilai-nilai, kepentingan, dan perilaku yang sama berdasarkan posisi ekonomi mereka di dalam pasar (Engel, Blackwell, & Miniard, 2002:121).

Seperti halnya faktor yang lain, kelas sosial memiliki beberapa ciri. Pertama, individu yang berada dalam kelas sosial yang sama, biasanya akan memiliki perilaku yang serupa juga. Kedua, orang-orang yang berada dalam kelas sosial tertentu secara tidak langsung akan terbagi menjadi dua posisi, yaitu posisi inferior dan posisi superior. Ketiga, sebuah kelas sosial tidak jauh-jauh dengan beberapa variabel seperti penghasilan, pendidikan, pekerjaan, kesejahteraan, orientasi nilai, dan lain-lain. Keempat, individu dapat berpindah-pindah dalam posisi yang ditempati di kelas sosialnya. Dan yang terakhir, kelas sosial menunjukkan produk atau merk yang berbeda-beda pada tiap kelas sosialnya (Kotler & Keller 2007: 217)

b. Faktor sosial, yang meliputi:

1. Kelompok Acuan

Kelompok acuan atau kelompok referensi menurut Kotler dan Keller (2007: 217) adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku individu. Setiap perilaku dan gaya baru pada individu tersebut menghadap pada kelompok acuannya.

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuanya, sekurang-kurangnya melalui tiga cara, yaitu kelompok acuan membuat seseorang menjalani perilaku dan gaya hidup, mempengaruhi perilaku serta konsep pribadi, serta kelompok acuan menuntut seseorang untuk mengikuti kebiasaan kelompok sehingga dapat mempengaruhi seseorang akan produk dan merk yang dibeli (Kotler & Keller, 2007: 217).

2. Keluarga

Engel, Blackwell, & Miniard (2002: 194) mendefinisikan keluarga sebagai kelompok yang terdiri dari dua atau lebih, berhubungan melalui darah (keturunan), perkawinan, atau adopsi serta tinggal bersama. Maka interaksi atau keputusan individu dalam membeli sesuatu sangatlah dipengaruhi oleh anggota keluarga. Keluarga merupakan organisasi yang paling penting dalam masyarakat, dapat menjadi kelompok acuan primer serta paling berpengaruh dalam pembelian (Kotler & Keller, 2007: 217).

3. Status dan Peran

Status dan peran juga bisa diartikan sebagai kedudukan seseorang dalam kelompok. Sebuah peranan terdiri dari aktivitas yang sudah diperkirakan oleh individu dan setiap peranan akan mempengaruhi perilaku dalam membeli. Dalam perilaku konsumtif, individu cenderung lebih memilih produk yang dapat mengkomunikasikan kedudukan dan peranan seseorang di masyarakat.

c. Faktor Personal

1. Usia

Individu yang membeli barang dan jasa pasti akan berbeda di sepanjang hidupnya. Tahap siklus hidup, situasi keuangan dan minat menentukan produk yang berbeda dalam masing-masing kelompok usia.

2. Profesi dan Kondisi Ekonomi

Kondisi ekonomi setiap individu akan berpengaruh pada pemilihan produk untuk dirinya. Kondisi ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang akan dibelanjakan, tabungan dan kekayaan yang dimiliki. Pekerjaan juga akan mempengaruhi pola konsumsi seseorang karena tiap profesi memiliki kebutuhan yang berbeda dalam mengkonsumsi suatu produk.

3. Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang memiliki ciri-ciri yang khas dan berbeda serta dapat mempengaruhi perilaku dalam membeli. Kepribadian menurut Engel, Blackwell, & Miniard (2002: 367) dikatakan sebagai respon yang konsisten pada setiap stimulus yang didapatkan dari lingkungan. Individu cenderung akan mengkonsumsi sebuah produk sesuai dengan kepribadian yang dimiliki. Sedangkan konsep diri merupakan pcustomerngan seseorang mengenai diri sendiri.

4. Gaya Hidup

Menurut Engel, Blackwell, & Miniard (2002: 383) gaya hidup diartikan sebagai sebuah pola dimana manusia hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Selain itu, gaya hidup berfungsi sebagai motivasi konsumen dan

pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi serta variabel lain. Gaya hidup juga sebagai ringkasan konsep yang mencerminkan nilai konsumen. Sistem konsepsi tidak hanya kebutuhan pribadi namun berubah-ubah agar konsisten dengan nilai dan kepribadian masing-masing.

d. Faktor Psikologis

Dalam faktor psikologis, terdapat empat faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumtif, antara lain:

1. Motivasi

Motivasi adalah sebuah dorongan individu untuk melaksanakan suatu sikap atau perilaku. Dalam motivasi ini, ada beberapa hal yang menjadi dorongan tersebut, seperti kebutuhan individu, harapan pada hasil perilaku, dan lain-lain.

2. Persepsi

Persepsi merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi beberapa informasi dengan tujuan menciptakan gambaran dari informasi tersebut yang memiliki arti.

3. Pembelajaran

Perilaku membeli merupakan hasil rangkaian dari proses belajar. Proses pembelajaran yang dimaksud merupakan pengetahuan individu terhadap produk. Sedangkan kepuasan individu terhadap produk dijadikan sebagai penguat atas perilaku membeli yang dilakukan.

4. Keyakinan dan Sikap

Dengan berperilaku dan belajar, individu mendapatkan sebuah keyakinan dan sikap. Kedua hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku pembelian

seseorang. Keyakinan merupakan gambaran dari pemikiran yang dijadikan panutan individu tentang suatu hal, sedangkan sikap adalah sebuah penilaian subjektif seperti suka atau tidak suka yang dilakukan individu terhadap suatu hal. Sikap tersebut juga dapat berpengaruh pada keputusan individu dalam berperilaku membeli.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu (1) faktor budaya, yang terdiri dari peran budaya, sub-budaya dan kelas sosial; (2) faktor sosial, yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status; (3) faktor pribadi, yang terdiri dari usia dan tahapan siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri; dan (4) faktor psikologis, yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

2.1.4 Indikator Perilaku Konsumtif

Sumartono (2002: 119) menjelaskan bahwa terdapat delapan indikator pada perilaku konsumtif, antara lain:

1. Membeli produk karena godaan hadiah

Hadiah atau promo yang ditawarkan pada setiap produk yang ada menjadi salah satu alasan individu untuk melakukan tindakan konsumtif. Dan apabila hal tersebut terjadi, besar kemungkinan individu tersebut terindikasi memiliki perilaku konsumtif.

2. Membeli produk karena memiliki kemasan menarik

Individu mudah sekali terbuju untuk membeli produk yang memiliki kemasan, tempat, atau bungkus yang rapi dan dihias dengan warna-warna

yang menarik. Artinya untuk membeli suatu produk karena adanya rasa ketertarikan pada kemasan yang dibungkus rapi dan dihiasi oleh berbagai macam hiasan yang menarik.

3. Membeli produk untuk menjaga penampilan diri dan gengsi

Individu yang memiliki keinginan membeli tinggi karena secara umum mereka mempunyai ciri khas dalam berpakaian, ber-*make up*, gaya rambut dan lain-lain dengan maksud untuk selalu berpenampilan menarik dan mendapatkan perhatian orang lain. Situasi tersebut menjadikan individu lebih banyak mengeluarkan biaya untuk berbelanja demi menunjang penampilan diri.

4. Membeli suatu produk sekadar pertimbangan harga

Dalam hal ini, individu membeli sebuah produk dengan alasan harga yang ditawarkan, bukan alasan kegunaan ataupun manfaat dari produk yang dibeli tersebut. Ketika individu menemui sebuah produk yang memiliki harga dibawah pasaran produk serupa, mereka akan langsung membelinya tanpa berpikir panjang hanya dengan alasan produk tersebut murah.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Individu yang membeli produk yang dimaksudkan untuk menjaga dan meningkatkan status sosial, terindikasi melakukan perilaku konsumtif.. Hal ini biasanya dilakukan oleh kelompok yang mempunyai kemampuan membeli barang mahal, dan bersosialisasi dengan kelompok elit saja.

6. Memakai sebuah produk karena mengikuti model yang mengiklankan produk

Individu cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam beberapa hal, termasuk yang dipakai oleh tokoh yang diidolakan tersebut.

Apabila tokoh yang diidolakan menggunakan sebuah produk, kemungkinan besar orang tersebut akan ikut memakai produk yang serupa.

7. Muncul penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

Individu yang mempercayai bahwa dengan membeli produk berharga tinggi akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi di masyarakat. Maka tidak jarang yang menganggap bahwa membeli produk dengan harga tinggi akan membantu meningkatkan rasa percaya diri.

8. Mencoba membeli lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)

Individu mudah membeli produk yang sama meskipun produk sebelumnya belum habis dipakai. Hal ini guna membandingkan produk mana yang memiliki kualitas lebih baik dan sesuai dengan harga yang ditawarkan.

2.2 Kontrol Diri

2.2.1 Pengertian Kontrol Diri

Menurut Averill (1973) dalam Diba (2014), kontrol diri merupakan variabel psikologis sederhana yang mencakup tiga konsep berbeda tentang mengontrol diri, yaitu kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi serta kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakini.

Ghufro dan Risnawati (dalam Auliya & Nurwidawati, 2014) mengartikan kontrol diri sebagai kemampuan mengontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan

bentuk perilaku yang membawa individu kearah konsekuensi yang lebih positif. Sedangkan Thompson (dalam Smet, 1994:186) menjelaskan kontrol diri merupakan keyakinan yang dimiliki individu dimana akan mampu mencapai hasil yang diinginkan lewat tindakannya sendiri. Perasaan kontrol diri dapat dipengaruhi oleh keadaan situasi, namun persepsi kontrol terletak pada pribadi orang tersebut bukan pada situasi.

Berdasarkan paparan para ahli, dapat disimpulkan kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, mengelola informasi yang tidak diinginkan, dan membuat keputusan berdasarkan apa yang diyakini untuk mencapai hasil yang diinginkan yang lebih positif.

2.2.2 Aspek-Aspek Kontrol Diri

Averill (1973) menjelaskan bahwa kontrol diri memiliki tiga aspek, antara lain:

1. *Behavioral Control* (Kontrol Perilaku)

Merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan diri pada suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini dirinci menjadi dua komponen yakni kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) dan kemampuan memodifikasi perilaku (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu dalam menentukan siapa yang akan mengendalikan situasi atau keadaan, apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan sumber eksternal. Sedangkan kemampuan memodifikasi perilaku merupakan

kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki akan dihadapi oleh individu.

2. *Cognitive Control* (Kontrol Kognitif)

Cognitive control diartikan sebagai kemampuan individu dalam mengendalikan diri untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian kedalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis untuk mengurangi tekanan yang dihadapi. Aspek ini terdiri dari dua komponen, yakni memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

3. *Decisional Control* (Mengontrol Keputusan)

Merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan diri untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujui. Kontrol diri akan sangat berfungsi dalam menentukan pilihan, baik dengan adanya suatu kesempatan maupun kebebasan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

2.2.3 Faktor Yang Memengaruhi Kontrol Diri

Sebagaimana variabel psikologis lain, kontrol diri memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya. Thompson (dalam Smet, 1994: 186) mengatakan bahwa individu memiliki kontrol diri ketika:

1. Mereka mampu mengenal apa yang dapat dan tidak dapat dipengaruhi lewat tindakan pribadi dalam sebuah situasi
2. Mereka memfokuskan pada bagian yang dapat dikendalikan lewat tindakan pribadi.
3. Mereka yakin bahwa mereka memiliki kemampuan untuk berperilaku dengan sukses.

Ghufron dan Risnawita (dalam Haryani & Herwanto, 2015) menjelaskan kontrol diri dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

1. Faktor Internal

Usia merupakan contoh faktor internal yang memengaruhi kontrol diri. Pada umumnya, semakin bertambah usia seseorang maka akan semakin baik pula kontrol diri yang dimiliki.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi kontrol diri diantaranya adalah lingkungan keluarga. Pada lingkungan keluarga, terutama orang tua, dapat menentukan kemampuan mengontrol diri seseorang. Apabila orang tua menerapkan sikap disiplin secara intens sejak dini, dan konsisten terhadap semua konsekuensi jika anak melakukan penyimpangan, maka akan diinternalisasi oleh anak yang kemudian akan menjadi kontrol diri bagi anak tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri menurut Ghufron dan Risnawita (2012:32) antara lain faktor internal, faktor eksternal. Kemudian menurut menurut Thompson (dalam Smet, 1994:186), dikategorikan menjadi tiga faktor yaitu kemampuan mengenali hal yang dapat dipengaruhi oleh tidakn pribadi dalam sebuah situasi, kemampuan fokus terhadap hal yang dapat

dipengaruhi oleh tindakan pribadi, dan keyakinan adanya kemampuan dalam diri untuk berperilaku secara sukses.

2.3 E-Wallet (Dompet Elektronik)

Menurut Rahmayani (2018), dompet elektronik (*e-wallet*) adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Sedangkan dalam Nugroho (2016) dijelaskan bahwa *e-wallet* adalah bentuk pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran secara elektronik menggunakan *smartphone* atau *gadget*, menggantikan penggunaan dompet secara fisik.

Dalam peraturan Bank Indonesia nomor 18 / 40 / PBI / 2016 Pasal 1 Ayat 7 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran menjelaskan bahwa *e-wallet (electronic wallet)* atau dompet elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran (Maghfira, 2018).

Hutami dan Septyarini (2018) menjelaskan bahwa *electronic wallet (e-wallet)* merujuk pada “dompet” sementara atau sebuah akun yang berisi dana pada suatu aplikasi *online* yang digunakan untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi dengan cara non tunai.

Berdasarkan pengertian dari beberapa sumber tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* (dompet elektronik) adalah sebuah layanan elektronik

untuk menjadi salah satu metode pembayaran yang menyimpan data instrumen pembayaran maupun data pribadi yang memiliki batas maksimum saldo melalui aplikasi yang tersedia di *smartphone* atau *gadget* sesuai peraturan Bank Indonesia.

Berikut ini merupakan beberapa aplikasi *e-wallet* (dompet elektronik) terkenal di Indonesia yang dirangkum oleh Liputan6.com pada Kamis, 7 Februari 2019, yaitu:

1. DANA

DANA merupakan *platform* pembayaran digital yang mengusung *open platform* dan dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, gerai-gerai *online* maupun konvensional manapun. Aplikasi DANA hanya bisa digunakan dengan ponsel saja. Dompet digital ini mengembangkan infrastruktur pembayaran digital dengan mempelajari *best practice* yang telah digunakan dan melayani ratusan jutaan pengguna dan telah terbukti keamanannya secara global. DANA sudah menjadi aplikasi resmi dan legal yang telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia sesuai syarat yang telah ditetapkan.

DANA hanya bekerjasama dengan bank-bank nasional, seperti Bank Mandiri, BCA, BRI, CIMB NIAGA, BNI, Panin Bank, Bank Permata, BTN dan Bank Sinar Mas. Dompet digital ini hanya menyimpan uang yang diletakkan di rekening penampungan (*Escrow Account*) untuk dana *balance* pengguna. Sistem DANA dikembangkan sebagai dompet yang hanya menyimpan jumlah dana terbatas sesuai dengan regulasi Bank Indonesia dan standar keamanan. Aplikasi DANA dapat diunduh secara gratis di *Play Store* dan *AppStore*.

2. OVO

OVO merupakan aplikasi pembayaran elektronik yang dapat melayani segala transaksi finansial. OVO sendiri merupakan Dompot Elektronik yang diusung oleh PT. Visionet Internasional untuk berbagai macam pembayaran pada gerai yang telah bekerjasama.

OVO juga dapat diunduh di playstore dan AppsStore. Pengguna dapat melakukan *top up* saldo melalui bank yang bekerjasama dengan OVO seperti BCA, Mandiri, CIMB Niaga, BNI, BRI, Permata, Bank Mega, BTN, Danamon, Panin Bank, NOBU, BTPN, Maybank, dan DBS. Tidak hanya dengan itu, OVO juga bisa melakukan *top up* melalui gerai rekanan OVO seperti Alfamart, Hypermart, Matahari, Boston, Books&Beyond, dan sebagainya.

3. GoPay

GoPay merupakan layanan dompet elektronik milik Go-Jek. GoPay awalnya digunakan sebagai alat pembayaran berbagai layanan Go-Jek seperti Go ride, Go car, Go shop dan sejenisnya. Namun saat ini GoPay juga dapat digunakan sebagai alat pembayaran elektronik di berbagai gerai rekanan Go-Jek.

Pengguna GoPay dapat melakukan *top up* melalui driver, ATM atau *internet banking* yang menjadi mitra Go-Jek seperti BCA, Bank Mandiri, Bank BRI, BNI, Permata Bank, CIMB Niaga. Selain itu juga dapat mengisi saldo GoPay melalui mini market terdekat yang bekerja sama dengan Go-Jek.

4. LinkAja

LinkAja adalah layanan uang elektronik oleh telkomsel yang dapat digunakan oleh semua operator di Indonesia untuk melakukan berbagai transaksi

financial, seperti membeli pulsa, token listrik, tagihan BPJS, isi bahan bakar kendaraan, dan lain-lain.

5. Mandiri E-cash

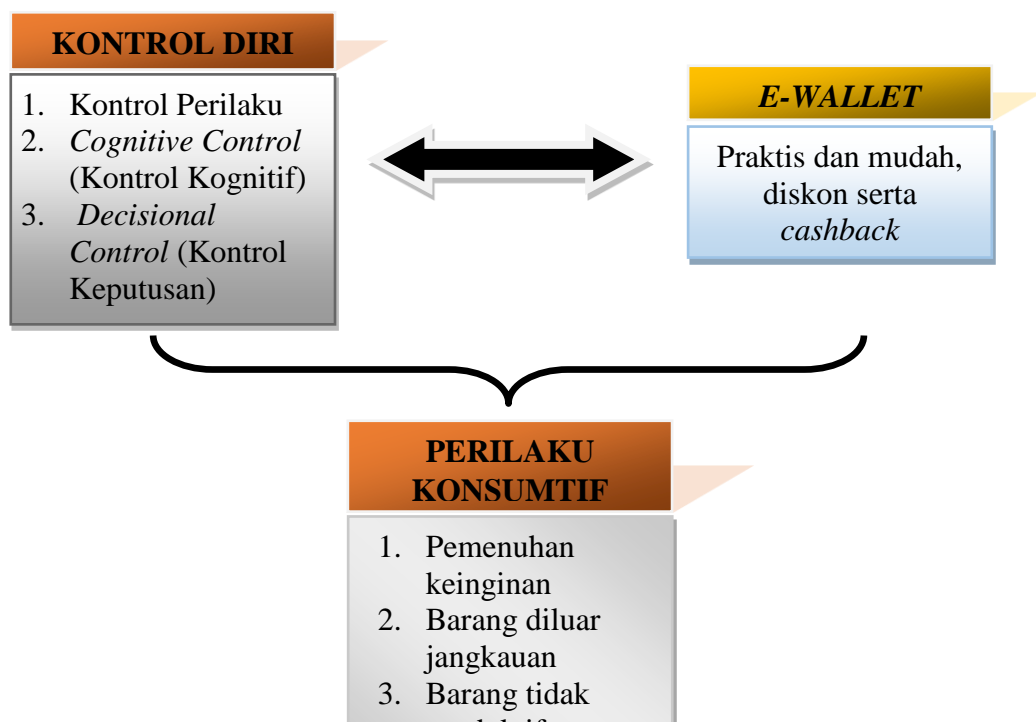
Mandiri e-cash adalah aplikasi penyimpan uang elektronik yang dihubungkan dengan rekening bank Mandiri yang telah dimiliki nasabah bank Mandiri untuk melakukan berbagai transaksi tanpa harus mengeluarkan uang tunai dari rekening. Transaksi tersebut seperti *top up* e-Money, penyetoran dan penarikan tunai, pengecekan saldo, transfer antar rekening mandiri e-cash dan fitur transaksi lainnya

6. Sakuku

Sakuku adalah sebuah aplikasi dompet elektronik keluaran dari Bank Central Asia (BCA) yang digunakan untuk mempermudah penggunaanya melakukan transaksi digital maupun perbankan tanpa membawa uang tunai.

2.4 Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna *E-Wallet* (Dompet Elektronik)

2.4.1 Kerangka Berpikir



Bagan 2.1 Kerangka Berpikir Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa pengguna *E-Wallet* di Kota Semarang

Menurut Heni (2013) setiap individu memiliki suatu mekanisme yang membantu dalam mengatur perilaku, seperti kontrol diri. Kontrol diri merupakan kemampuan psikologis yang sudah dimiliki seseorang sejak masih kecil dimana didalamnya terdapat beberapa aspek, yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan. Didalam kontrol diri tersebut terjadi proses modifikasi, mengantisipasi, menginterpretasi, dan memilih perilaku yang sesuai dengan keadaan yang sedang dihadapi.

Perkembangan *e-wallet* sudah secara masif dan sudah banyak diketahui oleh masyarakat, terutama golongan millennial. Mahasiswa merupakan bagian dari generasi millennial yang juga mengenal dan menggunakan *e-wallet*. Praktis dan mudah dalam pemakaian, adanya diskon, *cashback*, serta alasan yang lain seperti rincian lebih jelas, modern serta kekinian menjadi penyebab mahasiswa menggunakan *e-wallet* dalam setiap metode pembayaran. Hal tersebut juga memicu mahasiswa untuk menjadi individu yang semakin konsumtif yang mengakibatkan perilaku konsumtif meningkat, dengan aspek-aspeknya antara lain pemenuhan keinginan, barang diluar jangkauan, barang tidak produktif, dan status.

Mahasiswa tersebut harus mampu menanggapi dengan positif perilaku konsumtif yang semakin berkembang dengan hadirnya alat pembayaran yang menawarkan keuntungan seperti *e-wallet*. Hal tersebut menandakan bahwa mahasiswa dituntut untuk mampu membatasi diri terhadap nafsu membeli, sehingga perilaku konsumtif dapat diminimalisasi. Asumsi dari peneliti adalah kontrol diri yang dimiliki mahasiswa akan mengendalikan datangnya keuntungan-keuntungan dari *e-wallet* yang menciptakan semakin meningkatnya perilaku konsumtif. dengan adanya kontrol diri yang tinggi, seseorang akan bisa mengendalikan apa yang akan individu tersebut lakukan. Pada aspek kontrol perilaku, mahasiswa akan lebih dapat mengendalikan apa yang harus dilakukan ketika ada tawaran promo atau keuntungan dengan menggunakan *e-wallet*. Untuk aspek kontrol kognitif, mahasiswa akan mempertimbangkan dengan rasional fungsi dari barang-barang yang ditawarkan *e-wallet* sekalipun mendapatkan keuntungan lebih. Sedangkan di aspek kontrol keputusan, mahasiswa akan dapat memilih tindakan berdasarkan apa yang diyakini dan berguna bagi dirinya.

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan teoritis diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang. Semakin tinggi tingkat kontrol diri mahasiswa, maka akan semakin rendah perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang. Begitupun sebaliknya, semakin rendah kontrol diri mahasiswa, maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Gambaran umum kontrol diri pada mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang yang diukur berdasarkan aspek dari teori Averill (1973) termasuk pada kategori tinggi.
2. Gambaran umum perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang yang diukur berdasarkan aspek perilaku kontrol diri dari teori Erich Fromm (2008) termasuk pada kategori sedang.
3. Ada hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet* di Kota Semarang. Semakin tinggi kontrol diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet*. Serta sebaliknya, apabila kontrol diri semakin rendah maka perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-wallet* akan semakin tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Subjek Penelitian

Diharapkan kepada subjek penelitian, yaitu mahasiswa pengguna *e-wallet* agar dapat mengendalikan setiap keputusan ataupun tindakan, terlebih pada hal yang berujung

pada perilaku konsumtif yang tinggi atau berlebihan. Meskipun banyak tawaran promo dan diskon yang ditawarkan oleh *e-wallet*, namun alangkah baiknya subjek tetap mempertimbangan faktor kebutuhan atau mendahulukan barang yang benar-benar dibutuhkan kegunaannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan pada peneliti selanjutnya yang hendak meneliti atas mengembangkan penelitian serupa, peneliti menyarankan untuk mencari variabel lain yang diduga memiliki hubungan dan berkontribusi pada variabel perilaku konsumtif dan kontrol diri seperti konsep diri, konformitas, atau yang lainnya. Serta lebih mengembangkan variasi pengambilan data. Selain itu, diharapkan peneliti mencari karakteristik subjek yang benar-benar merepresentasikan populasi penelitian sehingga kesimpulan bisa digeneralisasikan kepada populasi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliffarizani, M. (2015). Pengaruh Kontrol Diri Pengetahuan Keuangan dan Nilai Materialisme terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Guru Sekolah Menengah Utama di Gresik. *SKRIPSI: Perpustakaan STIE Perbanas Surabaya*.
- Alvidasari, Y., & Susanti, N. I. (2018). Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Ekonomi dan Pengelolaan Keuangan terhadap Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa yang Bekerja di Surakarta. *Prosiding Seminar dan Call for Paper STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta*, 214-223.
- Angreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi, Volume 12 Nomor 1*, 34-42.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *e-Journal Psikologi, volume 1, nomor 2* , 148-156.
- Auliya, M., & Nurwidawati, D. (2014). Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Agresi pada Siswa SMA Negeri 1 Padang Bojonegoro. *Character, volume 2, nomor 3*, 1-6.
- Averill, J. R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli and Its Relationship to Stress. *Psychological Bulletin, volime 80, nomor 4*, 286-303.
- Azwar, S. (2011). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Penelitian Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chita, R. C., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self Control dengan perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm), Volume 3 Nomor 1*, 297-302.
- Diba, D. S. (2014). Peranan Kontrol Diri Terhadap pembelian Impulsif pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin di Samarinda. *e-Journal Psikologi, volume 1, nomor 3*, 313-323.

- Ekonomi, W. (2019, January 24). *Warta Ekonomi 2012-2019*. Retrieved from <https://www.wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompet-digital.html>:
www.wartaekonomi.co.id
- Engel, Blackwell, & Miniard. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fidiana, N. R. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Delinquency pada Remaja di SMP BHAKTI Turen Malang. *SKRIPSI: Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim*.
- Fitriani, N. A., & Partini. (2016). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Online Shopping pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1-6.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip, Volume 12 Nomor 1*, 55-68.
- Fromm, E. (2008). *The Sane Society*. Abingdon: Routledge.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. (2012). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hadi, S. (2015). *Statistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hanum, D. (2012). Hubungan Antara Teknik Kontrol Diri dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Mahasiswi di Ma'had Sunan AMpel AlAly Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. *SKRIPSI: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang*.
- Hariyono, P. (2015). Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *e-Journal Psikologi, Volime 3, Nomor 2*, 569-578.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi, Volume 11 Nomor 1*, 5-11.
- Heni, S. A. (2013). Hubungan SMA IT antara Kontrol Diri dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*.

- Hutami, L. T., & Septyarini, E. (2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Milenial pada Tiga Startup "Unicorn" Indonesia Berdasarkan Modifikasi TAM. *Jurnal Manajemen*, volume 8, nomor 2, 136-145.
- Indonesia, A. P. (2018). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia pada Tahun 2018*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).
- Kholilah. (2008). Perilaku konsumtif masyarakat pengunjung pasar kaget di Wisata Belanja Tugu Gajayana Malang. *SKRIPSI*, pp. 1-112.
- Kompasiana.com. (2015, Juny 16). *Kompasiana*. Retrieved from [www.kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/gunszakki/55295269f17e61955e8b459f/revolusi-digital-dan-pembangunan](https://www.kompasiana.com/gunszakki/55295269f17e61955e8b459f/revolusi-digital-dan-pembangunan)
- Kotler, & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, Nomor 4, 5-13.
- Maghfira. (2018, Juli 26). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Gopay. *SKRIPSI*, pp. 1-97.
- Mulyasari, H., Dan, T. T., & Wijaya, B. M. (2014). Analisis Jenis Sistem Pembayaran Elektronik dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 166-173.
- Nugroho, A. (2018). Regulasi Terkait Pembayaran Elektronik di Indonesia. *SKRIPSI: Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta*.
- Pratiknyo, J. (2008). Perilaku Konsumtif terhadap Kosmetik Wajah pada Mahasiswi Ditinjau dari Konsep diri dan Konformitas. *SKRIPSI: Fakultas Psikologi Universitas Katholik Soegijapranata*.
- Purwanto, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Rahma, T. I. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech). *At-Tawassuth*, Volume 3 Nomor 1, 642-661.
- Rahmatillah, I., Novirani, D., & Fitri, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Perilaku Penggunaan Teknologi Fintech Pada Gnerasi Milenial di Kota Bandung. *Seminar Nasional VII Manajemen & ReKayasa Kualitas*, B5-1 - B5-8.

- Rahmayani, N. (2018). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terkait Pengawasan Perusahaan Berbasis Financial Technology di Indonesia. *PAGARUYUANG Law Journal, Volume 2, nomor 1*, 24-41.
- Rengganis, N., Yusuf, M., & Hadjono. (2016). Hubungan antara Stereotip Daya Tarik Fisik dan Kesepian dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret. *Wacana Jurnal Psikologi, Vol. 8, No. 16*, 55-76.
- Resstiani, S. A. (2010). Gejala Shopaholic di Kalangan Mahasiswa. *SKRIPSI: Fakultas Desain Program Strata Satu Psikologi Universitas Komputer Indonesia*.
- Ridho, M. M. (2009). Analisis Konsumsi Pulsa Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Tahun 2008. *SKRIPSI. Universitas Negeri Semarang*
- Sabani, N. (2018). Generasi Milenial dan Absurditas Debat Kusir Virtual. *INFORMASI: Kajian Ilmu Komunikasi, Vol. 48, No. 1*, 95-108.
- Sendari, A. A. (2019, Februari 07). *Liputan6*. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3889185/6-aplikasi-dompet-digital-tak-perlu-uang-tunai-dan-kartu-untuk-transaksi>
- Smet, B. (1994). *Psikologi Kesehatan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Solomon, L., & Rothblum, E. (1984). Academic procrastination: Frequency and Cognitive-Behavioral Correlates. *Journal of Counseling Psychology Vo. 31*, 503-509.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Thohiroh, A. Q. (2015). Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *SKRIPSI*, pp. 1-93.
- Tresna, T. A. (2013). Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa FIS Universitas Negeri Yogyakarta pada Klinik Kecantikan. *Skripsi, Jurusan Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosia UNY*, 1-20.

- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati, Volume 7 Nomor 2*, 189-195.
- Zakiyya, A. (2012). Hubungan Kepercayaan Diri Mahasiswa Baru dengan Perilaku Konsumtif Remaja Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi, Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 1-154.