

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
GENERASI MILENIAL DALAM MENGGUNAKAN *E-MONEY*
DI KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Strata 1
Program Studi Psikologi*



Oleh:
ALEXANDRIA GRACE PALAPESSY
NIM. 1502105025

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MULAWARMAN
SAMARINDA**

2022

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
GENERASI MILENIAL DALAM PENGGUNAAN *E-MONEY*
DI KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Strata 1
Program Studi Psikologi*



Oleh:
ALEXANDRIA GRACE PALAPESY
NIM. 1502105025

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MULAWARMAN
SAMARINDA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif
Karyawan Bank Dalam Penggunaan *E-Money* Di Kota
Samarinda

Nama : Alexandria Grace Palapessy

NIM : 1502105025

Jurusan : Psikologi

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Andreas Agung K, S.Psi., M.A
NIP. 19811122 201404 1 001

Dian Dwi Nur Rahmah, M.Psi., Psikolog
NIP. 19910814 201903 2 029

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman

Dr. H. Muhammad Noor, M.Si
NIP. 19600817 198601 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alexandria Grace Palapessy

NIM : 1502105025

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:
Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Dalam Penggunaan *E-Money* di Kota Samarinda adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain.

Samarinda, Mei 2022

Yang Menyatakan,

Alexandria Grace Palapessy
NIM. 1502105025

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Kepada Tuhan Yesus Kristus yang memberi hikmat, pengertian, kecerdasan, semangat dan berkat yang memberikan napas kehidupan kepada Grace sampai saat ini sehingga terselesaikan skripsi ini.

Kepada orang tua Grace Papaku tercinta tersayang Anthonie Lamberth Palapessy dan Mamaku tersayang tercinta Climentina Jounas selalu mendoakan, mendidik, membimbing Grace selalu, saudara kandung tercinta kakakku tersayang Eunike Lois Palapessy, Adik-adikku yang kusayangi Shine Joynes Palapessy, sepupuku Carolene Agatha Palapessy, adingku Priskilla Natasya Lahagu yang selalu mendukung, membantu, menyemangati, teman kelahi suka duka senang dirumah

Kepada Jemaat Tuhan di Samarinda, Papi Budi Harto, sekeluarga, Tante Ervi sekeluarga, Tante Anjarwati, Dina, Ka Daniel yang selalu mendoakan Grace

Kepada saudara Misriyanti tersayang yang setia membantu skripsi grace dan keluarga GPKKN, Rumah Inspirasi atas tawa canda omelannya menemani begadang dan mengajak kegiatan untuk menambah pengalaman

Kepada Kokoku Willy Junior Samhazes dan Ce Ai tersayang yang selalu memberi nasihat, semangat dan pengalaman baru serta keluarga besar WHYHDI yang membantu, membimbing Grace memberi pengalaman dan pembelajaran bisnis

Kepada saudaraku Tri Yuli Idi Pangestu dan Puspa Amalia Desiyanti yang menemani Grace sejak SMA, Rukia dan Fenty Ariska memberi kejutan dan warna yang indah selama perkuliahan, Yuliana Chiasidy, Nadya Fransiska, Fides Tita, Hana, Beby Muzdhalifa yang memberi semangat, dukungan dan canda tawanya

Kepada warga desa Lebaho Ulaq, khususnya Abah Masri & Ibu Maidah sekeluarga, Pak Basrun sekeluarga, Pak Agus Juwana sekeluarga, Ka Annisa sekeluarga, Pak Eko sekeluarga, Pak Rahman sekeluarga, Ibu Jumria, Ibu Arliani sekeluarga

HALAMAN MOTTO

“Segala perkara dapat ditanggung didalam Dia, yang memberi kekuatan kepadaKu”

(Filipi 4:13)

“Bisa tidak bisa pasti bisa”

(WhyHDI)

RIWAYAT HIDUP



Alexandria Grace Palapessy yang biasa dikenal dengan Grace atau Alexa adalah penulis dari skripsi ini. Penulis lahir dari orangtua bernama Anthonie Lamberth Palapessy (Ayah) dan Climentina Jounas (Ibu), sebagai anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis lahir pada tanggal 29 Desember 1997 di Kota Samarinda,

Kalimantan Timur.

Penulis menempuh pendidikan mulai dari taman kanak-kanak di TK Imanuel Samarinda, melanjutkan ke sekolah dasar di SD Katolik 2 WR. Soepratman Samarinda, kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 29 Samarinda. Penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas di SMA Negeri 8 Samarinda, setelah itu melanjutkan kuliah dengan program studi Psikologi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman Samarinda.

Kegiatan yang dilakukan selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi yaitu melakukan Kegiatan Kuliah Kerja nyata (KKN) pada bulan Juli hingga awal bulan September 2019 di Desa Lebaho Ulaq, Kecamatan Muara Kaman, Kutai Kartanegara. Akhir kata penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan yang sebesar-besarnya atas terselesainya skripsi ini dengan judul “**Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Dalam Penggunaan E-Money di Kota Samarinda**”.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas kekuatan dan berkat yang diberikan kepada penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Kontrol diri Dengan Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Pengguna *E-Money* di Kota Samarinda” dengan baik.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata I Program Studi Psikologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sebagai ungkapan rasa syukur atas selesainya penulisan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Masjaya M.Si selaku Rektor Universitas Mulawarman.
2. Bapak Drs. Muhammad Noor, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
3. Ibu Lisda Sofia, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Mulawarman.
4. Bapak Andreas Agung Kristanto, S. Psi., MA selaku pembimbing utama dan penasihat KRS atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan.
5. Ibu Dian Dwi Nur Rahmah, M. Psi., Psikolog, selaku pembimbing kedua atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan.
6. Ibu Hairani Lubis, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku penguji I membantu mempermudah penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini serta saran-saran yang telah diberikan agar skripsi ini menjadi baik.

7. Ibu Ayunda Ramadhani., M. Psi., Psikolog, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan masukan mengenai perbaikan skripsi ini agar menjadi jauh lebih baik.
8. Bapak Drs. Badruddin Nasir, M. Si selaku penasihat KRS semester satu hingga semester delapan yang membimbing saya selama perkuliahan.
9. Dosen-dosen pengajar Program Studi Psikologi Universitas Mulawarman Samarinda khususnya Pak Muhammad Ali Adriansyah, S. Psi., M. Si., CBA., CJA, Ibu Rina Rifayanti, S. Psi., M. Psi., Psikolog, Ibu Rini Fitriani Permatasari, S. Psi., MA, Ibu Aulia Suhesty S. Psi., M. Psi., Psikolog, Ibu Miranti Rasyid, S. Psi., M. Psi., Psikolog, Ibu Elda Trialisa Putri, S. Psi., M. Psi., Psikolog, Ibu Meyritha Trifina Sari, S.Psi., M.Psi., Psikolog dan Pak Rusi Zulistiawan, S. Psi., M. Psi., Psikolog yang telah membagi ilmu dan pengalamannya kepada penulis.
10. Staf-staf Program Studi Psikologi di Universitas Mulawarman Ibu Liesta Montesa Kisnantha, S. Psi, Ibu Sumarni, A. Md., S. Kom, dan Bapak Heriyado, S. Sos., M. Si yang membantu semua hal administasi akademik.
11. Segenap Dosen dan Staf di lingkungan Universitas Mulawarman Samarinda, khususnya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Program Studi Psikologi yang telah membantu dalam hal administrasi akademik.
12. Kepada orangtua tercinta saya Pak Anthonie Lamberth Palapessy dan Ibu Climentina Jounas serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan mendoakan agar menyelesaikan perkuliahan ini.

13. Kepada Kakak Tamyis Ade Rama, S. Psi, Ka Jumardi Yusuf, Ka Dewi Sartika yang membagikan ilmu dan pengalamannya.

14. Kepada Misriyanti, Irpan, Beby, Omik, Amanda, Ella, Romy, Andri, Defri, Jizat, Jurni, Puspa, Yuli, Kia, Ika, Yuliana, Aini, Winda, Cecy, Yogi, Mira, Renaldy, Ana, Hana, Nadya, Tita yang membantu dan yang senantiasa memberikan saran, dukungan, bantuan dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

15. Teman-Teman Psikologi Angkatan 2015 kelas A dan B, dan teman-teman atau pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu, terima kasih atas kenangan yang telah terjalin bersama.

Tuhan Yesus Kristus memberikan berkat dan kesehatan pada kita semua dan semoga karya tulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Samarinda, Mei 2022

Peneliti,

Alexandria Grace Palapessy
NIM. (1502105025)

HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL DALAM PENGGUNAAN E-MONEY DI KOTA SAMARINDA

Alexandria Grace Palapessy

NIM. 1502105025

Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif generasi milenial dalam penggunaan *e-money* di Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif. Subjek penelitian berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang memiliki karakteristik sebagai generasi milenial dengan usia 21-29 tahun, memiliki aplikasi *e-money* dan pernah melakukan pembayaran nontunai. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala perilaku konsumtif (Rasyid & Lina) dan skala kontrol diri (Averill) yang sebelumnya dilakukan uji tryout terlebih dahulu. Data yang terkumpul dianalisis dengan uji analisis korelasi *product moment*.

Hasil uji coba skala dalam penelitian menunjukkan bahwa dalam skala perilaku konsumtif terdapat 8 aitem gugur dengan nilai realibilitas skala 0,644 dan skala kontrol diri terdapat 5 aitem gugur dengan nilai realibilitas skala 0,786. Selanjutnya, hasil analisis korelasi *product moment* menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dengan nilai beta (β) = -0.223, nilai t hitung > t tabel (-2.263 > 1.661) dan $p = 0.026$ ($p < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif generasi milenial dalam penggunaan *e-money* di Kota Samarinda.

Kata kunci: perilaku konsumtif, kontrol diri, uang elektronik

**SELF CONTROL RELATIONSHIP WITH THE CONSUMPTION
BEHAVIOR OF THE MILLENIAL GENERATION IN THE USE OF
E-MONEY IN THE CITY OF SAMARINDA**

Alexandria Grace Palapessy

NIM. 1502105025

*Department of Psychology, Faculty of Social and Political Sciences
Mulawarman University*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of self-control on the consumptive behavior of the millennial generation in the use of e-money in Samarinda City. This research uses type quantitative research. The research subjets amounted to 100 people using the technique of purposive sampling, and have the characteristics of a millennial generation aged 21-29 years, have an e-money application and have made cashless payments. The data collection method used is the consumptive behavior scale (Rasyid & Lina) and the self-control scale (Averill) which previously had a tryout test. The data collected were analyzed by product moment corellation analysis test.

The results of the scale trial in the study showed that in the consumptive behavior scale there were 8 items dropped with a scale reability value of 0.644 and a self-control scale there were 5 items dropped with a scale reability value of 0.786. Next, the results of product moment corellation analysis show that: there is a significant effect between self-control on consumptive behavior with beta (β) = -0.223, t count > t table value (-2.263 > 1.661) and $p = 0.026$ ($p < 0.05$). It can be concluded that there have relationship of self control with consumptive behavior of the millennial generation in the use of e-money in Samarinda City.

Keywords: *consumptive behavior, self control, e-money*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif.....	13
1. Definisi Perilaku Konsumtif.....	13
2. Aspek-Aspek Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	14
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	15
B. Kontrol Diri	18
1. Definisi Kontrol Diri	18
2. Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Kontrol Diri	20
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kontrol Diri	22
4. Jenis-Jenis Kontrol Diri	22
C. Uang Elektronik (<i>E-Money</i>)	
1. Definisi Uang Elektronik	23
2. Manfaat dan Risiko Uang Elektronik	24
D. Kerangka Berpikir	25
E. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	29
B. Identifikasi Variabel	30
C. Definisi Konseptual	30
1. Perilaku Konsumtif.....	30

2. Kontrol Diri	30
D. Definisi Operasional.....	31
1. Perilaku Konsumtif.....	31
2. Kontrol Diri	31
E. Populasi dan Sampel.....	31
1. Populasi	31
2. Sampel	32
F. Metode Pengumpulan Data.....	33
1. Skala Perilaku Konsumtif.....	35
2. Skala Kontrol Diri	35
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	36
1. Validitas.....	36
2. Reliabilitas	37
H. Uji Hasil Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	38
1. Skala Perilaku Konsumtif.....	38
2. Skala Kontrol Diri	39
I. Teknik Analisa Data	40
1. Uji Normalitas	41
2. Uji Linieritas.....	41
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	42
1. Karakteristik Responden.....	42
2. Hasil Uji Deskriptif	44
3. Hasil Uji Asumsi	47
4. Hasil Uji Hipotesis.....	47
B. Pembahasan	53
 BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	58
B. Saran	58
 DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN PENELITIAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data <i>Screening</i> Penggunaan <i>E-Money</i> Oleh Generasi Milenial Di Kota Samarinda	6
Tabel 2. Gambaran Alasan Penggunaan Transaksi <i>E-Money</i> Yang Dilakukan Oleh Generasi Milenial Di Kota Samarinda.....	6
Tabel 3. Skala Pengukuran Likert.....	34
Tabel 4. Distribusi Aitem Sebelum Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif	35
Tabel 5. Distribusi Aitem Setelah Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif	35
Tabel 6. Distribusi Aitem Sebelum Uji Coba Skala Kontrol Diri.....	36
Tabel 7. Distribusi Aitem Setelah Uji Coba Skala Kontrol Diri.....	36
Tabel 8. Tingkat Keandalan <i>Alpha Cronbach's</i>	38
Tabel 9. Sebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif	38
Tabel 10. Rangkuman Analisis Kesahihan Butir Skala Perilaku Konsumtif.....	39
Tabel 11. Tabel <i>Alpha Cronbach's</i> Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif	39
Tabel 12. Sebaran Aitem Skala Kontrol Diri.....	40
Tabel 13. Rangkuman Analisis Kesahihan Butir Skala Kontrol Diri	40
Tabel 14. Tabel <i>Alpha Cronbach's</i> Uji Coba Skala Kontrol Diri.....	40
Tabel 15. Distribusi Subjek Berdasarkan Usia	42
Tabel 16. Distribusi Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 17. Distribusi Subjek Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 18. Distribusi Subjek Berdasarkan Aplikasi <i>E-Money</i> Yang Paling Sering Digunakan.....	44
Tabel 19. Mean Empirik dan Mean Hipotetik	45
Tabel 20. Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif.....	45
Tabel 21. Kategorisasi Skor Kontrol Diri	46
Tabel 22. Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 23. Hasil Uji Linearitas	49
Tabel 24. Pedoman Menentukan Kekuatan Hubungan Antar Variabel.....	50
Tabel 25. Tabel Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	51
Tabel 26. Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Product Moment</i> Terhadap Pembelian Impulsif (Y_1)	51
Tabel 27. Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Product Moment</i> Terhadap Pemborosan (Y_2)	52
Tabel 28. Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Product Moment</i> Terhadap Mencari Kesenangan (Y_3).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia	2
Gambar 2. Perkembangan Jumlah <i>Merchant</i> QRIS di Kalimantan Timur	3
Gambar 3. Kerangka Konsep Penelitian	27
Gambar 4. Q-Q Plot Perilaku Konsumtif.....	48
Gambar 5. Q-Q Plot Kontrol Diri	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan <i>Screening</i> Data Awal Penelitian	65
Lampiran 2 <i>Blueprint</i> Skala Perilaku Konsumtif.....	67
Lampiran 3 <i>Blueprint</i> Skala Kontrol Diri	70
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 5 Input Data Excel	77
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	83
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	89
Lampiran 8 Hasil Uji Deskriptif	89
Lampiran 9 Hasil Uji Kategorisasi Skor	90
Lampiran 10 Hasil Uji Asumsi	91
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis	93

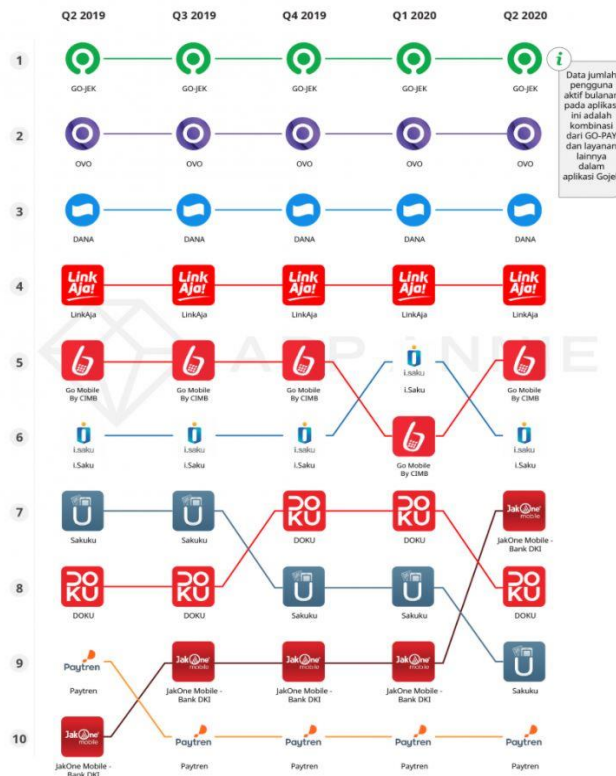
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, semakin banyak perubahan yang terjadi di dalam kehidupan kita sehari-hari. Inovasi terbaru di dalam metode pembayaran elektronik yang menggunakan kartu telah berkembang ke arah yang lebih praktis. Program Gerakan Nasional NonTunai (GNNT) diselenggarakan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar. Pada gilirannya akan mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien. GNNT juga diharapkan mampu meminimalisasi kendala dalam pembayaran tunai, seperti uang tidak diterima karena lusuh/sobek/tidak layak edar dan meningkatkan efisiensi saat masyarakat melakukan transaksi tidak perlu membawa uang dalam jumlah besar serta meningkatkan efektivitas transaksi yaitu menghindari adanya kesalahan hitung. Pada gilirannya GNNT akan dapat mewujudkan ekosistem *cashless society* (Bank Indonesia, 2017). Salah satu langkah yang dilakukan dengan mengembangkan metode pembayaran yang dikenal dengan uang elektronik (*electronic money/e-money*). *E-money* memiliki karakteristik berbeda dari metode pembayaran lain seperti kartu kredit dan ATM/debit, namun penggunaan instrument ini tetap sama yaitu ditujukan untuk pembayaran (Bank Indonesia, 2020).

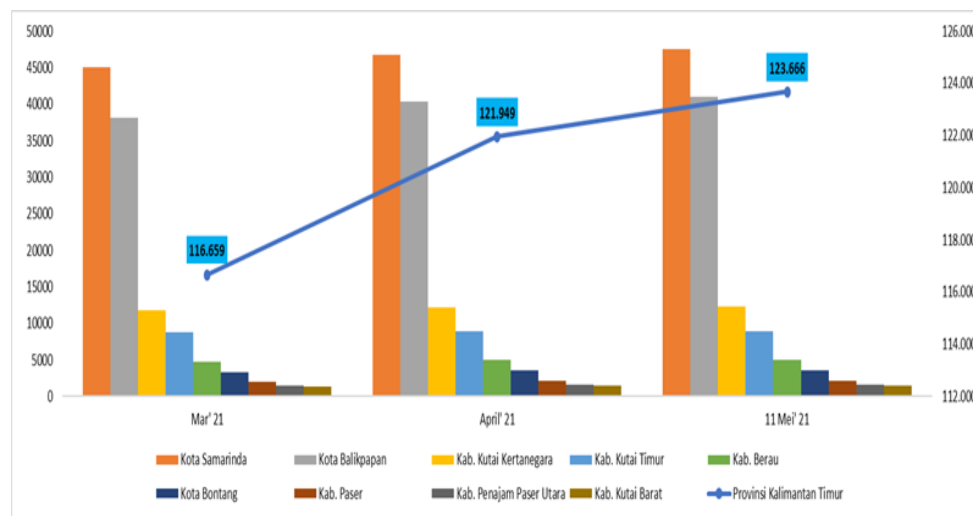
Uang elektronik berbasis chip atau server seperti *e-money*, *Brizzi*, *Gojek*, *Grab*, *Ovo*, *Dana*, dan *LinkAja*. Berikut ialah gambar mengenai daftar dompet digital yang terbesar di Indonesia tahun 2019-2020 yaitu:



Gambar 1. Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia

Salah satu penerapan GNNT di kota Samarinda adalah dengan elektronifikasi transaksi keuangan pada jalan tol, tempat parkir, dan berbagai sarana lain. Perkembangan elektronifikasi transaksi keuangan di kota Samarinda berkembang dengan pesat. Penggunaan uang elektronik atau yang disebut sebagai *e-money* dengan penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) di Kalimantan tertinggi pada provinsi Kalimantan Timur. Hingga Mei 2021, jumlah merchant QRIS di Kalimantan telah mencapai 339.129 merchant Kalimantan Timur berkontribusi sebesar 36% dari total merchant QRIS di Kalimantan atau sejumlah 123.666 merchant. Urutan berikutnya adalah Kalsel, Kalteng, dan Kaltara berturut-turut sebesar 23%, 22%, 14%

dan 4% (Bank Indonesia, 2021). Berdasarkan spasial, dari 10 kota/kabupaten di Kalimantan Timur, pertumbuhan jumlah merchant tertinggi berasal dari Kota Samarinda, Kota Balikpapan, Kabupaten Kutai Kartanegara, dan Kabupaten Kutai Timur. Persentase dari pertumbuhan tersebut adalah 39,14% dari merchant QRIS berada di Kota Samarinda.



Gambar 2. Perkembangan Jumlah *Merchant* QRIS di Kalimantan Timur

Berdasarkan grafik tersebut menunjukkan bahwa perkembangan *e-money* di provinsi Kalimantan Timur, khususnya di Kota Samarinda berkembang dengan sangat pesat. Program elektronifikasi pembayaran digital digencarkan oleh pemerintah kepada seluruh lapisan masyarakat. Berdasarkan pemaparan tersebut, Kota Samarinda yang merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Timur sekaligus menjadi salah satu kota penyangga calon ibukota baru Republik Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan. Program Gerakan Nasional NonTunai (GNNT) yang dilakukan pemerintah

sudah diterapkan di Kota Samarinda yang membuat masyarakat mulai terbiasa menggunakan *e-money*.

Salah satunya adalah dengan menggunakan *e-money* sehingga tidak perlu memasukkan uang kertas ke dalam saku, dompet telah di digitalkan. Dampak penggunaan *e-money* tidak hanya dapat dirasakan oleh kalangan menengah atas namun sudah menyebar hingga ke pedagang-pedagang kecil. Perkembangan ini turut mempengaruhi sektor berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat, salah satunya adalah gaya hidup.

Sedangkan menurut Minor & Mowen (Muchsin, 2017) memaparkan gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, membelanjakan uangnya, dan mengalokasikan waktu. Dengan banyaknya perubahan-perubahan yang terjadi, segala macam kebutuhan pun menjadi beragam, sehingga untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu seseorang seringkali didorong oleh motif tertentu untuk mendapatkan kebutuhan tersebut. Mendapatkan sesuatu yang diinginkan pada saat ini bukanlah hal yang sulit lagi, dengan berbagai macam fasilitas yang disediakan oleh beberapa lembaga pembiayaan atau perkreditan di kebutuhan dan sesuatu yang diinginkan tersebut dengan mudah didapatkan hanya dalam genggam tangan. Fenomena tersebut dapat mendorong seseorang menjadi konsumtif. Dari fenomena konsumtif yang terjadi pada masyarakat khususnya remaja atau generasi milenial di Kota Samarinda dikarenakan beberapa alasan hal tersebut dipertegas oleh pendapat para ahli sebagai berikut:

Pengertian konsumtif adalah menggunakan barang atau jasa dengan berperilaku berlebihan dan boros dengan lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan dalam

segi prioritas (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.

Sedangkan menurut Heni (2013) menjelaskan bahwa generasi milenial yang berkembang dengan perilaku konsumtif tinggi sebaiknya diimbangi dengan kemampuan finansial yang memadai. Namun, akan terjadi permasalahan apabila kedua hal tersebut tidak seimbang karena banyak banyak tindak kriminal yang telah dilakukan oleh kalangan milenial demi mencapai keinginan mereka. Menurut Wahyudi (2013) menjelaskan pengertian perilaku konsumtif adalah tindakan individu mengonsumsi, menggunakan, memakai sesuatu bukan karena membutuhkan, melainkan karena keinginan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Menurut Rasyid & Lina (dalam Lestariana, et.al, 2017) mengatakan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh tiga aspek yaitu pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan. Selain itu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Chrisnawati & Abdullah (2011) yaitu faktor internal dan eksternal.

Peneliti melakukan *screening* dengan menyebarkan kuesioner *online* yang berlangsung selama 18-19 Juni 2021 pada generasi milenial di Kota Samarinda. Adapun hasil yang diperoleh ialah dari 120 responden yang mengisi kuesioner *screening*, ditemukan fakta sebanyak 119 (99,17%) generasi milenial pernah menggunakan transaksi *e-money* diantaranya ialah sebanyak 80 (66,17%) berjenis

kelamin perempuan dan 39 (32,5%) berjenis kelamin laki-laki. Dapat dilihat pada tabel satu berikut ini:

Tabel 1. Data Screening Penggunaan E-Money Oleh Generasi Milenial di Kota Samarinda

Responden	Jenis Kelamin	Frekuensi pengguna <i>e-money</i>		Persentase	
		Pernah	Tidak Pernah	Pernah	Tidak Pernah
Generasi Milenial Samarinda	Perempuan	80	-	66,67%	-
	Laki-laki	39	1	32,5 %	0,83%
Total		119	1	99,17%	0,83%

Adapun gambaran alasan penggunaan transaksi *e-money* yang pernah dilakukan oleh 119 generasi milenial di Kota Samarinda, dapat dilihat pada tabel dua berikut ini:

Tabel 2. Gambaran Alasan Penggunaan Transaksi E-Money Yang Dilakukan Oleh Generasi Milenial di Kota Samarinda

Alasan menggunakan <i>e-money</i>	Frekuensi pengguna <i>e-money</i>	Persentase
Mudah, Simpel dan Praktis	65	54,63%
Aman, Cepat dan Hemat Waktu	20	16,81%
Efektif dan Efisien	13	10,92%
Menghindari kuman, virus dan bakteri	11	9,24%
Promo diskon dan <i>cashback</i>	7	5,88%
Lain-lainnya	3	2,52%
Total	119	100%

Data di atas diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan pada hari Rabu, 8 September 2021 pada 10 masyarakat Kota Samarinda, dengan data demografis pekerjaan yaitu 2 responden guru, 2 responden ibu rumah tangga, 2 responden karyawan swasta, 2 responden *freelancer* dan 2 responden tenaga kesehatan yang berinisial MF, A, RP, RS, EL, RH, MS, DM, PA, TY dengan rentang usia 20-35 tahun, dari hasil wawancara yang dilakukan dapat diketahui jika mayoritas karyawan

menghabiskan uangnya pada konsumsi makanan setelah pulang kerja atau saat istirahat kerja menggunakan transaksi nontunai seperti aplikasi *delivery* makanan atau lewat *office boy* di kantor, berdasarkan kutipan wawancara dengan RH dirinya mengungkapkan jika: *“Kalau habis pulang kerja atau istirahat sama yang lain suka beli makanan atau minuman soalnya banyak promo jugakan dan ga perlu ke sana langsung untuk membeli makanan kalau ada aplikasi gojek atau grab”*.

Selain itu, 7 karyawan yang diwawancara menyebutkan jika dirinya dapat berbelanja 3 sampai 10 kali dalam sebulan di *online shop* maupun *offline store*, karyawan juga menyebutkan jika dirinya pernah menyesal setelah selesai berbelanja. Berdasarkan kutipan wawancara dengan EL dirinya mengungkapkan jika: *“sering beli makanan karena gak habis karena cuman lapar mata jadi nyesel deh”*. Dan berdasarkan kutipan wawancara dengan responden yang berprofesi sebagai *freelancer* DI dirinya mengungkapkan jika: *“pernah beli sepatu dari Tokopedia tapi pas sampai jauh banget dari gambar, mana bahannya jelek. Jadi nyesel juga main beli-beli aja, padahal gak terlalu perlu”*.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menemukan jika sebagian besar karyawan memilih untuk menggunakan transaksi nontunai karena kemudahan yang ditawarkan meningkatkan minat karyawan untuk berbelanja, adanya perasaan kecewa setelah melakukan pembelian dikarenakan keinginan yang tidak sesuai.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan pada hari Selasa, 6 Juli 2021 terhadap lima masyarakat berumur 25-30 tahun berinisial PL, R, NE, TA, dan AH, dapat diketahui berbelanja langsung di toko maupun *online store* dapat lebih meningkatkan

keinginan untuk mengikuti tren zaman sekarang. Selain itu, tertarik dengan diskon-diskon yang diberikan dari merek tertentu yang dapat dilihat dari *Instagram*, *Shopee*, *Lazada* dan *Zalora*. Sedangkan jika berbelanja di *mall*, banyak pilihan yang dapat dilihat, di memegang secara langsung dan disukai dapat dibeli saat itu juga, berdasarkan kutipan wawancara dengan TA dirinya mengungkapkan jika: “*Senang belanja online kaya di Shopee, bayarnya pakai shopeepay dapat diskon atau cashback dan kalau di mall awalnya hanya jalan-jalan melihat produk eh jadinya beli padahal ga ada rencana mau beli*”.

Berdasarkan hasil *screening* dan wawancara yang dilakukan, peneliti menemukan munculnya perilaku konsumtif pada masyarakat karena kurang mengontrol dirinya dengan baik dalam melakukan pembelian baik secara *online* maupun *offline* dikarenakan diskon yang diberikan oleh toko atau *e-commerce*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chita et, al (2015) bahwa jika seseorang memiliki kontrol diri yang rendah maka ia kurang bisa mengendalikan dirinya ketika melakukan sesuatu. Perilaku konsumtif melalui *e-commerce* berkaitan erat dengan kontrol diri karena pada aplikasi *e-commerce* menghadirkan beberapa fitur dan kemudahan yang dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif seperti diskon, kode promo, maupun pengiriman di hari yang sama dengan pemesanan produk sehingga mahasiswa akan mudah terpengaruh untuk berbelanja (Moser, 2020).

Apabila konsumen mampu mengontrol diri mereka ketika dihadapkan dengan faktor-faktor pemicu perilaku konsumtif, maka risiko kecenderungan berperilaku konsumtif juga bisa dihindari. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh

Sultan, Joireman & Sprott (2012) untuk menguji efek latihan kontrol diri, memperoleh hasil bahwa latihan dalam meningkatkan kontrol diri mampu mengurangi tindakan *impulsive buying* (kecenderungan membeli sesuatu secara spontan). Adanya kontrol diri menjadikan individu dapat memandu, mengarahkan dan mengatur perilakunya dengan kuat yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif (Fatimah, 2013).

Penelitian terkait dengan pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dilakukan oleh Tiona (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, yang artinya jika kontrol dirinya tinggi maka perilaku konsumtif rendah, begitu pula sebaliknya. Penelitian lain dilakukan oleh Nurhaini (2018) yang menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh pada perilaku konsumtif pada siswa SMA Negeri 1 Tanah Grogot.

Rangkaian permasalahan yang telah diuraikan menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kontrol diri. Kontrol diri adalah kemampuan mengarahkan tindakan seseorang dan kemampuan menekan impuls yang ada. Kontrol diri merupakan potensi yang dimiliki individu untuk dikembangkan dan digunakan dalam perjalanan hidupnya, termasuk mengatasi kondisi lingkungan sekitarnya. Adanya kontrol diri dapat mengarahkan, membimbing, dan mengatur tindakan yang pada akhirnya membawa akibat positif (Chaplin dalam Arisandy & Hurriyati, 2017).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arisandy & Hurriyati (2017) mengenai “Hubungan Antara Kontrol Diri dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Hang Tuah Surabaya”. Jenis penelitian

ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kesamaan variabel dengan penelitian ini adalah kontrol diri dan perilaku konsumtif. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Ulayya & Mujiasih (2020) mengenai “Hubungan Antara *Self Control* Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Money* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro”. Kesamaan variabel pada penelitian ini adalah *self control* atau kontrol diri dan perilaku konsumtif pengguna *e-money*. Perbedaan dengan kedua penelitian ini ialah jenis penelitian dilakukan pada masyarakat generasi milenial dan dilakukan di kota Samarinda. Individu lebih mandiri baik dalam hal pemikiran dan ekonomi (Santrock, 2007).

Ditinjau dari penelitian sebelumnya, terdapat dua keunikan pada penelitian ini. Pertama, perbedaan subjek pada penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya adalah generasi milenial pengguna *e-money*. Kedua, lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Samarinda yang tidak ada di penelitian sebelumnya. Sebagai ibukota provinsi Kalimantan Timur sekaligus kota penyangga calon ibukota baru Republik Indonesia yaitu Penajam Paser Utara dan Kutai Kertanegara, Kota Samarinda merupakan salah satu kota yang berkembang dengan pesat. Kota Samarinda merupakan pusat pendidikan, pusat belanja dan hiburan skala nasional, memiliki beragam wisata, serta pembangunan jalan tol pertama di Kalimantan yang menghubungkan kota Samarinda dengan Balikpapan (Rosadi, 2019).

Berdasarkan fakta yang terjadi di atas, objek yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan pada generasi milenial, dikarenakan generasi milenial merupakan generasi yang sangat berpengaruh dalam hal penggunaan internet dan menjadi generasi

yang paling banyak dan marak dalam berbelanja secara *online* maupun *offline*, dan belum ada yang mengadakan penelitian terkait pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial pengguna *e-money* di kota Samarinda. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Dalam Penggunaan E-Money Di Kota Samarinda”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan masalah ke dalam penelitian ini sebagai berikut, apakah ada hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif generasi milenial dalam penggunaan *e-money* di Kota Samarinda?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini yakni untuk mengetahui hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif generasi milenial dalam penggunaan *e-money* di Kota Samarinda.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini disamping bermanfaat bagi penulis yaitu sebagai pengalaman dan berpikir ilmiah, juga dapat memberikan gambaran baru tentang hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif generasi milenial dalam penggunaan

e-money di Kota Samarinda. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan dalam bidang psikologi industri organisasi terutama psikologi konsumen, mengenai kajian tentang kontrol diri dan perilaku konsumtif.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan yang berkaitan dengan kontrol diri dan perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-money* pada generasi milenial di Kota Samarinda.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pemikiran tentang pentingnya kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial dalam penggunaan pembayaran *e-money* dan sebagai bahan acuan bagi mahasiswa dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi kepada generasi milenial khususnya di Kota Samarinda terkait dengan kontrol diri dan perilaku konsumtif. Untuk dapat mencegah perilaku konsumtif berlebihan oleh generasi milenial, tujuan yang ingin dicapai agar generasi milenial memperbaiki gaya hidupnya sehingga akan tercipta suatu keadaan yang seimbang pada finansial generasi milenial pengguna *e-money* khususnya di Kota Samarinda.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Definisi Perilaku Konsumtif

Peter & Paul (2014) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan interaksi dinamis antara pengaruh, kondisi perilaku dan kejadian sekitar lingkungan dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam kehidupan mereka. Menurut Dharmmesta & Handoko (2011) perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumen yang tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan, dimana kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, tanpa mempedulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak.

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan (Yuniarti, 2015). Selain itu, pendapat yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) mengatakan perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan mencapai taraf tidak rasional lagi.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan pembelian yang melekat pada seseorang jika membeli sesuatu di luar kebutuhan yang dilakukan secara tidak rasional dan sifatnya berlebihan karena tidak dapat lagi membedakan keinginan dan kebutuhan. Perilaku konsumtif

dapat dikatakan sebagai tindakan pembelian yang tidak terkontrol, sehingga kontrol diri dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada individu.

2. Aspek-aspek yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Rasyid & Lina (dalam Lestariana, et.al, 2017) menjelaskan perilaku konsumtif memiliki beberapa aspek, yaitu:

a. *Impulsive Buying* (Pembelian Impulsif)

Perilaku membeli produk yang lebih didasari oleh keinginan yang kuat dan hasrat tiba-tiba, dilakukan tanpa ada pertimbangan terlebih dahulu sehingga tidak memikirkan apa yang terjadi kemudian dan biasanya pembelian bersifat emosional.

b. *Wasteful Buying* (Pemborosan)

Perilaku konsumsi yang ditunjukkan dengan kecenderungan tidak memikirkan jumlah uang yang harus dikeluarkan hanya karena untuk memuaskan keinginan.

c. *Non-Rational Buying* (Mencari Kesenangan)

Perilaku konsumsi yang tidak bernilai kebutuhan dan tidak didasari oleh penalaran dan pertimbangan yang matang, tetapi didasarkan untuk memberikan perasaan senang, bangga, percaya diri, diterima dan dihargai oleh lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan pendapat tersebut, aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan karena adanya suatu

keinginan mengkonsumsi secara berlebihan dan perilaku untuk mencapai kepuasan semata.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen sehingga dapat didekati dengan pendekatan teori perilaku konsumen Chrisnawati & Abdullah (2011), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain:

a. Faktor Internal

Faktor internal terdiri dari:

1) Motivasi

Motivasi merupakan suatu konsep yang dipakai untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya. Setiap individu mempunyai motivasi untuk memenuhi kebutuhannya, untuk itu motivasi berpengaruh pada pembelian barang secara berlebihan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2) Proses belajar dan pengalaman

Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tergantung kepada subjek yang diamati. Apabila subjek yang diamati. Apabila subjek membeli barang tidak perlu, maka dapat diikuti oleh konsumen.

3) Kepribadian

Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu. Individu yang sudah memiliki perilaku membeli secara berlebihan akan terus melakukannya.

4) Konsep diri

Konsep diri didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan. Apabila individu melihat diri sendiri dalam keadaan yang tidak baik, maka individu akan berusaha menutupinya dengan membeli barang yang sebenarnya tidak perlu.

5) Keadaan ekonomi

Pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya secara cermat dibandingkan orang yang berekonomi tinggi.

6) Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup senang berbelanja merupakan salah satu contoh gaya hidup yang dianut remaja saat ini, hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal, terdiri dari:

1) Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam kelompok, baik kelompok besar maupun kelompok kecil. Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku konsumtif dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

2) Faktor Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan kelompok-kelompok relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun dalam suatu hierarki dan keanggotaannya mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa. Apabila dalam kelas sosial tersebut terdiri dari anggota-anggota yang memiliki kasta yang tinggi, maka akan terbentuknya perilaku konsumtif pada kelompok tersebut.

3) Faktor Keluarga

Keluarga yaitu unit sosial terkecil yang memberikan contoh fundamental yang utama bagi perkembangan remaja. Keluarga memegang peranan terbesar dan terutama dalam pembentukan individu termasuk perilaku konsumtif.

4) Kelompok Acuan

Suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen. Kelompok acuan menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya baru serta mempengaruhi perilaku, dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek.

Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor perilaku konsumtif yaitu faktor internal yang terdiri dari motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian, konsep diri, keadaan ekonomi, dan gaya hidup, serta faktor eksternal yang terdiri dari faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, dan kelompok acuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kontrol diri pada perilaku konsumtif masuk pada faktor internal.

B. Kontrol Diri

1. Definisi Kontrol Diri

Menurut Sumarwan, et al (2011) mengemukakan kemampuan pengendalian diri konsumen tergantung pada tiga hal, yaitu standar proses pengawasan, dan kapasitas operasional. Menurut Ghufroon & Risnawati (2011) bahwa kontrol diri merupakan suatu aktivitas pengendalian tingkah laku, pengendalian tingkah laku mengandung makna melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak.

Menurut Golfied & Merbaum (Ghufron & Risnawati, 2011) bahwa kontrol diri adalah kemampuan dari dalam diri individu untuk dapat menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilakunya yang nantinya dapat membawa individu tersebut ke arah dengan konsekuensi positif. Jika dalam diri individu memiliki kontrol diri, maka ia akan mampu mengambil tindakan dan keputusan secara efektif agar dapat menghasilkan sesuatu yang diinginkan dan menghindari suatu akibat yang tidak diinginkan.

Menurut Supriatna & Marsela (2019) mengungkapkan kontrol diri sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif serta merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat di lingkungan sekitarnya. Kemampuan kontrol diri yang terdapat pada seseorang memerlukan peranan penting interaksi dengan orang lain dan lingkungannya agar membentuk kontrol diri yang matang, hal tersebut dibutuhkan karena ketika seseorang diharuskan untuk memunculkan perilaku baru dan mempelajari perilaku tersebut dengan baik.

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

2. Aspek-aspek yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Berdasarkan konsep Averill (dalam Nurmala, 2007) terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu:

a. *Behavioral Control* (Kontrol Perilaku)

Merupakan kesiapan atau tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini terbagi menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan, dirinya sendiri atau sesuatu diluar dirinya. Individu yang kemampuan mengontrol dirinya baik akan mampu mengatur perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal. Kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan, yaitu mencegah atau menjauhi stimulus, menempatkan tenggang waktu di antara rangkaian stimulus yang sedang berlangsung, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan mengatasi intensitasnya.

b. *Cognitive Control* (Kontrol Kognitif)

Merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau untuk mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri dari dua komponen, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu 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.

c. *Desicional Control* (Pengendalian Keputusan)

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

Kesimpulan dari aspek-aspek yang disebutkan di atas adalah apabila individu mempunyai kemampuan-kemampuan yang terdapat dalam aspek-aspek tersebut maka individu dapat mengontrol dirinya dengan baik sebaik mungkin, dan individu dapat terhindar dari masalah yang tidak diinginkan.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Menurut Ghufon & Risnawita (2011) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri terdiri dari:

1. Faktor Internal

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orang tua yang menentukan kemampuan mengontrol diri seseorang. Salah satunya yang diterapkan oleh orang tua adalah disiplin, karena sikap disiplin dapat menentukan kepribadian yang baik dan dapat mengendalikan perilaku pada individu. Kedisiplinan yang diterapkan pada kehidupan dapat mengembangkan kontrol diri dan *self directions* sehingga seseorang dapat mempertanggung jawabkan dengan baik segala tindakan yang dilakukan.

4. Jenis-jenis Kontrol Diri

Menurut Block & Block (Ghufon & Risnawati, 2011) ada tiga jenis kualitas kontrol diri, yaitu:

a. *Over control*

Merupakan kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap

stimulus.

b. *Under control*

Merupakan suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsifitas dengan bebas tanpa perhitungan yang matang.

c. *Appropriate control*

Merupakan kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat.

C. Uang Elektronik (*E-Money*)

1. Definisi Uang Elektronik

Menurut Usman (2017) menjelaskan uang elektronik (*Electronic Money*) atau biasa disingkat dengan *e-money* adalah produk nilai uang yang disimpan atau produk prabayar, yang sejumlah dana atau nilai uang disimpan dalam suatu media yang dimiliki konsumen. Nilai elektronik tersebut dibeli oleh konsumen dan tersimpan dalam media elektronik. Uang elektronik menjadi bagian terbesar dari semua uang yang dikeluarkan saat ini. Ini hanyalah versi uang fisik yang tidak dicetak tetapi ditransfer secara elektronik (Dirk, 2017).

Menurut Bank Indonesia (2020) menjelaskan uang elektronik berdasarkan pencatatan data identitas pemegang uang elektronik dapat menjadi dua jenis yaitu uang elektronik *registered* dan *unregistered*. Uang elektronik adalah sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit,
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip,
- c. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Bank Indonesia (2020) bahwa dasar hukum uang elektronik telah diatur dalam:

- 1. Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).
- 2. Surat Edaran Bank Indonesia No.11/11/DASP tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).

2. Manfaat dan Risiko Uang Elektronik

Bank Indonesia (2020) mengemukakan penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran dapat memberi manfaat sebagai berikut:

- a. Memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi-transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai,
- b. Tidak lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang (seperti permen) akibat pedagang tidak mempunyai uang kembalian bernilai kecil (recehan).
- c. Sangat *applicable* untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi, seperti transportasi, parkir, tol, *fast food*, dll.

Bank Indonesia (2020) mengatakan walaupun di satu sisi terdapat beberapa

manfaat dari uang elektronik, tetapi di sisi lain terdapat risiko yang perlu disikapi dengan kehati-hatian dari penggunaanya, seperti:

1. Risiko uang elektronik hilang dan dapat digunakan oleh pihak lain, karena pada prinsipnya uang elektronik sama seperti uang tunai yang apabila hilang tidak dapat diklaim kepada penerbit.
2. Risiko karena masih kurang pahamnya pengguna dalam menggunakan uang elektronik, seperti pengguna tidak menyadari uang elektronik yang digunakan ditempelkan dua kali pada *reader* untuk suatu transaksi yang sama sehingga nilai uang elektronik berkurang lebih besar dari nilai transaksi.

D. Kerangka Berpikir

Belanja menjadi aktivitas yang dianggap menyenangkan bagi sebagian orang, sehingga belanja menjadi aktivitas yang sulit untuk dipisahkan bagi sebagian orang. Di era teknologi kini, terjadi berbagai macam perubahan yang mengubah mental, sikap, komunikasi, struktur bahasa dan gaya hidup. Laju pesat ini diikuti dengan perubahan yang lebih canggih dan praktis seperti penggunaan *e-money* saat berbelanja. Menurut Popovska (2014) uang elektronik merupakan uang yang bisa ditransfer sebagai bentuk pembayaran nontunai dari pembeli ke penjual. Pembayaran nontunai bertujuan sebagai suatu alat pembayaran yang dapat memberikan kemudahan dan kecepatan saat melakukan transaksi karena tidak membutuhkan uang secara fisik dan hanya memerlukan satu kartu untuk melakukan transaksi. Dewi, et al (2017) menjelaskan jika

pembayaran menggunakan *e-money* memiliki keuntungan yaitu *merchant-merchant* tidak perlu menyiapkan uang pecahan kecil untuk kembalian, pengguna tidak perlu membawa banyak uang tunai saat belanja, dan pembayaran akan mudah dilakukan kapanpun.

Berdasarkan data yang dikemukakan oleh Bank Indonesia (2021) pertumbuhan *e-money* di Kalimantan mengalami peningkatan. Peningkatan tinggi berada di provinsi Kalimantan Timur. Ditinjau dari spasial, pertumbuhan pengguna *e-money* tertinggi di provinsi Kalimantan Timur terdapat di kota Samarinda yang merupakan ibukota provinsi tersebut. Hal tersebut disebabkan karena masyarakat di kota Samarinda terkenal dengan perilaku konsumtif yang sangat tinggi.

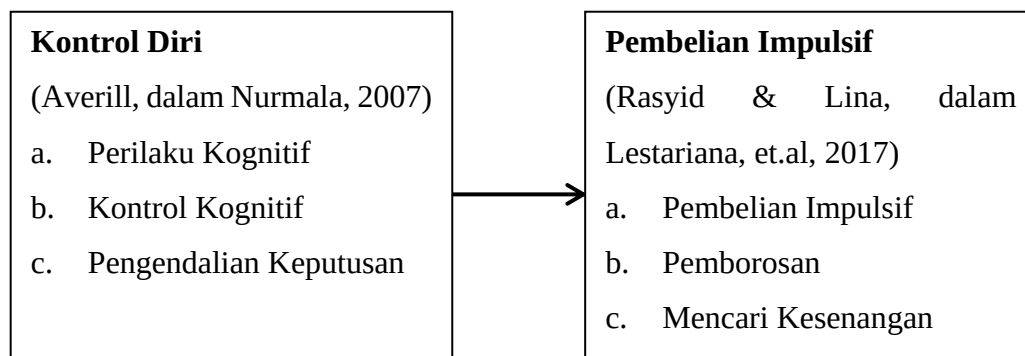
Dalam berbelanja, kontrol diri memiliki peranan penting dalam proses pembelian. Kontrol diri dapat membimbing dan mengatur orang untuk melakukan hal-hal yang positif, termasuk membelanjakan sesuatu (Antonides dalam Fitriana & Koencoro, 2009). Baumeister (2002) menyebutkan jika proses kerja kontrol diri adalah dengan menolak respon yang terbentuk dan menggantinya dengan yang lain. Respon ini terdiri dari penggunaan pemikiran, pengubahan emosi, pengaturan dorongan dan pengubahan tingkah laku.

Berdasarkan penelitian Ulayya & Mujiasih (2020) dapat diketahui jika semakin rendah kontrol diri maka tingkat perilaku konsumtif pengguna *e-money* akan semakin tinggi. Bentuk perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa dengan uang saku yang tergolong tinggi cenderung untuk membelanjakan seluruh uang saku tanpa

memperhatikan skala prioritas dan mengakibatkan pembelian irasional (Lutfiah, Hadi & Rokhmani, 2015).

Ramadani (2016) mengungkapkan bahwa pengeluaran konsumsi dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah perkembangan teknologi, yang mana perkembangan teknologi ini memicu arus transaksi nontunai. Perilaku konsumtif memiliki aspek-aspek antara lain pembelian impulsif, pemborosan, serta mencari kesenangan. Kemudahan dalam penggunaan aplikasi *e-commerce* dapat menunjang perilaku konsumtif pada seseorang (Moser, 2020).

Berdasarkan uraian penelitian di atas penulis menyimpulkan kerangka berpikir pada penelitian ini adalah:



Gambar 3. Kerangka Konsep Penelitian

E. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai suatu jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data terkumpul (Arikunto, 2010). Berdasarkan penjelasan dan fenomena di atas, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- H₀: Tidak ada hubungan pengaruh kontrol diri dengan perilaku konsumtif generasi milenial dalam penggunaan *e-money* di kota Samarinda.
- H₁: Ada hubungan pengaruh kontrol diri dengan perilaku konsumtif generasi milenial dalam penggunaan *e-money* di kota Samarinda.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Azwar (2013) penelitian kuantitatif dijelaskan sebagai suatu penelitian dengan menggunakan analisis yang ditekankan pada angka-angka, data numerikal yang kemudian dilakukan pengolahan dengan menggunakan metode statistika. Metode kuantitatif akan digunakan untuk memperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif disebut sebagai statistik deduktif, yaitu data statistik yang berkaitan dengan mendeskripsikan, menggambarkan, menguraikan data, sehingga dapat dengan mudah dipahami dengan membuat tabel, distribusi frekuensi dan diagram atau grafik. Statistik inferensial disebut sebagai statistik induktif, yaitu data statistik yang berkaitan dengan cara penarikan kesimpulan didasarkan pada data yang diperoleh dari sampel untuk menggambarkan karakteristik dari suatu populasi (Rohmad & Supriyanto, 2015). Desain penelitian statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran kondisi sebaran data kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dan statistik inferensial digunakan untuk mengetahui adanya tidaknya hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif generasi milenial pengguna *e-money*.

B. Identifikasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel menurut Azwar (2013) merupakan suatu konsep mengenai sebuah atribut maupun sifat yang dimiliki oleh subjek penelitian, variabel dapat bervariasi dan dapat diteliti. Berikut ialah rincian variabel pada penelitian ini :

1. Variabel terikat : Perilaku Konsumtif
2. Variabel bebas : Kontrol Diri

C. Definisi Konseptual

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen yang tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan, dimana kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, tanpa mempedulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak (Dharmmesta & Handoko, 2011).

2. Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif serta merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat di lingkungan sekitarnya (Supriatna & Marsela, 2019).

D. Definisi Operasional

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu aktivitas yang sering dilakukan generasi milenial di Kota Samarinda dalam membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sama sekali dengan alasan hanya ikut-ikutan membeli dengan dalih tidak ingin ketinggalan tren padahal yang dibeli tidak dibutuhkan sehingga tidak terpakai dan menjadi mubazir. Perilaku konsumtif ini diungkap dengan metode skala menggunakan aspek-aspek perilaku konsumtif meliputi pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.

2. Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan untuk pengendalian perilaku pada generasi milenial dalam mengelola pikiran yang diinginkan, dan membuat keputusan berdasarkan yang diyakini untuk mencapai hasil ke arah lebih positif ataupun negatif di Kota Samarinda. Kontrol diri ini diungkap dengan metode skala menggunakan aspek-aspek kontrol diri meliputi kontrol perilaku, perilaku kognitif, dan pengendalian keputusan.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2015) menjelaskan jika populasi ialah sekelompok orang terdiri dari subjek dengan karakteristik tertentu ya akan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Harinaldi (2005) melengkapi jika populasi

merupakan kumpulan dari keseluruhan pengukuran baik objek ataupun individu yang sedang dikaji.

Populasi sendiri tidak terbatas pada sekelompok maupun kumpulan orang-orang namun lebih mengacu pada suatu ukuran, hitungan maupun kualitas yang menjadi fokus dari penelitian ini. Jadi, populasi dalam penelitian ini ialah generasi milenial yang melakukan pembayaran dengan menggunakan *e-money* di Kota Samarinda.

2. Sampel

Sampel didefinisikan sebagai wakil populasi yang diteliti. Disebut sampel, apabila hasil survei sampel digeneralisasikan untuk menentukan jumlah sampel (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini didapatkan jumlah sampel sebanyak 150 orang generasi milenial di Kota Samarinda, dengan sistem *try out* sebanyak 50 orang dari hasil teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2015) *purposive sampling* ialah suatu penggunaan teknik yang digunakan untuk mendapatkan sampel yang dibutuhkan dan memiliki kesesuaian dengan tujuan penelitian, *purposive sampling* ialah pemilihan sampel dengan menggunakan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan, pada penelitian ini terdapat beberapa kriteria yang telah ditetapkan, yaitu:

- a) Generasi milenial yang berada dalam usia 21-29 tahun

Pengambilan karakteristik sampel tersebut berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Ahmad W. et, al (2019) bahwa generasi Y dikenal dengan sebutan Generasi Milenial, atau Millenia Generation, yang lahir antara 1977-

1998. Generasi Y di tahun 2008 berusia antara 21 hingga 29 tahun. Mereka sudah berinteraksi dengan teknologi sejak lahir. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan, seperti: e-mail, SMS (*Short Message Service*), *instant messaging*, dan media sosial lainnya seperti *Facebook* dan *Twitter*. Di samping itu, generasi ini juga menyukai *game online*.

b) Merupakan generasi milenial di Kota Samarinda.

Berdasarkan hasil statistik Bank Indonesia (2021) menjelaskan bahwa penggunaan *e-money* di Kalimantan Timur, pertumbuhan jumlah merchant tertinggi berasal dari Kota Samarinda dengan persentase dari pertumbuhan tersebut adalah 39,14% dari merchant QRIS berada di Kota Samarinda.

c) Generasi milenial yang menggunakan uang elektronik/*e-money*.

Generasi milenial dalam kegiatan yang mereka lakukan sehari-hari sering mengandalkan uang elektronik sebagai mekanisme pembayaran diberapa pusat pembelanjaan seperti indomaret dan alfamart. Sehingga, dengan adanya tren penggunaan uang elektronik yang memberi pengaruh terhadap kegiatan harian mereka (Wijaya & Mulyandi, 2021).

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu alat pengukuran atau instrumen. Metode ini menggunakan skala likert untuk memudahkan analisa, maka pertanyaan yang diajukan kepada responden diberi gradasi sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai atau gradasi lain yang sesuai dengan

pernyataan kuesioner (Sugiyono, 2016). Instrumen penelitian yang digunakan ada dua yaitu, skala kontrol diri dan perilaku konsumtif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik uji coba atau *try out* kepada 50 orang generasi milenial di Kota Samarinda. Uji tersebut dilakukan untuk memperoleh ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Menurut Hadi (2004) bahwa uji coba digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dan hanya data dari aitem atau butir sahlah saja yang di analisis.

Penelitian ini menggunakan skala tipe likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Skala yang disusun menggunakan bentuk likert memiliki empat alternatif jawaban. Skala tersebut dikelompokkan dalam pernyataan *favorable* dan *unfavorable* dengan empat alternatif jawaban. Skala pengukuran tersebut diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3. Skala Likert

Jawaban	Skor <i>Favorable</i>	Skor <i>Unfavorable</i>
Sangat Sesuai	4	1
Sesuai	3	2
Tidak Sesuai	2	3
Sangat Tidak Sesuai	1	4

Favorable adalah pernyataan yang berisi hal yang positif dan mendukung mengenai aspek penelitian, sedangkan *unfavorable* adalah pernyataan sikap yang berisi hal negatif dan bersifat tidak mendukung mengenai aspek penelitian. Adapun instrument dalam penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Skala Perilaku Konsumtif

Penelitian ini mengukur variabel perilaku konsumtif menggunakan aspek yang dikemukakan oleh Rasyid & Lina (Lestariana dkk, 2017) yaitu aspek pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan. Skala ini terdiri dari 30 aitem, dengan perincian susunan aitem pada tiap aspek, yang akan dijabarkan melalui tabel *blueprint* sebagai berikut:

Tabel 4. Distribusi Aitem Sebelum Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif

NO	Aspek	Aitem		Total Aitem
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Pembelian Impulsif	1,4,10,19,25	7,13,16,21,28	10
2.	Pemborosan	2,5,11,20,26	8,14,17,22,29	10
3.	Mencari Kesenangan	3,6,12,23,27	9,15,18,24,30	10
Total		15	15	30

Sumber: data primer diolah (2022)

Tabel 5. Distribusi Aitem Setelah Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif (Gugur 8 aitem)

NO	Aspek	Aitem		Total Aitem
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Pembelian Impulsif	1,4,10,19,25	7,16	7
2.	Pemborosan	2,11,20,26	8,14,22,29	8
3.	Mencari Kesenangan	3,6,12,23,27	15,24	7
Total		14	8	22

Sumber: Data Primer diolah (2022)

2. Skala Kontrol Diri

Penelitian ini mengukur variabel kontrol diri menggunakan aspek kontrol diri yang dikemukakan oleh konsep Averill (Nurmala, 2007) yaitu aspek kontrol perilaku, perilaku kognitif, dan pengendalian keputusan. Skala ini terdiri dari 30 aitem, dengan perincian susunan aitem pada tiap aspek, yang akan dijabarkan melalui tabel *blueprint*

sebagai berikut:

Tabel 6. Distribusi Aitem Sebelum Uji Coba Skala Kontrol Diri

NO	Aspek	Aitem		Total Aitem
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Kontrol Perilaku	1,4,10,19,25	7,13,16,21,28	10
2.	Perilaku Kognitif	2,5,11,20,26	8,14,17,22,29	10
3.	Pengendalian Keputusan	3,6,12,23,27	9,15,18,24,30	10
Total		15	15	30

Sumber: Data Primer diolah (2022)

**Tabel 7. Distribusi Aitem Setelah Uji Coba Skala Kontrol Diri
(Gugur 5 aitem)**

NO	Aspek	Aitem		Total Aitem
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Kontrol Perilaku	1,4,10	7,13,16,21,28	8
2.	Perilaku Kognitif	2,11,26	8,14,17,22,29	8
3.	Pengendalian Keputusan	3,6,12,27	9,15,18,24,30	9
Total		10	15	25

Sumber: Data Primer diolah (2022)

G. Uji Validitas dan Realibitas

Validitas dan reliabilitas adalah dua syarat dalam menentukan kualitas alat ukur, sedangkan kualitas akan menentukan baik atau tidaknya suatu penelitian. Berdasarkan dua syarat tersebut, maka alat ukur yang baik dapat mencerminkan keadaan sesungguhnya dari permasalahan yang diteliti.

1. Validitas

Menurut Silalahi (2012) Validitas adalah sejauhmana perbedaan dalam skor pada suatu instrumen (item-item dan kategori respon yang diberikan kepada satu variabel khusus) mencerminkan kebenaran perbedaan antara individu-individu, kelompok-kelompok, atau situasi-situasi dalam variabel yang diketemukan untuk

ukuran. Uji validitas alat ukur bertujuan untuk mengetahui sejauhmana skala yang digunakan mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuannya. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah validitas butir.

Menurut Azwar (2012) validitas butir bertujuan untuk mengetahui apakah butir atau aitem yang digunakan baik atau tidak, yang dilakukan dengan mengkorelasi skor butir total. Uji validitas dilakukan pada masing-masing variabel penelitian. Dalam program SPSS digunakan *Pearson Product Moment Corelation-Bivariate* dan membandingkan hasil uji *Pearson Corelation* dengan r aitem dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung $< r$ total korelasi (0.300) maka aitem dinyatakan tidak valid.

2. Realibitas

Realibilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran tetap konsisten, dapat dipercaya atau dapat diandalkan apabila dilakukan pengukuran terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama (Azwar, 2012). Reliabilitas alat ukur penelitian ini akan diuji menggunakan teknik uji reliabilitas yang dikembangkan oleh Cronbach yang disebut dengan teknik *Alpha Cronbach's*. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dipercaya juga. Apabila data yang memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kalipun diambil tetap akan sama. Ada dua alasan peneliti menggunakan uji *Alpha Cronbach's*, pertama karena teknik ini merupakan teknik pengujian keandalan kuesioner yang paling sering digunakan, kedua dengan melakukan uji *Alpha Cronbach's* maka akan terdeteksi indikator-indikator yang tidak konsisten. Menurut Azwar (2016) hasil pengukuran dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* minimal sebesar 0.600.

Tabel 8. Tingkat Keandalan *Alpha Cronbach's*

Nilai <i>Alpha Cronbach's</i>	Tingkat Keandalan
0.000-0.200	Kurang Andal
>0.200-0.400	Agak Andal
>0.400-0.600	Cukup Andal
>0.600-0.800	Andal
>0.800-1.000	Sangat Andal

H. Uji Hasil Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif terdiri dari 30 butir yang terbagi dalam 3 aspek. Hasil analisis butir didapatkan dari r hitung > dengan validitas 0.300 (Sugiyono, 2016). Berdasarkan hasil analisis butir tersebut, hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 30 butir terdapat 8 butir gugur dan 22 butir valid.

Nama Variabel : Perilaku Konsumtif
 Nama Aspek 1 : Pembelian Impulsif
 Nama Aspek 2 : Pemborosan
 Nama Aspek 3 : Mencari Kesenangan

Tabel 9. Sebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	No Aitem				Jumlah Aitem	
	<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>		Valid	Gugur
	Valid	Gugur	Valid	Gugur		
1	1,4,10,19,25	-	7,16	13,21,28	7	3
2	2,11,20,26	5	8,14,22,29	17	8	2
3	3,6,12,23,27	-	15,24	9,18,30	7	3
Total					22	8

Sumber data Hasil olah SPSS

Tabel 10. Rangkuman Analisis Kesahihan Butir Skala Perilaku Konsumtif (N= 50)

Aspek	Jumlah Butir			R Terendah – Tertinggi	Sig Terendah - Tertinggi
	Awal	Gugur	Sahih		
1	10	3	7	0.334 – 0.749	0.018 – 0.000
2	10	2	8	0.305 – 0.625	0.031 – 0.000
3	10	3	7	0.325 – 0.668	0.021 – 0.000

Sumber data Hasil olah SPSS

Uji keandalan yang dilakukan dengan teknik *Alpha Cronbach's* diperoleh dari nilai alpha sebesar $0.614 > 0.600$ pada skala perilaku konsumtif dapat dinyatakan andal.

Tabel 11. Tabel *Alpha Cronbach's* Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif

Variabel	Alpha
Perilaku Konsumtif	0.644

Sumber data Hasil olah SPSS

2. Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri terdiri dari 30 butir yang terbagi dalam 3 aspek. Hasil analisis butir didapatkan dari r hitung $>$ dengan validitas 0.300 (Sugiyono, 2016). Berdasarkan hasil analisis butir tersebut, hasil uji validitas menunjukkan bahwa dari 30 butir terdapat 5 butir gugur dan 25 butir valid.

Nama Variabel : Kontrol Diri

Nama Aspek 1 : Kontrol Perilaku

Nama Aspek 2 : Perilaku Kognitif

Nama Aspek 3 : Pengendalian Keputusan

Tabel 12. Sebaran Aitem Skala Kontrol Diri

Aspek	No Aitem				Jumlah Aitem	
	<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>		Valid	Gugur
	Valid	Gugur	Valid	Gugur		
1	1,4,10	19,25	7,13,16,21,28	-	8	2
2	2,11,26	5,20	8,14,17,22,29	-	8	2
3	3,6,12,27	23	9,15,18,24,30	-	9	1
Total					25	5

Sumber data Hasil olah SPSS

Tabel 13. Rangkuman Analisis Kesahihan Butir Skala Kontrol Diri (N= 50)

Aspek	Jumlah Butir			R Terendah – Tertinggi	Sig Terendah – Tertinggi
	Awal	Gugur	Sahih		
1	10	2	8	0.396 – 0.717	0.004 – 0.000
2	10	1	9	0.369 – 0.760	0.008 – 0.000
3	10	1	9	0.340 – 0.755	0.016 – 0.000

Sumber data Hasil olah SPSS

Uji keandalan yang dilakukan dengan Teknik *Alpha Cronbach's* diperoleh dari nilai alpha sebesar $0.840 > 0.600$ pada skala kontrol diri dapat dinyatakan andal.

Tabel 14. Tabel *Alpha Cronbach's* Uji Coba Skala Kontrol Diri

Variabel	Alpha
Kontrol Diri	0.786

Sumber data Hasil olah SPSS

I. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Uji korelasi *product moment* adalah teknik analisis statistik untuk menguji hipotesis yang berorientasi korelatif dengan tujuan melihat hubungan suatu variabel bebas yaitu perilaku konsumtif dengan variabel terikat kontrol diri. Sebelum dilakukan uji korelasi *product moment* terlebih dahulu akan diadakan uji asumsi yang terdiri dari:

1. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data antara lain dapat dilakukan dengan membandingkan probabilitas nilai *Kolmogorov-Smirnov* dengan sebesar 0.05 (5%). Apabila probabilitas nilai koefisien > 0.05 maka dapat berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai koefisien < 0.05 maka tidak dapat berdistribusi normal (Santoso, 2018).

2. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya hubungan antaran kedua variabel. Jika nilai signifikansi *deviation from linearity* $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara Variabel X dan Variabel Y. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) versi 25.0 for windows.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Individu yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah generasi milenial di Kota Samarinda dengan jumlah 100 orang. Adapun distribusi subjek penelitian berdasarkan usia disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 15. Distribusi Subjek Berdasarkan Usia

Aspek	Usia	Frekuensi	Persentase
Usia	21 Tahun	11	11%
	22 Tahun	9	9%
	23 Tahun	7	7%
	24 Tahun	29	29%
	25 Tahun	16	16%
	26 Tahun	9	9%
	27 Tahun	2	2%
	28 Tahun	2	2%
	29 Tahun	15	15%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa subjek dalam penelitian ini didominasi oleh generasi milenial di Kota Samarinda dengan usia 24 tahun yaitu sebanyak 29 orang atau sebanyak 29%. Kemudian distribusi subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 16. Distribusi Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Aspek	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	35	35%
	Perempuan	65	65%
Total		100	100%

Data yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 orang responden. Berdasarkan tabel diatas jenis kelamin responden pada tabel tersebut diperoleh bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan jenis kelamin laki-laki. Jenis kelamin perempuan berjumlah 65 orang (65%) sedangkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 35 orang (35%). Selanjutnya distribusi subjek penelitian berdasarkan pekerjaan disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 17. Distribusi Subjek Berdasarkan Pekerjaan

Aspek	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
Pekerjaan	Wiraswasta	4	4%
	Mahasiswa	40	40%
	Pegawai Swasta	12	12%
	Ibu Rumah Tangga	5	5%
	Pegawai BUMN	13	13%
	<i>Freelancer</i>	6	6%
	Guru	8	8%
	Perawat	3	3%
	Tidak Bekerja	7	7%
	Tentara	1	1%
	Polisi	1	1%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa subjek dalam penelitian ini didominasi oleh generasi milenial di Kota Samarinda dengan pekerjaan sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 40 orang atau sebanyak 40%. Selain itu, adapula distribusi

subjek penelitian berdasarkan aplikasi *e-money* yang paling sering digunakan yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 18. Distribusi Subjek Berdasarkan Aplikasi *E-Money* Yang Paling Sering Digunakan

Aspek	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
Aplikasi <i>E-Money</i>	Dana	32	32%
	Shopeepay	10	10%
	Link aja	17	17%
	Ovo	8	8%
	M-Banking	5	5%
	Gopay	28	28%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa subjek dalam penelitian ini didominasi oleh generasi milenial di Kota Samarinda dengan aplikasi *e-money* yang paling sering digunakan yaitu aplikasi Dana sebanyak 32 orang atau sebanyak 32%.

2. Uji Deskriptif

Deskripsi data digunakan untuk menggambarkan kondisi sebaran data kontrol diri dan perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Samarinda. Mean empirik dan mean hipotetik diperoleh dari respon subjek penelitian melalui dua skala penelitian yaitu skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri. Mean empirik dan standar deviasi empirik diperoleh dari hasil perhitungan melalui program SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) versi 25.0 *for windows*. Setiap skor mean empirik yang lebih tinggi dari mean hipotetik dapat dianggap sebagai indikator tingginya keadaan kelompok subjek pada variabel yang diteliti, demikian juga sebaliknya. Kaidah untuk mendapatkan status pada rerata empirik dan rerata hipotetik adalah:

- a. Apabila nilai mean empirik $>$ mean hipotetik, maka statusnya tinggi.
- b. Apabila nilai mean empirik $<$ mean hipotetik, maka statusnya rendah

Berikut mean empirik dan mean hipotetik penelitian ini:

Tabel 19. Mean Empirik dan Mean Hipotetik

Variabel	Mean Empirik	SD Empirik	Mean Hipotetik	SD Hipotetik	Keterangan
Perilaku Konsumtif	56.98	7.86	55	11	Tinggi
Kontrol Diri	71.56	8.80	65	13	Tinggi

Berdasarkan tabel, dapat diketahui gambaran keadaan sebaran data pada subjek penelitian secara umum pada generasi milenial di Kota Samarinda. Berdasarkan hasil pengukuran melalui skala perilaku konsumtif yang telah terisi diperoleh mean empirik 56.98 lebih tinggi dari mean hipotetik 55 dengan kategori tinggi. Hal ini membuktikan bahwa subjek berada pada kategori perilaku konsumtif yang tinggi. Adapun sebaran frekuensi data skala perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

Tabel 20. Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif

Interval kecenderungan	Skor	Kategori	F	Persentase
$X \geq M + 1.5 \text{ SD}$	≥ 72	Sangat Tinggi	3	3%
$M + 0.5 \text{ SD} < X < M + 1.5 \text{ SD}$	59-71	Tinggi	23	23%
$M - 0.5 \text{ SD} < X < M + 0.5 \text{ SD}$	46-58	Sedang	68	68%
$M - 1.5 \text{ SD} < X < M - 0.5 \text{ SD}$	33-45	Rendah	6	6%
$X \leq M - 1.5 \text{ SD}$	≤ 32	Sangat Rendah	0	0%

Berdasarkan kategorisasi pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa sebagian besar subjek yang memiliki rentang nilai skala perilaku konsumtif berada pada kategori sedang

dengan nilai 46 sampai dengan 58 dan memiliki frekuensi sebanyak 68 orang atau 68%. Hal ini menjelaskan bahwa subjek penelitian ini memiliki perilaku konsumtif yang sedang.

Pada skala kontrol diri dapat diketahui gambaran keadaan sebaran data pada subjek penelitian secara umum berdasarkan hasil pengukuran skala kontrol diri yang telah terisi diperoleh mean empirik 71.56 lebih tinggi dari mean hipotetik 65 dengan kategori tinggi. Hal ini membuktikan bahwa subjek penelitian berada pada kategori kontrol diri yang tinggi. Adapun sebaran frekuensi data skala kontrol diri adalah sebagai berikut:

Tabel 21. Kategorisasi Skor Kontrol Diri

Interval kecenderungan	Skor	Kategori	F	Persentase
$X \geq M + 1.5 \text{ SD}$	≥ 89	Sangat Tinggi	3	3%
$M + 0.5 \text{ SD} < X < M + 1.5 \text{ SD}$	73-82	Tinggi	38	38%
$M - 0.5 \text{ SD} < X < M + 0.5 \text{ SD}$	57-72	Sedang	56	56%
$M - 1.5 \text{ SD} < X < M - 0.5 \text{ SD}$	41-56	Rendah	3	3%
$X \leq M - 1.5 \text{ SD}$	≤ 40	Sangat Rendah	0	0%

Berdasarkan kategorisasi pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa sebagian besar subjek yang memiliki rentang nilai skala kontrol diri berada pada kategori sedang dengan antara 57 sampai dengan 72 dan memiliki frekuensi sebanyak 56 orang atau 56%. Hal ini menjelaskan bahwa subjek penelitian ini memiliki kontrol diri yang sedang.

3. Hasil Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu bentuk pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Selanjutnya uji normalitas penelitian ini dapat dilihat melalui tabel berikut.

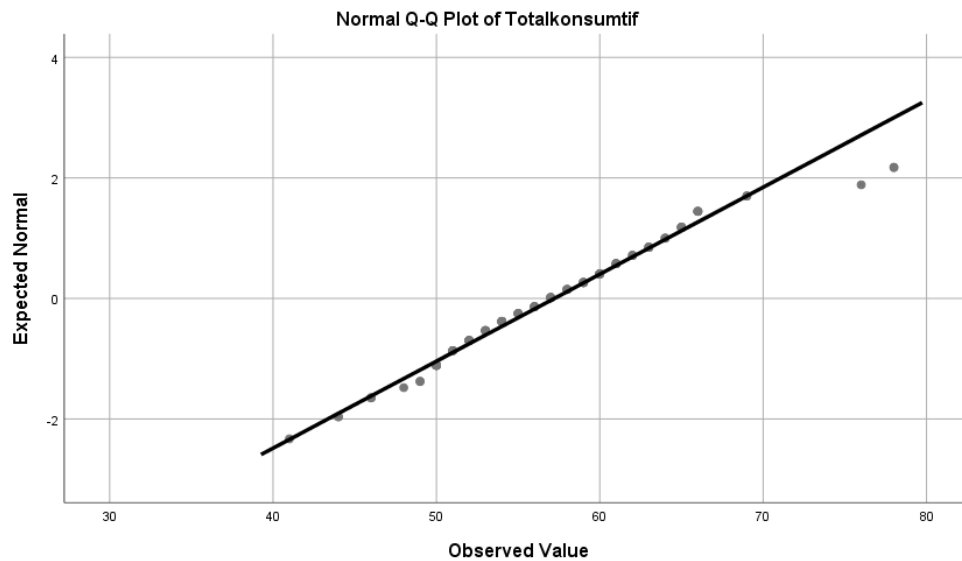
Tabel 22. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogrov-Smirnov Z	P	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0.059	0.200	Normal
Kontrol Diri	0.077	0.154	Normal

Sumber: Hasil olah data SPSS hal 91

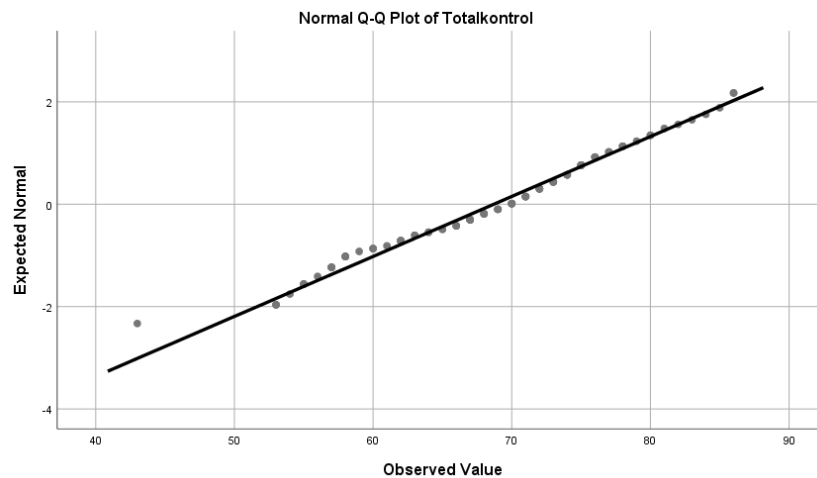
Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa kaidah yang digunakan yaitu nilai $p > 0.05$, dengan nilai p pada variabel perilaku konsumtif sebesar 0.059 dinyatakan normal dan nilai p pada variabel kontrol diri sebesar 0.080. Hal ini menunjukkan bahwa dari kedua variabel memiliki data yang terdistribusi atau dapat dikatakan asumsi normalitas terpenuhi.

Selanjutnya untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, dapat dilakukan dengan melihat grafik normal probability plot. Berikut ini adalah gambar normal *Q-Q Plot* masing-masing variabel hasil keluaran SPSS versi 25.0 *for windows*.



Gambar 4. Q-Q Plot Perilaku Konsumtif

Berdasarkan gambar 4, terlihat bahwa sebaran data variabel perilaku konsumtif berada di sekitar garis uji yang mengarah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.



Gambar 5. Q-Q Plot Kontrol Diri

Berdasarkan gambar 5, terlihat bahwa sebaran data variabel kontrol diri berada di sekitar garis uji yang mengarah ke kanan atas. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji asumsi linearitas dilakukan untuk mencari persamaan garis regresi variabel bebas x terhadap variabel terikat y (Gunawan, 2013). Adapun kaidah yang digunakan dalam uji linearitas adalah apabila nilai *deviation from linearity* $p > 0.05$ dan nilai F hitung $< F$ tabel pada taraf signifikansi 5% atau 0.05, maka hubungan dinyatakan linear (Gunawan, 2013). Berikut hasil uji linearitas antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 23. Hasil Uji Linearitas

Variabel	F Hitung	F Tabel	P	Keterangan
Kontrol Diri (X) – Perilaku Konsumtif (Y)	1.624	3.939	0.051	Linear

Sumber: Hasil olah data SPSS hal 92

Berdasarkan tabel tersebut dikehui bahwa hasil uji asumsi linearitas antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif menunjukkan nilai F hitung $< F$ tabel yang artinya terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif yang mempunyai nilai *deviant from linierity* F hitung = 1.624 dan $p = 0.051 > 0.05$ yang berarti pengaruhnya dinyatakan linear.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Analisis korelasi (*r*) *pearson product moment* bertujuan untuk mengetahui arah dan kekuatan suatu hubungan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui arah hubungan dapat mengacu pada tanda +/- yang tertera pada nilai koefisien *r*; nilai koefisien *r* bertanda positif memiliki arti hubungan searah sedangkan yang bertanda negatif memiliki arti hubungan dua arah atau arah yang berlawanan (Schumacker & Tomek, 2013).

Tabel 24. Pedoman Menentukan Kekuatan Hubungan Antar Variabel

Rentang Nilai	Interpretasi
0,000 – 0,199	Sangat rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat kuat

Ada dua kriteria penilaian yang digunakan dalam pengujian hipotesis ini, yaitu: hubungan dikatakan signifikan apabila nilai *r* hitung > *r* tabel pada taraf kesalahan 5 % dan nilai *Sig.* < 0,05. Dari hasil analisis korelasi (*r*) *pearson product moment* antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif diperoleh nilai *r* hitung (-0,977) > *r* tabel (0,164) dengan taraf signifikansi 0,000 (*p* < 0,05). Artinya ada hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Kekuatan yang dihasilkan kedua variabel tersebut (0,977) masuk dalam kategori sangat kuat. Hasil analisis *pearson product moment* dapat dilihat pada tabel 25.

Tabel 25. Tabel Korelasi *Pearson Product Moment*

Variabel	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
Perilaku Konsumtif-Kontrol Diri	-0,977	0,164	0,004	Hipotesis diterima

Sumber: Hasil olah data SPSS hal 93

b. Hasil Uji Hipotesis Korelasi Parsial

Kaidah yang digunakan untuk uji analisis korelasi parsial adalah jika nilai t hitung $> t$ tabel pada taraf signifikansi 0.05, dan nilai $p < 0.05$, maka memiliki hubungan positif dan signifikan. Jika memenuhi kedua kaidah, namun terdapat tanda negatif (-) di depan angka, maka memiliki hubungan negatif dan signifikan. Sementara itu, jika nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai $p > 0.05$, maka tidak memiliki hubungan yang signifikan. Adapun masing-masing hasil uji hipotesis tambahan tersebut diuraikan sebagai berikut.

Tabel 26. Hasil Uji Analisis Korelasi Parsial Terhadap Pembelian Impulsif (Y_1)

Faktor	Beta	T Hitung	T Tabel	P
Kontrol perilaku (X_1)	-0.230	-2.281	1.661	0.023
Perilaku Kognitif (X_2)	0.287	2.778	1.661	0.004
Pengendalian Keputusan (X_3)	-0.023	-0.285	1.661	0.819

Sumber: Hasil olah data SPSS Hal 93

Pada tabel 26, dapat disimpulkan bahwa aspek kontrol perilaku (X_1) terhadap pembelian impulsif (Y_1) memiliki hubungan negatif signifikan terhadap aspek pembelian impulsif, dan pada aspek kontrol kognitif (X_2) memiliki hubungan positif signifikan terhadap aspek pembelian impulsif (Y_1). Namun pada aspek pengendalian keputusan (X_3) tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap pembelian impulsif (Y_1).

Tabel 27. Hasil Uji Analisis Korelasi Parsial Terhadap Pemborosan (Y₂)

Faktor	Beta	T Hitung	T Tabel	P
Kontrol perilaku (X ₁)	-0.105	-1.037	1.661	0.302
Perilaku Kognitif (X ₂)	0.007	0.068	1.661	0.946
Pengendalian Keputusan (X ₃)	-0.022	-0.215	1.661	0.830

Sumber: hasil olah data SPSS Hal 94

Pada tabel 27, dapat disimpulkan bahwa aspek kontrol perilaku (X₁), kontrol kognitif (X₂), pengendalian keputusan (X₃) tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap pemborosan (Y₂).

Tabel 28. Hasil Uji Analisis Korelasi Parsial Terhadap Mencari Kesenangan (Y₃)

Faktor	Beta	T Hitung	T Tabel	P
Kontrol perilaku (X₁)	-0.202	-2.022	1.661	0.046
Perilaku Kognitif (X ₂)	0.003	0.033	1.661	0.974
Pengendalian Keputusan (X ₃)	-0.123	-1.214	1.661	0.228

Sumber: Hasil olah data SPSS Hal 94

Pada tabel 28, dapat disimpulkan bahwa aspek kontrol perilaku (X₁) memiliki hubungan negatif signifikan terhadap aspek mencari kesenangan (Y₃), namun pada aspek kontrol kognitif (X₂) dan pengendalian keputusan (X₃) tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap mencari kesenangan (Y₃).

B. Pembahasan

Hasil penelitian diketahui terdapat hubungan secara negatif dan signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Samarinda. Nilai derajat kekuatan hubungan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,977 berada pada kategori “Sangat Kuat” (Sugiyono, 2007). Hal ini memiliki arti bahwa jika seseorang memiliki kontrol diri yang tinggi, maka akan menimbulkan rendahnya perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Mardianto (2021) menyatakan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang artinya semakin baik atau positif kontrol diri yang dimiliki siswa maka semakin jarang seseorang tersebut berperilaku konsumtif dan begitu pula sebaliknya.

Kontrol diri yang baik akan menghasilkan pola pikir yang baik dalam mengambil keputusan, dan tentunya juga akan mampu menyesuaikan diri dengan pengaruh-pengaruh sosial yang ada disekitarnya terutama perilaku konsumtif bagi generasi milenial dalam penggunaan *e-money*. Seseorang yang memiliki kontrol diri yang baik akan dapat mengendalikan diri dengan baik mengelola keuangan, mengendalikan perilaku, mengendalikan pikiran, serta mengantisipasi suatu kejadian dan membuat keputusan yang tepat. Individu dengan kontrol yang tinggi tidak akan mudah terpengaruh oleh perilaku konsumtif membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan hal yang rasional hanya demi kepuasan keinginan dan kenyamanan fisik yang besar dengan membeli barang atau jasa yang tidak diperlukan.

Kemudian penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Setyawati (2022) yang dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa semakin tinggi kontrol diri seseorang pada bidang manajemen keuangan akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya. Kontrol diri dalam mengelola keuangan pribadi adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh semua kalangan, terutama bagi generasi milenial untuk kegiatan aktif dan produktifnya. Kontrol diri ini akan memudahkan generasi milenial khusus di Kota Samarinda untuk membuat pilihan keputusan keuangan yang bijak dan mengontrol pengeluaran keuangan dengan tepat.

Berdasarkan hasil uji deskriptif pengukuran melalui skala perilaku konsumtif dan kontrol diri yang telah terisi diketahui bahwa generasi milenial di Kota Samarinda memiliki kontrol diri yang tinggi sehingga lebih memungkinkan bagi mereka untuk melakukan perilaku konsumtif. Individu dengan tingkat kontrol diri yang lebih baik diharapkan lebih selektif dalam menentukan, pilihan produk mana yang akan dikonsumsi dan memprioritaskan kebutuhannya serta menyesuaikan dengan kemampuan masing-masing individu, namun penelitian ini menghasilkan hasil yang berbeda dari teori yang ada. Usman & Izhari (2020) menyatakan bahwa pemenuhan kebutuhan yang berlebihan menyebabkan manusia menjadi konsumtif, hal ini didasarkan pada keinginan dan bukan kebutuhan yang mereka akan rela melakukan dan mengorbankan berbagai hal demi memilikinya. Pola hidup konsumtif banyak dijumpai di kalangan generasi muda yang orientasinya diarahkan pada kesenangan dan

kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan salah satunya pada generasi milenial di Kota Samarinda.

Berdasarkan hasil analisis dan hasil penelitian sebelumnya sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan terhadap subjek berinisial DI yang mengaku sangat senang berbelanja apa saja yang menjadi keinginannya, memanfaatkan potongan diskon dari *e-wallet* yang dimilikinya. Subjek mengaku setelah berbelanja mengaku menyesal karena barang yang dibeli tidak terlalu dibutuhkan dan tidak jarang hanya menjadi sebuah pajangan. Subjek menuturkan bahwa pengendalian dirinya dalam pembelian barang masih kurang sehingga harus subjek perlu mengantisipasinya dengan mengatur strategi agar perilaku konsumtifnya tidak berlanjut secara terus-menerus berulang.

Selanjutnya, hasil uji analisis korelasi *product moment* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah H_1 diterima dan H_0 ditolak, hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Arum & Khoirunnisa (2021) menyatakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kontrol diri. Kontrol diri dapat membantu individu dalam mengendalikan perilaku untuk mengambil keputusan pembelian melalui adanya pertimbangan terhadap barang yang akan di beli.

Berdasarkan hasil analisis korelasi parsial, menunjukkan bahwa aspek pembelian impulsif memiliki hubungan secara negatif dan signifikan terhadap aspek kontrol perilaku. Artinya, semakin tinggi kontrol perilaku maka akan semakin rendah

pembelian impulsif pada generasi milenial di Kota Samarinda. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Halim, et. al (2020) yang dalam penelitiannya didapatkan hasil bahwa kontrol perilaku mempengaruhi pembelian impulsif, dimana semakin tinggi kontrol perilaku maka akan semakin rendah pembelian impulsif begitupun sebaliknya. Dalam penelitiannya tersebut mengungkapkan bahwa pembelian impulsif terjadi juga disebabkan *e-wallet*. Munculnya *e-wallet* meningkatkan aktivitas jual beli oleh sebab itu individu akan semakin terdorong untuk membeli secara *online* dan semakin sering melakukan pembelian.

Selanjutnya hasil analisis korelasi parsial, menunjukkan bahwa aspek perilaku kognitif memiliki hubungan secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Penelitian ini menghasilkan hasil yang berbeda dari teori yang ada. Sesuai hasil wawancara, subjek bernisial EL yang mengaku secara sadar dan senang membeli barang yang disukai. Subjek mengaku mengoleksi barang kesukaan yang dibeli merupakan reward yang diberikan untuk dirinya sendiri. Artinya semakin tinggi kontrol kognitif maka akan semakin tinggi pembelian impulsif pada generasi milenial di Kota Samarinda. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahra & Anoraga (2021) dengan 70 sampel penelitian yaitu 70 Mahasiswa dengan usia lebih dari 21 Tahun. Pada penelitiannya tersebut menyatakan bahwa semakin dewasa seseorang, semakin memicu kebutuhannya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Selanjutnya dalam penelitiannya tersebut ditemukan hasil bahwa ketika

seseorang memiliki kemampuan berpikir kognitif yang baik, maka perilaku konsumtifnya pun semakin tinggi.

Berdasarkan hasil analisis korelasi parsial, menunjukkan bahwa aspek mencari kesenangan memiliki hubungan negatif signifikan terhadap kontrol perilaku. Artinya semakin tinggi kontrol perilaku maka akan semakin rendah mencari kesenangan pada generasi milenial di Kota Samarinda. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chen & Zang (2015) yang dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa kontrol perilaku berpengaruh terhadap mencari kesenangan. Dalam penelitiannya tersebut kontrol perilaku memberikan efek secara tidak langsung terhadap pembelian nonrasional dan hasil penelitiannya tersebut bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang pembelian *online* impulsif.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Samarinda. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kontrol diri terhadap generasi milenial maka akan semakin rendah perilaku konsumtif pada generasi tersebut, demikian sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif pada generasi milenial.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah subjek yang digunakan dalam penelitian hanya seratus orang, jumlah ini masih kurang efektif untuk menggambarkan perilaku konsumtif dalam penggunaan *e-money* secara umum. Kemudian keterbatasan lain ketika mencari subjek yang memiliki kriteria yang sesuai dengan kebutuhan

penelitian ini. Selain itu, dalam pengisian skala yang dilakukan oleh responden tidak diawasi oleh peneliti sehingga kurang mendapatkan hasil yang maksimal.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif generasi milenial dalam penggunaan *e-money* di Kota Samarinda.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan hasil yang diperoleh, maka dengan ini penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada generasi milenial di Kota Samarinda, disarankan untuk senantiasa meningkatkan dan mempertahankan kontrol diri yang dimiliki untuk menekan atau mengurangi perilaku konsumtif dengan membuat skala prioritas agar lebih terkontrol dalam pembelian barang, mana yang merupakan kebutuhan dan mana yang hanya sebuah keinginan.
2. Kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti variabel lain yang memengaruhi perilaku konsumtif seperti keadaan ekonomi, dan gaya hidup.
3. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah subjek serta memperluas cakupan subjek agar hasil penelitian dapat digeneralisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad W, R. W, et. al (2019). Potret generasi milenial pada era evolusi industri 4.0. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 187-197. Diakses dari: <https://jurnal.unpad.ac.id/focus/article/view/26241/0>.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Arisandy, D., & Hurriyati, D. (2017). Hubungan antara kontrol diri dengan impulsive buying pada mahasiswa fakultas psikologi di perguruan tinggi wilayah Palembang yang melakukan belanja online. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Kesehatan*, 3(1), 31-39.
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi pengguna e-commerce shopee. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92-102.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. (2013). *Sikap manusia: teori dan pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. (2015). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. (2016). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bank Indonesia. (2017). "Apa Itu Elektronifikasi". Diakses 12 September 2021 dari <https://www.bi.go.id/id/fungsi/utama/sistem/pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>.
- _____. (2020). *Departemen komunikasi: apa itu uang elektronik*. Diakses 7 Juli 2021, dari <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>.
- _____. (2021). *Statistik sistem pembayaran: jumlah uang elektronik yang beredar*. Diakses 6 Juli 2021, dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/ssp/uang-elektronik-jumlah.aspx>.
- _____. (2021). *Laporan Perekonomian Provinsi Kalimantan Timur*. Samarinda: Tutuk S. H. Cahyono. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Documents/Laporan%20Perekonomian%20Provinsi%20Kalimantan%20Timur%20Mei%202021.pdf>.

- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: self-disclosure failure, impulsive purchasing and customer behavior. *Journal of consumer research*, 28(4), 670-676.
- Chen, Y., & Zhang, L. (2015). Influential factors for online impulse buying in China: A model and its empirical analysis. In Proceedings of the International Conference on e-Learning, e-Business, Enterprise Information Systems, and e-Government (EEE) (p. 45). *The Steering Committee of The World Congress in Computer Science, Computer Engineering and Applied Computing (WorldComp)*.
- Chita, R.C.M., 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*, 3(1), 297-302.
- Chrisnawati, D., & Abdullah, S. R. (2011). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian. *Jurnal Spirits*, 2(1), 1-14.
- Dewi, N., Rusdarti., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29-35.
- Diba, D. S. (2013). Peranan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja berdasarkan perbedaan jenis kelamin di samarinda. *Jurnal Psikoborneo*, 1(3), 185-191.
- Dirk, H. F. (2017). How tracking of electronic money might improve financial market crisis intervention. *Journal Management*, 12 (4), 301–31.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2011). *Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPEE.
- Fatimah, E. (2006). *Psikologi perkembangan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ghufron, M. N & Risnawita S. R. (2010). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Teori dan Praktik. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- _____. (2011). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Madia
- Hadi, S. (2004). *Penelitian research*. Yogyakarta: BPFE.
- Halim, E., Januardin, R., & Hebrard, M. (2020, August). The impacts of e-payment system and impulsive buying to purchase intention in e-commerce. *In 2020*

International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech) (pp. 847-852). IEEE.

_____. (2016). *Metode research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Lestariana, et, al. (2017). Perilaku konsumtif dikalangan remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 2(2), 1-6.

Lingga, M. A. (2019, Maret). *Ada 37 uang elektronik yang ada di Indonesia, apa saja?* Kompas.com. Diakses dari: <https://money.kompas.com/read/2019/03/23/063000326/ada-37-uang-elektronik-yang-ada-di-indonesia-apa-saja>.

Muchsin. (2017). Pengaruh gaya hidup terhadap kepuasan konsumen blackberry di kecamatan dewantara kabupaten aceh utara. *Jurnal Visioner dan Strategis*, 6(1), 85-89.

Nurhaini, D. (2018). Pengaruh konsep diri dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget. *Psikoborneo*, 6(1), 92-100.

Nurmala. S. 2007. *Hubungan antara kematangan beragama dengan kontrol diri pada siswa madrasah labuhan bilik*. Skripsi (tidak diterbitkan). Medan: Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Ramadani, L. (2016). Pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (emoney) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 1-8.

Rohmad, H., & Supriyanto (2015). *Pengantar statistika*. Yogyakarta: Kalimedia.

Rosadi, S. (2019). 6 keunggulan samarinda yang akan jadi penyangga ibu kota. Diakses tanggal 12 September 2021 dari <https://www.liputan6.com/news/read/4050895/6-keunggulan-samarinda-yang-akan-jadi-penyangga-ibu-kota>.

Santrock, J. W. (2005). *Adolescence*. Jakarta: Erlangga.

Setyawati, I. (2022). Consumptive behavior and self-efficacy towards financial management with financial literacy as an intervening variable. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(1), 3157-3169.

_____. (2007). *Remaja (Edisi Kesebelas)*. Jakarta: Erlangga.

- Sultan, A., Joireman, J., & Sprott, D. (2012). Building consumer self-control: the effect of self-control exercises on impulse buying urges. *Marketing Letters*. DOI: 23. 61-72. 10.1007/s11002-011-9135-4.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mix methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, et al. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Supriatna, Mamat, & Marsela, R. D. (2019). Kontrol diri: definisi dan faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone. A. L. (2004). High self-disclosure predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of personality*, 72(2), 271-322.
- Tiona, D. (2019). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja online mahasiswa. (Skripsi). Diakses dari: <http://repository.unj.ac.id/3057/1/skripsi%20lengkap.pdf>.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa fakultas psikologi universitas diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271–279. Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/28950/24528>.
- Usman, R. (2017). Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran. *Jurnal Yuridika*. 32 (1), 134-166.
- Usman, O., & Izhari, N. (2020). The effect of family environment, peers, self-control and financial literacy on consumptive behavior of students. *Peers, Self-Control and Financial Literacy on Consumptive Behavior of Students* (June 30, 2020).
- Utami, C.W. (2010). *Manajemen ritel: strategi dan implementasi operasional bisnis ritel modern di indonesia*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Wahyudi. 2013. Tinjauan tentang perilaku konsumtif remaja pengunjung mall samarinda central plaza. *eJournal Sosiologi*, 4(1), 26-36. Diakses dari <http://ejournal.sos.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2013/11/Jurnal%20wahyudi%20PDF%20%2811-07-13-07-45-39%29.pdf>.

- Wijaya, C., & Mardianto, M. A. P. (2021). The effect of self-control and conformity on student consumptive behavior of ar-rahman sma medan year 2020. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 1-10.
- Wijaya, E., & Mulyandi, M. R. (2021). Tren penggunaan uang elektronik terhadap generasi milenial. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 43-52. Diakses dari <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku konsumen*. Bandung: Pustaka Setia.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The influence of lifestyle, financial literacy, and social demographics on consumptive behavior. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(2), 1033-1041.

LAMPIRAN PENELITIAN

Lampiran 1. Pertanyaan *Screening* Data Awal Penelitian

SURVEI PENELITIAN

Salam sejahtera, mohon maaf mengganggu waktunya dan terimakasih atas waktu yang diberikan.

Saya Alexandria Grace Palapessy mahasiswa Universitas Mulawarman. Ingin meminta bantuan rekan-rekan untuk keperluan data pada seminar proposal yang saya buat. Oleh karena itu saya membutuhkan bantuan untuk mengisi jawaban dari pertanyaan ini dengan sejujur-jujurnya dan jawaban akan dirahasiakan.

Dengan kriteria:

1. Berjenis kelamin laki-laki
2. Berjenis kelamin perempuan
3. Berdomisili di kota Samarinda
4. Memiliki aplikasi uang elektronik (*e-money*)
5. Pernah melakukan pembayaran menggunakan uang elektronik (*e-money*)
6. Bayar belanjaan menggunakan uang elektronik (*e-money*)

Nama: _____

No Hp yang dapat di hubungi: _____

Pekerjaan: _____

Umur:

- ☐ 16-20 tahun
- ☐ 21-30 tahun
- ☐ 31-40 tahun
- ☐ >41 tahun

Jenis Kelamin:

- ☐ Laki-laki
- ☐ Perempuan

Pertanyaan:

1. Apakah anda memiliki aplikasi pembayaran nontunai?
☐ Ya ☐ Tidak
2. Apa pernah melakukan transaksi menggunakan aplikasi pembayaran nontunai?
☐ Pernah ☐ Tidak Pernah ☐ Sering
3. Saat melakukan transaksi lebih banyak menggunakan tunai atau aplikasi nontunai?
☐ Tunai ☐ Nontunai ☐ Keduanya
4. Dalam kurun waktu seminggu dapat berbelanja berapa kali menggunakan aplikasi nontunai?
☐ 1-3 kali ☐ 4-10 kali ☐ >10 kali
5. Berilah alasan memilih pembayaran nontunai!
6. Produk apa yang sering dibelanjakan menggunakan aplikasi pembayaran nontunai?
7. Apakah anda pernah membeli produk atau berbelanja diluar yang sudah direncanakan?
☐ Pernah ☐ Tidak Pernah ☐ Sering
8. Apa pertimbangan anda untuk melakukan transaksi dengan uang elektronik?
☐ Harga barang yang murah ☐ Kebutuhan mendesak
☐ Menghilangkan stress ☐ Lain-lainnya

Saya mengharapkan partisipasi dan kesediaan rekan-rekan untuk menjawab beberapa pertanyaan dibawah ini. Atas bantuan dan kesediaannya saya ucapkan terimakasih.

Lampiran 2: *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif

PERILAKU KONSUMTIF

NO	Aspek	Pengertian Aspek	Aitem	
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1.	Pembelian Implusif (<i>Impulsive Buying</i>)	Perilaku pembelian produk yang didasari oleh keinginan yang kuat dan hasrat tiba-tiba dilakukan tanpa pertimbangan terlebih dahulu sehingga tidak memikirkan apa yang terjadi kemudian dan biasanya pembelian bersifat emosional.	1. Saya suka membeli produk yang terbaru di toko menggunakan <i>e-money</i> 4. Saya membeli barang yang langsung ditawarkan oleh penjual kepada saya 10. Saya suka membeli barang diskon menggunakan <i>e-money</i> 19. Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik menggunakan <i>e-money</i> 25. Adanya <i>e-money</i> mempermudah membeli produk yang saya inginkan	7. Saya suka membeli produk yang terbaru di toko dengan menggunakan uang tunai 13. Saya kurang menyukai barang yang langsung ditawarkan oleh penjual kepada saya 16. Saya kurang suka membeli barang diskon menggunakan <i>e-money</i> 21. Saya membeli barang berdasarkan catatan belanja yang saya miliki menggunakan <i>e-money</i> 28. Adanya <i>e-money</i> mempersulit membeli produk yang saya inginkan

NO	Aspek	Pengertian Aspek	Aitem	
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
2.	Pemborosan (<i>Wasteful Buying</i>)	Perilaku konsumsi yang ditunjukan dengan kecenderungan tidak memikirkan jumlah uang yang harus dikeluarkan hanya karena untuk memuaskan keinginan.	2. Uang saya lekas habis karena sering belanja menggunakan <i>e-money</i> 5. Belanja pakai <i>e-money</i> cenderung membuat saya tidak perlu memikirkan pengeluaran 11. Saya menggunakan pinjaman online untuk membeli langsung barang yang diinginkan 20. Menggunakan <i>e-money</i> membuat saya puas dalam berbelanja barang yang diinginkan 26. Dengan <i>e-money</i> membuat saya lebih boros dalam berbelanja	8. Saya menggunakan uang tunai karena lebih hemat dalam berbelanja 14. Belanja dengan uang tunai cenderung membantu saya lebih berhemat 17. Saya menabung untuk berbelanja barang yang diinginkan dikemudian hari 22. Menggunakan transaksi online membuat saya bingung dalam berbelanja 29. Dengan <i>e-money</i> membuat saya lebih hemat dalam berbelanja

NO	Aspek	Pengertian Aspek	Aitem	
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
3.	<i>NON-Rational Buying</i> (Mencari Kesenangan)	Perilaku konsumsi yang tidak bernilai kebutuhan dan tidak didasari oleh penalaran dan pertimbangan yang matang, tetapi didasarkan untuk memberikan perasaan senang, bangga, percaya diri, diterima dan dihargai oleh lingkungan sekitarnya.	3. Saya berbelanja untuk memenuhi kepuasan diri sendiri 6. Saya bangga dapat berbelanja barang bermerek demi mengikuti tren 12. Saya sering berbelanja menggunakan <i>e-money</i> tanpa berpikir panjang 23. Saya senang jika barang yang saya miliki dipuji oleh teman saya. 27. Saya dipandang oleh lingkungan ketika berbelanja menggunakan <i>e-money</i>	9. Saya berbelanja berdasarkan kebutuhan yang saya perlukan 15. Saya berbelanja berdasarkan kebutuhan bukan mengikuti tren 18. Saya berpikir terlebih dahulu sebelum berbelanja menggunakan <i>e-money</i> 24. Saya menghiraukan pendapat orang lain mengenai penampilan saya. 30. Saya dianggap ketinggalan zaman karena berbelanja menggunakan uang tunai

Lampiran 3 : Blueprint Skala Kontrol Diri

KONTROL DIRI

NO	Aspek	Pengertian Aspek	Aitem	
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1.	<i>Behavioral control</i> (kontrol perilaku)	Merupakan kesiapan atau tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan	1. Saya hanya belanja ketika benar-benar membutuhkannya 4. Saya mampu menahan diri untuk tidak mengikuti tren 10. Saya dapat mengendalikan diri ketika berbelanja sesuai kebutuhan 19. Saya dapat menghemat pengeluaran menggunakan <i>e-money</i> 25. Saya lebih memprioritaskan untuk menabung ketika membeli barang yang sedang tren	7. Saya membeli semua barang yang saya inginkan 13. Saya mengikuti tren untuk memenuhi keinginan 16. Berbelanja membuat saya kurang mampu mengendalikan diri 21. Menggunakan <i>e-money</i> membuat saya sulit mengontrol diri untuk berbelanja 28. Saya menghabiskan uang saya untuk berbelanja
2.	<i>Cognitive control</i> (perilaku kognitif)	Kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau	2. Saya merasa bersyukur dengan apa yang dimiliki saat ini 5. Adanya <i>e-money</i> membuat saya mampu menahan diri walaupun dalam kondisi sedih	8. Yang dimiliki saat ini belum membuat saya puas 14. Ketika merasa sedih, saya menghibur diri dengan berbelanja 17. Terkadang saya tidak bisa menghentikan diri untuk melakukan sesuatu bahkan jika itu salah

NO	Aspek	Pengertian Aspek	Aitem	
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
		untuk mengurangi tekanan.	11. Saya mampu menghentikan diri saya untuk tidak berbelanja secara spontanitas 20. Saya mampu berkata tidak ketika diajak berbelanja 26. Menurut saya menggunakan <i>e-money</i> mempermudah untuk berbelanja	22. Saya mudah terpengaruh ketika teman saja mengajak berbelanja 29. Menggunakan <i>e-money</i> membuat saya sulit mengalokasikan pengeluaran
3.	<i>Decisional Kontrol</i> (Pengendalian Keputusan)	Kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya.	3. Ketika saya meyakini suatu produk, maka saya akan membelinya 6. Saya membeli barang yang bermanfaat dengan menggunakan <i>e-money</i> 12. Saya mengutamakan kebutuhan dari pada keinginan 23. Ada diskon menggunakan <i>e-money</i> tidak mempengaruhi saya untuk berbelanja 27. saya berani mengambil resiko atas keputusan yang saya buat	9. Saya langsung membeli barang yang saya inginkan 15. Adanya <i>e-money</i> membuat saya membeli barang yang di inginkan walaupun bukan suatu kebutuhan 18. Saya sulit membedakan antara keinginan dengan kebutuhan 24. Saya berlebihan dalam berbelanja ketika terdapat diskon menggunakan <i>e-money</i> 30. Saya merasa menyesal ketika keputusan yang saya buat salah

Lampiran 4. Kuesioner Penelitian

Salam sejahtera,

Perkenalkan saya Alexandria Grace Palapessy, mahasiswi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman angkatan 2015. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir. Penelitian ini generasi milenial yang ada di Samarinda, oleh karena itu saya mohon kesediaan Anda untuk membantu mengisi kuesioner penelitian saya.

Sebelumnya Anda tidak perlu khawatir dalam mengisi kuesioner ini, karena setiap jawaban yang Anda tuangkan hanya untuk kepentingan penelitian semata, sehingga data Anda akan tetap aman dan dirahasiakan.

Anda cukup mengisi kuesioner ini sekali saja dengan menuliskan inisial identitas Anda, lalu mengisi pertanyaan yang tertera dalam kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Adapun nomor Hp/WA hanya akan digunakan untuk penelitian lanjutan jika dibutuhkan.

Atas kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Nama : _____

Jenis Kelamin :

- ☐ Laki-laki
- ☐ Perempuan

Usia :

- ☐ 21 Tahun
- ☐ 22 Tahun
- ☐ 23 Tahun
- ☐ 24 Tahun
- ☐ 25 Tahun
- ☐ 26 Tahun
- ☐ 27 Tahun
- ☐ 28 Tahun
- ☐ 29 Tahun

No Hp/Wa: _____

SKALA PERILAKU KONSUMTIF

NO.	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya suka membeli produk yang terbaru di toko menggunakan e-money				
2.	Uang saya lekas habis karena sering belanja menggunakan e-money				
3.	Saya berbelanja untuk memenuhi kepuasan diri sendiri				
4.	Saya membeli barang yang langsung ditawarkan oleh penjual kepada saya				
5.	Berbelanja dengan e-money cenderung membuat saya tidak perlu memikirkan pengeluaran				
6.	Saya bangga dapat berbelanja barang bermerek demi mengikuti tren				
7.	Saya suka membeli produk yang terbaru di toko menggunakan uang tunai				
8.	Saya menggunakan uang tunai karena lebih hemat dalam berbelanja				
9.	Saya berbelanja berdasarkan kebutuhan yang saya perlukan				
10.	Saya suka membeli barang diskon menggunakan e-money				
11.	Saya menggunakan pinjaman online untuk membeli langsung barang yang diinginkan				
12.	Saya sering berbelanja menggunakan e-money tanpa berpikir panjang				
13.	Saya kurang menyukai barang yang langsung ditawarkan oleh penjual kepada saya				
14.	Berbelanja dengan uang tunai cenderung membantu saya lebih berhemat				
15.	Saya berbelanja berdasarkan kebutuhan bukan mengikuti tren				
16.	Saya kurang suka membeli barang diskon menggunakan e-money				
17.	Saya menabung untuk berbelanja barang yang diinginkan dikemudian hari				

18.	Saya berpikir terlebih dahulu sebelum berbelanja menggunakan e-money				
19.	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik menggunakan e-money				
20.	Menggunakan e-money membuat saya puas dalam berbelanja barang yang diinginkan				
21.	Saya membeli barang berdasarkan catatan belanja yang saya miliki menggunakan e-money				
22.	Menggunakan transaksi online membuat saya bingung dalam berbelanja				
23.	Saya senang jika barang yang saya miliki dipuji oleh teman saya				
24.	Saya menghiraukan pendapat orang lain mengenai penampilan saya.				
25.	Adanya e-money mempermudah membeli produk yang saya inginkan				
26.	Menggunakan e-money membuat saya lebih boros dalam berbelanja				
27.	Saya dipandang oleh lingkungan ketika berbelanja menggunakan e-money				
28.	Adanya e-money mempersulit membeli produk yang saya inginkan				
29.	Menggunakan e-money membuat saya lebih hemat dalam berbelanja				
30.	Saya dianggap ketinggalan zaman karena berbelanja menggunakan uang tunai				

SKALA KONTROL DIRI

NO.	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya hanya belanja ketika benar-benar membutuhkannya				
2.	Saya merasa bersyukur dengan apa yang dimiliki saat ini				
3.	Ketika saya yakin suatu produk, maka saya akan membelinya				
4.	Saya mampu menahan diri untuk tidak mengikuti tren				
5.	Adanya e-money membuat saya mampu menahan diri walaupun dalam kondisi sedih				
6.	Saya membeli barang yang bermanfaat menggunakan e-money				
7.	Saya membeli semua barang yang saya inginkan				
8.	Yang dimiliki saat ini belum membuat saya puas				
9.	Saya langsung membeli barang yang saya inginkan				
10.	Saya dapat mengendalikan diri ketika berbelanja Sesuai kebutuhan				
11.	Saya mampu menghentikan diri saya untuk tidak berbelanja secara spontanitas				
12.	Saya mengutamakan kebutuhan dari pada keinginan				
13.	Saya mengikuti tren untuk memenuhi keinginan				
14.	Ketika merasa sedih, saya menghibur diri dengan berbelanja				
15.	Adanya e-money membuat saya membeli barang yang diinginkan walaupun bukan suatu kebutuhan				
16.	Berbelanja membuat saya kurang mampu mengendalikan diri				
17.	Terkadang saya tidak bisa menghentikan diri untuk melakukan sesuatu bahkan jika itu salah				
18.	Saya sulit membedakan antara keinginan dengan kebutuhan				
19.	Saya dapat menghemat pengeluaran menggunakan e-money				

20.	Saya mampu berkata tidak ketika diajak berbelanja				
21.	Menggunakan e-money membuat saya sulit mengontrol diri untuk berbelanja				
22.	Saya mudah terpengaruh ketika teman saja mengajak berbelanja				
23.	Ada diskon menggunakan e-money tidak mempengaruhi saya untuk berbelanja				
24.	Saya berlebihan dalam berbelanja ketika terdapat diskon menggunakan e-money				
25.	Saya lebih memprioritaskan untuk menabung ketika membeli barang yang sedang tren				
26.	Menurut saya menggunakan e-money mempermudah untuk berbelanja				
27.	Saya berani mengambil resiko atas keputusan yang saya buat				
28.	Saya menghabiskan uang saya untuk berbelanja				
29.	Menggunakan e-money membuat saya sulit mengalokasikan pengeluaran				
30.	Saya merasa menyesal ketika keputusan yang saya buat salah				

Lampiran 5. Input Data Excel

Sebaran Data Perilaku Konsumtif (Try Out)

Subjek	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	Total	Total A	Total B	Total C	
1	3	3	3	1	2	1	2	3	3	3	1	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	54	17	21	16	
2	3	4	3	2	1	4	3	3	1	3	1	2	1	2	3	3	1	1	4	4	3	3	2	2	4	3	2	3	2	3	62	22	22	18	
3	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	1	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	4	4	2	3	3	3	63	21	24	18	
4	3	4	2	2	2	1	2	1	3	2	1	2	3	3	1	2	2	3	3	2	2	3	1	1	3	4	2	3	3	3	48	17	21	10	
5	3	2	3	2	2	1	3	3	3	3	1	2	2	2	1	4	1	1	2	3	2	4	3	2	3	2	1	4	3	4	53	20	20	13	
6	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	52	18	20	14	
7	3	3	3	2	2	2	1	2	3	3	4	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	56	19	23	14	
8	4	2	2	2	2	3	1	1	2	3	3	2	1	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	54	18	18	18	
9	1	1	4	4	1	4	4	1	1	4	1	4	4	1	4	1	4	1	1	4	4	1	4	4	1	4	4	1	4	1	4	58	19	11	28
10	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	54	19	21	14	
11	3	2	3	1	2	1	3	3	4	4	2	2	2	3	1	4	2	2	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	60	21	23	16	
12	4	3	4	2	2	4	1	1	1	4	1	4	2	3	3	3	3	4	4	1	4	2	3	4	2	2	3	3	3	3	65	22	21	22	
13	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	60	18	23	19	
14	2	2	3	1	1	1	3	3	3	3	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	48	17	17	14	
15	4	3	3	2	2	2	4	4	3	4	1	2	3	3	2	4	1	2	3	3	1	4	2	4	4	3	1	3	2	3	64	25	23	16	
16	4	4	4	3	3	1	3	3	3	4	1	2	2	3	1	4	2	2	2	2	3	3	1	3	4	2	2	3	1	3	57	24	19	14	
17	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	2	3	1	3	1	2	1	2	2	3	3	1	4	3	2	1	4	2	3	41	14	17	10
18	2	2	1	2	1	1	2	3	3	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	4	3	1	1	2	1	1	4	3	4	37	13	17	7	
19	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	4	48	16	17	15	
20	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	1	1	2	1	1	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	53	18	19	16		
21	3	3	3	2	2	1	3	2	2	3	1	2	3	2	1	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	4	3	3	52	19	20	13	
22	3	2	4	2	2	2	1	1	3	3	1	2	2	1	1	2	1	1	2	3	2	3	4	4	2	3	3	1	1	1	50	15	15	20	
23	3	2	3	3	4	2	2	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	58	20	20	18
24	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	4	2	2	3	3	2	4	3	3	50	17	20	13
25	3	3	4	2	3	2	3	2	3	4	1	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	4	2	3	3	3	58	20	20	18	
26	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	2	1	2	2	1	3	2	2	3	3	3	4	4	2	4	2	3	3	2	4	60	21	22	17	
27	4	1	2	1	1	1	2	4	3	3	1	3	4	4	1	1	1	1	4	4	1	3	2	2	4	1	3	3	4	4	55	19	22	14	
28	3	2	4	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	53	17	18	18	
29	2	3	4	2	2	2	3	3	3	4	1	2	2	2	1	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	4	55	20	19	16
30	3	2	3	2	1	1	2	3	3	2	1	1	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	1	3	4	4	4	47	15	19	13	
31	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	3	4	3	3	4	2	2	3	4	61	19	21	21
32	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	1	2	3	3	1	3	1	1	2	2	1	3	2	3	3	3	2	4	3	3	52	17	21	14	
33	3	4	4	2	1	1	2	2	2	4	1	4	3	2	1	3	1	2	4	1	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	64	22	24	18	
34	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	60	21	23	16	
35	2	4	2	2	4	2	1	1	3	2	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	4	1	2	3	4	42	13	17	12	
36	4	2	2	1	2	2	3	3	4	3	1	1	3	2	1	3	1	2	2	3	2	3	2	3	4	2	2	3	2	3	51	20	18	13	
37	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	61	21	22	18	
38	3	1	3	2	2	2	3	3	3	3	1	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	53	19	18	16	
39	1	1	1	1	4	1	2	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	3	2	2	2	2	3	4	33	9	13	11	
40	4	4	4	3	2	1	3	4	3	4	1	2	2	4	1	4	1	1	2	4	2	4	1	2	4	2	1	3	1	2	60	24	24	12	
41	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	56	19	19	18	
42	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	2	3	1	1	2	1	4	1	4	4	1	4	2	4	50	16	20	14		
43	3	2	2	2	2	1	3	3	2	4	1	1	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	3	2	2	3	3	2	52	20	19	13
44	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	50	17	19	14
45	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	59	20	20	19	
46	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	1	2	3	4	2	3	2	1	3	3	1	3	3	3	56	20	23	13	
47	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	54	16	22	16	
48	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	56	18	21	17	
49	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	4	2	3	3	2	3	55	20	19	16	
50	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	54	18	21	15	

Sebaran Data Kontrol Diri (Try Out)

Subjek	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	Total	Total A	Total B	Total C	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	76	24	27	25	
2	4	4	4	3	2	4	1	4	1	3	4	3	3	3	1	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	1	3	1	76	21	31	24	
3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	2	2	2	68	21	23	24	
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	2	2	85	27	27	31
5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	86	27	28	31	
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78	24	27	27	
7	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	1	76	24	27	25	
8	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	65	20	23	22	
9	4	1	4	1	4	1	1	4	1	1	4	1	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	4	1	4	62	17	21	24	
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	74	23	26	25	
11	3	3	4	4	1	3	3	3	4	3	2	4	4	1	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2	3	4	4	3	3	1	77	25	25	27	
12	2	4	4	2	2	2	1	1	1	2	4	4	1	1	1	1	3	1	4	4	1	1	4	1	2	4	4	1	3	3	57	11	25	21	
13	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	63	18	23	22	
14	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2	86	28	30	28
15	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	1	89	27	34	28
16	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	2	1	1	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	1	3	1	81	25	29	27	
17	4	4	4	3	2	4	1	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94	26	34	34	
18	3	4	4	4	1	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	3	4	1	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	91	25	34	32	
19	3	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	80	26	27	27	
20	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	1	86	27	31	28
21	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2	73	21	28	24	
22	4	4	4	4	4	4	1	1	3	4	4	4	1	1	1	3	3	3	3	4	3	3	4	1	4	4	4	4	3	2	77	24	27	26	
23	3	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	72	21	25	26
24	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	82	27	28	27
25	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	1	76	24	28	24	
26	4	4	4	4	2	3	3	2	3	3	4	4	4	2	4	2	4	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	2	2	81	26	27	28	
27	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	96	32	33	31
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	75	23	26	26
29	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	85	26	29	30
30	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	1	3	4	3	4	4	3	2	3	4	3	2	82	27	27	28	
31	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	4	1	3	2	1	4	4	4	3	1	1	76	23	29	24	
32	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	76	23	26	27	
33	4	4	4	3	3	3	2	1	2	3	3	3	4	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	3	3	4	3	1	1	1	60	20	18	22	
34	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	76	24	25	27	
35	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	1	4	3	2	3	1	3	4	4	2	3	3	1	1	1	75	21	28	26	
36	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	82	26	26	30	
37	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	73	20	27	26	
38	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	71	21	24	26	
39	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	1	4	4	4	2	2	95	29	32	34	
40	3	2	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	3	2	86	29	30	27		
41	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	2	3	2	3	3	4	2	1	73	22	26	25	
42	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	1	4	4	4	1	4	99	30	33	36		
43	3	3	4	4	2	3	4	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	83	26	28	27	
44	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	81	26	28	27		
45	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	66	22	22	22	
46	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	2	2	3	2	3	1	3	2	2	2	63	21	20	22	
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	4	2	3	1	3	2	3	4	3	2	2	68	23	21	24	
48	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	1	78	24	28	26		
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	76	23	27	26		
50	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	84	27	29	28	

Sebaran Data Perilaku Konsumtif (*Pasca Try Out*)

Subjek	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	TOTAL	total Y1	total Y2	total Y3
1	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	52	19	19	14
2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	49	17	17	15	
3	4	2	1	2	1	3	2	4	1	1	2	1	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	50	22	17	11	
4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	76	23	30	23	
5	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	1	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	54	17	19	18	
6	3	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	2	4	3	1	4	1	4	4	4	1	2	2	2	2	63	22	19	22	
7	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	52	18	20	14	
8	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	46	14	18	14	
9	4	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	1	3	2	3	4	3	2	3	3	1	3	2	2	2	2	3	60	21	23	16	
10	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	59	18	22	19	
11	1	1	4	1	1	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	16	29	16	
12	3	4	4	2	1	2	3	3	2	3	4	2	3	2	2	2	3	3	4	4	1	4	2	2	2	2	2	61	19	25	17	
13	2	3	3	1	3	3	3	4	1	2	3	2	4	3	3	4	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	57	20	21	16	
14	4	3	2	2	2	3	4	4	2	1	3	1	4	2	3	4	4	1	4	2	3	2	2	2	2	2	2	60	23	23	14	
15	4	2	2	2	3	3	2	4	1	2	2	2	2	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	57	22	20	15	
16	3	2	4	2	2	2	1	4	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	2	2	2	2	55	21	17	17	
17	4	1	4	3	3	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	78	26	26	26	
18	3	3	4	2	1	2	2	4	1	3	2	1	3	3	4	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	59	21	21	17	
19	3	3	3	2	2	2	2	3	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1	2	2	2	2	2	53	19	18	16	
20	3	2	4	2	1	1	4	4	4	1	4	1	1	1	4	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	56	13	30	13
21	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	52	17	19	16	
22	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	60	20	21	19	
23	3	3	3	2	2	2	3	3	1	2	3	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	54	18	21	15	
24	2	3	3	2	2	2	3	3	1	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	56	18	20	18	
25	2	1	2	2	2	3	3	3	1	1	2	1	3	2	3	3	3	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	46	18	16	12	
26	4	3	4	2	4	2	2	2	3	1	2	4	3	1	2	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	60	17	23	20	
27	3	4	3	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	56	18	20	18	
28	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	1	4	4	1	4	1	4	4	4	4	1	2	2	2	2	64	22	20	22	
29	4	4	3	2	1	2	2	4	1	3	2	1	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	2	2	61	22	23	16	
30	2	2	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	44	15	18	11	
31	2	2	4	2	1	2	2	3	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	51	17	17	17	
32	2	2	1	1	1	3	3	1	4	1	4	1	1	1	3	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	44	10	24	10	
33	2	2	3	1	1	4	3	3	1	2	3	2	4	3	3	3	3	2	4	4	2	1	2	2	2	2	2	55	21	19	15	
34	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	58	20	21	17	
35	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	64	23	22	19	
36	4	4	4	2	1	1	1	4	1	3	2	1	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	61	22	22	17	
37	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	54	19	18	17	
38	4	2	3	2	2	4	4	4	1	4	4	2	4	3	4	3	4	3	3	1	4	2	2	2	2	2	2	64	25	22	17	
39	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	53	18	21	14	
40	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	57	19	21	17	
41	3	3	4	2	1	2	3	4	1	2	3	1	3	1	3	2	3	2	4	4	2	3	2	2	2	2	2	56	19	22	15	
42	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	58	21	21	16	
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66	21	24	21	
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66	21	24	21	
45	4	1	3	1	4	3	1	4	1	4	3	1	3	1	4	3	1	1	2	1	4	2	2	2	2	2	2	52	18	16	18	
46	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	69	22	26	21	
47	2	4	2	1	4	2	3	3	2	2	2	2	3	3	4	1	1	1	3	4	1	4	1	4	1	4	1	53	19	15	19	
48	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	52	19	17	16	
49	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	78	24	30	24	
50	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	50	17	19	14	

51	3	3	3	2	1	1	1	3	2	2	2	1	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	51	17	20	14
52	3	2	2	1	1	3	3	2	1	1	2	1	2	2	2	4	2	2	3	3	1	3	46	16	20	10
53	4	3	3	3	3	4	3	1	4	3	1	1	4	3	4	1	3	4	4	3	3	3	65	23	22	20
54	3	4	4	1	2	1	1	4	4	4	2	1	1	4	4	1	3	3	4	2	1	3	57	18	21	18
55	3	4	3	1	4	1	1	2	3	4	1	2	1	4	1	1	4	2	2	3	3	3	53	14	17	22
56	3	4	3	2	1	1	2	4	4	4	2	2	2	3	2	3	2	4	1	2	1	2	54	16	21	17
57	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	52	19	19	14
58	3	4	4	2	2	3	3	4	4	3	3	1	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	69	23	27	19
59	3	2	2	3	2	3	2	1	1	2	4	1	1	2	4	4	2	3	1	4	2	2	51	14	23	14
60	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	4	3	2	2	1	2	3	2	2	3	41	17	15	9
61	3	4	3	1	1	4	2	1	1	2	1	2	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	53	17	20	16
62	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	1	1	1	4	4	1	4	1	3	4	4	2	65	22	21	22
63	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	60	19	22	19
64	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	57	18	20	19
65	4	2	4	3	2	1	2	2	4	2	3	2	4	4	3	1	3	3	4	3	3	2	61	22	20	19
66	2	2	1	3	2	2	2	3	2	3	3	1	3	2	3	1	1	3	3	3	1	4	50	18	20	12
67	2	1	2	1	1	3	3	2	1	2	3	1	3	2	3	4	3	3	1	4	2	3	50	14	22	14
68	3	4	3	2	1	3	3	2	3	3	4	3	1	1	3	2	2	4	4	3	4	2	60	16	24	20
69	2	4	3	1	2	2	2	2	1	3	1	1	1	1	2	4	2	1	4	4	2	3	48	13	21	14
70	3	2	3	3	2	1	1	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	54	18	18	18
71	4	3	4	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2	62	21	23	18
72	3	2	3	2	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	51	18	16	17
73	3	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	4	1	2	3	4	1	2	4	2	2	2	50	18	18	14
74	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	1	4	2	4	65	20	25	20
75	3	4	3	2	4	4	3	3	3	1	2	2	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	66	22	22	22
76	3	4	4	2	2	3	3	3	1	3	3	2	3	3	4	4	3	2	1	4	2	4	63	18	27	18
77	3	4	2	2	1	2	1	2	1	2	3	1	2	3	3	3	4	4	4	4	4	2	57	18	21	18
78	3	2	3	2	1	3	3	3	1	2	4	1	2	1	4	4	3	2	1	4	3	3	55	15	25	15
79	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	2	4	1	2	4	4	58	18	22	18
80	3	3	3	2	4	2	3	4	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	62	19	23	20
81	4	2	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	66	20	26	20
82	4	1	2	4	4	4	1	4	1	4	1	4	4	4	1	1	4	1	4	1	4	1	59	28	8	23
83	3	3	1	2	2	3	1	2	2	2	3	2	1	1	3	4	2	2	1	4	2	4	50	13	24	13
84	3	2	3	1	1	3	3	4	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	1	3	3	4	54	16	22	16
85	4	3	4	2	4	1	1	4	1	4	3	3	3	4	4	2	4	1	4	3	2	2	63	22	19	22
86	3	3	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	4	65	19	27	19
87	2	3	2	3	1	3	1	3	1	2	2	4	3	2	4	3	3	4	4	2	4	3	59	20	19	20
88	4	3	3	2	2	4	4	2	1	2	3	2	2	1	4	4	2	4	1	4	1	2	57	16	25	16
89	4	3	4	3	1	2	2	1	4	2	4	1	1	1	4	4	3	1	1	1	1	2	50	13	24	13
90	1	1	2	2	1	4	3	3	1	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	2	1	3	58	20	18	20
91	2	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	4	2	4	4	3	4	3	2	1	3	3	63	20	22	21
92	4	2	2	3	3	1	4	1	4	2	3	1	1	1	3	2	2	2	3	1	2	2	49	14	21	14
93	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	1	4	1	62	22	18	22
94	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	4	4	4	4	3	2	4	2	4	1	3	1	61	21	19	21
95	3	2	4	2	2	3	1	4	4	2	1	4	4	4	3	2	4	4	4	1	4	1	63	24	15	24
96	3	2	3	3	2	2	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	1	3	2	4	56	18	20	18
97	3	3	3	2	2	3	2	1	3	3	2	1	3	4	4	4	2	2	1	3	4	4	59	17	25	17
98	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	1	55	18	19	18
99	3	4	4	2	3	3	3	4	1	3	1	3	4	4	1	1	4	4	4	4	3	2	65	24	17	24
100	1	4	2	1	4	2	1	1	3	3	3	1	3	4	2	3	2	3	4	1	1	1	50	16	18	16

Sebaran Data Kontrol Diri (Pasca TryOut)

Subje	1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	20	21	22	24	26	27	28	29	30	TOTAL	total#1	total#2	total#3	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	1	77	25	27	25	
2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	75	23	26	26	
3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	89	27	31	31	
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	89	28	33	28
5	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	4	2	2	2	65	19	23	23	
6	4	4	2	4	2	1	4	1	2	1	1	3	1	1	3	3	1	2	2	1	3	2	3	2	2	3	59	21	21	17	
7	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	74	23	26	25	
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	73	22	26	25	
9	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	4	3	2	2	4	4	3	3	1	82	25	30	27	
10	2	4	4	3	4	1	2	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	74	20	27	27	
11	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	2	1	3	4	2	3	1	2	4	1	2	1	2	3	2	1	60	22	19	19	
12	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	2	2	3	3	3	4	3	3	1	1	75	26	22	27	
13	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	73	20	26	27	
14	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	1	3	3	3	2	2	1	4	4	4	3	1	77	22	28	27	
15	4	4	4	4	4	1	1	3	3	4	4	4	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	2	3	3	2	78	25	25	28	
16	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	2	84	26	28	30	
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	72	22	25	25	
18	3	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	80	25	29	26	
19	3	4	4	3	3	2	1	2	3	3	4	4	4	2	3	3	1	4	3	4	3	3	4	3	3	4	80	24	29	27	
20	2	2	4	2	2	4	2	4	2	4	2	3	3	4	2	1	3	1	3	2	3	2	3	1	2	1	64	20	17	27	
21	3	3	3	4	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	74	24	23	27	
22	2	4	4	2	3	2	3	2	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	65	18	24	23	
23	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	82	26	28	28	
24	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	4	3	3	2	3	69	22	24	23	
25	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	81	25	29	27		
26	3	1	4	1	2	4	3	4	3	4	2	4	3	3	2	2	1	2	3	1	3	1	3	3	1	3	66	23	18	25	
27	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	68	21	23	24	
28	3	3	4	2	1	2	3	2	3	4	3	3	3	1	1	1	3	2	1	3	2	2	2	1	2	2	59	16	23	20	
29	3	4	4	4	4	1	4	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	3	77	22	29	26	
30	2	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3	3	4	4	3	1	73	23	25	25	
31	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	76	24	27	25	
32	3	3	3	2	3	3	1	2	1	4	1	4	1	4	1	3	2	3	1	3	1	3	1	2	1	3	1	57	16	22	19
33	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	78	24	29	25	
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	71	22	25	24	
35	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	65	20	23	22	
36	4	4	4	3	4	1	2	1	4	3	4	3	2	3	1	4	3	3	1	3	1	4	4	1	4	1	72	18	29	25	
37	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	73	23	26	24	
38	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	76	23	28	25	
39	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	70	21	23	26	
40	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	77	23	28	26	
41	4	4	4	4	4	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	1	4	3	1	84	25	32	27	
42	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	74	21	29	24	
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78	24	27	27	
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78	24	27	27	
45	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	88	27	30	31	
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78	24	27	27	
47	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	89	28	31	30	
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	76	24	26	26	

49	2	1	2	2	2	3	2	3	2	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	1	4	1	4	1	45	15	14	16
50	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	77	24	26	27	
51	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	4	3	3	4	4	4	2	1	4	4	2	1	84	29	29	26
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	78	23	29	26
53	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	1	1	1	2	2	4	3	4	2	4	3	4	1	3	75	24	26	25
54	4	3	4	3	4	3	4	1	2	2	3	4	2	1	1	2	4	3	3	2	1	4	1	2	1	1	65	22	23	20
55	3	4	2	3	1	1	3	3	4	4	4	2	3	4	1	3	3	2	3	1	3	3	1	2	2	3	68	19	25	24
56	3	4	3	4	4	2	1	1	3	3	3	1	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	61	18	21	22
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78	24	27	27	
58	2	4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	1	1	1	1	4	2	3	1	4	4	1	1	1	1	61	17	22	22	
59	3	2	4	4	2	4	3	2	4	4	2	4	3	4	2	3	2	3	2	2	1	3	3	1	2	71	26	22	23	
60	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	1	85	28	30	27
61	3	3	3	4	3	1	3	3	4	3	4	3	1	2	2	2	4	2	2	1	4	4	4	3	3	3	74	22	22	30
62	1	1	2	2	1	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	1	2	2	1	3	2	1	2	3	2	3	55	17	17	21
63	1	3	1	3	3	1	2	2	1	2	3	1	3	2	1	3	1	2	3	2	4	1	3	2	4	3	57	13	22	22
64	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	63	19	22	22
65	4	3	4	2	4	3	3	3	2	3	2	1	3	4	2	4	2	2	4	3	4	2	4	2	1	3	74	20	24	30
66	2	3	2	3	1	2	3	3	4	3	3	1	1	3	1	3	3	4	3	2	2	2	4	2	3	2	65	18	24	23
67	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1	1	4	1	4	2	3	1	3	1	3	1	3	1	2	2	1	59	20	15	24
68	2	1	3	2	2	3	1	2	3	3	2	1	3	2	2	3	1	2	3	2	3	2	2	3	2	4	59	19	19	21
69	4	4	4	3	3	4	1	4	2	4	4	4	4	2	1	2	4	4	2	3	4	4	4	4	1	2	82	24	27	31
70	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	1	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	75	23	26	26
71	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	75	22	25	28
72	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	71	21	25	25
73	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	3	1	4	3	4	3	4	4	3	2	3	1	86	28	29	29
74	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	1	80	26	28	26
75	2	4	3	4	4	1	1	4	3	4	3	3	1	3	3	3	2	2	1	3	4	4	1	3	1	1	68	20	23	25
76	3	3	3	4	3	3	2	2	3	1	3	2	1	2	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	1	70	23	24	23
77	4	1	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	3	2	4	3	3	2	4	3	4	3	4	1	83	27	26	30
78	4	4	3	2	3	3	2	1	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	1	80	25	29	26
79	3	1	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	70	20	25	25
80	1	1	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	2	1	3	1	1	60	18	22	20
81	2	1	2	1	3	2	1	2	1	3	3	3	3	1	2	3	2	3	1	2	3	2	3	3	4	2	58	15	22	21
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	1	1	3	4	3	2	4	4	4	4	4	1	56	16	22	18
83	3	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	1	69	21	26	22
84	2	4	3	4	3	1	3	4	4	2	2	3	1	2	2	1	1	4	1	3	2	1	1	2	1	2	59	19	20	20
85	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	1	1	1	3	1	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	1	60	16	25	19
86	2	3	3	4	1	2	1	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	66	20	25	21
87	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	4	4	1	69	21	28	20
88	4	4	3	4	3	3	4	1	3	1	4	1	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	2	2	3	1	77	24	29	24
89	3	4	4	4	4	4	1	1	4	1	4	4	1	3	1	1	3	2	3	3	3	4	4	1	3	1	71	24	20	27
90	4	4	4	3	4	1	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	1	3	2	3	2	2	1	1	1	72	22	23	27
91	3	4	4	2	2	3	4	3	2	4	2	2	2	2	2	1	4	1	3	3	2	2	3	3	4	1	68	20	25	23
92	3	4	4	4	2	3	2	3	3	2	4	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	75	24	25	26
93	2	1	1	1	3	1	4	3	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	1	60	16	24	20
94	4	4	3	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	1	3	3	1	4	4	4	1	71	22	27	22
95	1	4	4	4	4	1	1	3	3	1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	1	72	21	24	27
96	1	1	1	3	3	2	2	3	3	1	3	2	2	1	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	59	18	18	23
97	2	4	3	4	3	3	3	2	2	4	1	3	2	2	2	3	2	3	1	3	2	1	2	1	2	2	63	19	25	19
98	3	4	3	3	3	3	3	1	4	1	2	3	2	2	2	1	3	3	3	2	2	3	3	4	3	1	67	25	22	20
99	1	2	2	4	2	3	2	3	4	2	4	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	1	3	1	2	2	65	20	21	24
100	4	3	3	4	4	4	2	3	4	2	4	2	1	1	4	3	4	4	1	2	1	2	2	2	2	3	71	25	21	25

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas

a. Skala Perilaku Konsumtif

1) Pembelian Impulsif

		Correlations										
		Aitem1	Aitem4	Aitem7	Aitem10	Aitem13	Aitem16	Aitem19	Aitem21	Aitem25	Aitem28	TotalA
Aitem1	Pearson Correlation	1	.045	.019	.337*	-.008	.371**	.440**	-.435**	.417**	-.242	.479**
	Sig. (2-tailed)		.758	.898	.017	.955	.008	.001	.002	.003	.091	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem4	Pearson Correlation	.045	1	.253	.135	.190	.011	-.016	.013	.002	-.206	.334*
	Sig. (2-tailed)	.758		.077	.349	.187	.939	.913	.931	.989	.151	.018
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem7	Pearson Correlation	.019	.253	1	.214	.209	.231	-.071	.142	.359*	.218	.613**
	Sig. (2-tailed)	.898	.077		.136	.146	.106	.624	.326	.010	.129	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem10	Pearson Correlation	.337*	.135	.214	1	-.062	.536**	.161	-.282*	.562**	.136	.649**
	Sig. (2-tailed)	.017	.349	.136		.670	.000	.265	.048	.000	.345	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem13	Pearson Correlation	-.008	.190	.209	-.062	1	-.108	-.050	-.138	.119	.095	.290*
	Sig. (2-tailed)	.955	.187	.146	.670		.455	.730	.338	.409	.514	.041
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem16	Pearson Correlation	.371**	.011	.231	.536**	-.108	1	.120	-.156	.383**	.072	.604**
	Sig. (2-tailed)	.008	.939	.106	.000	.455		.405	.278	.006	.618	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem19	Pearson Correlation	.440**	-.016	-.071	.161	-.050	.120	1	-.419**	.371**	-.155	.345*
	Sig. (2-tailed)	.001	.913	.624	.265	.730	.405		.002	.008	.281	.014
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem21	Pearson Correlation	-.435**	.013	.142	-.282*	-.138	-.156	-.419**	1	-.305*	-.023	-.130
	Sig. (2-tailed)	.002	.931	.326	.048	.338	.278	.002		.031	.875	.370
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem25	Pearson Correlation	.417**	.002	.359*	.562**	.119	.383**	.371**	-.305*	1	.294*	.749**
	Sig. (2-tailed)	.003	.989	.010	.000	.409	.006	.008	.031		.038	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem28	Pearson Correlation	-.242	-.206	.218	.136	.095	.072	-.155	-.023	.294*	1	.252
	Sig. (2-tailed)	.091	.151	.129	.345	.514	.618	.281	.875	.038		.078
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TotalA	Pearson Correlation	.479**	.334*	.613**	.649**	.290*	.604**	.345*	-.130	.749**	.252	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000	.000	.041	.000	.014	.370	.000	.078	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

2) Pemborosan

		Correlations										
		Aitem2	Aitem5	Aitem8	Aitem11	Aitem14	Aitem17	Aitem20	Aitem22	Aitem26	Aitem29	TotalB
Aitem2	Pearson Correlation	1	.209	.031	-.009	.061	-.126	.093	.227	.538**	-.004	.625**
	Sig. (2-tailed)		.145	.831	.951	.675	.383	.523	.114	.000	.978	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem5	Pearson Correlation	.209	1	-.333*	.173	-.360*	.041	-.164	-.176	.380**	-.003	.219
	Sig. (2-tailed)	.145		.018	.229	.010	.776	.255	.222	.006	.982	.126
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem8	Pearson Correlation	.031	-.333*	1	-.181	.703**	-.342*	.078	.391**	-.338*	-.017	.305*
	Sig. (2-tailed)	.831	.018		.208	.000	.015	.589	.005	.016	.909	.031
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem11	Pearson Correlation	-.009	.173	-.181	1	-.106	.300*	-.083	-.067	.238	.172	.364**
	Sig. (2-tailed)	.951	.229	.208		.465	.035	.568	.642	.096	.231	.009
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem14	Pearson Correlation	.061	-.360*	.703**	-.106	1	-.080	.062	.353*	-.284*	.193	.440**
	Sig. (2-tailed)	.675	.010	.000	.465		.579	.671	.012	.046	.178	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem17	Pearson Correlation	-.126	.041	-.342*	.300*	-.080	1	.060	-.321*	-.057	-.121	.048
	Sig. (2-tailed)	.383	.776	.015	.035	.579		.681	.023	.695	.401	.743
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem20	Pearson Correlation	.093	-.164	.078	-.083	.062	.060	1	.142	-.074	-.215	.239
	Sig. (2-tailed)	.523	.255	.589	.568	.671	.681		.326	.612	.133	.094
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem22	Pearson Correlation	.227	-.176	.391**	-.067	.353*	-.321*	.142	1	.087	.021	.466**
	Sig. (2-tailed)	.114	.222	.005	.642	.012	.023	.326		.549	.884	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem26	Pearson Correlation	.538**	.380**	-.338*	.238	-.284*	-.057	-.074	.087	1	.131	.492**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.016	.096	.046	.695	.612	.549		.364	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem29	Pearson Correlation	-.004	-.003	-.017	.172	.193	-.121	-.215	.021	.131	1	.314*
	Sig. (2-tailed)	.978	.982	.909	.231	.178	.401	.133	.884	.364		.027
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TotalB	Pearson Correlation	.625**	.219	.305*	.364**	.440**	.048	.239	.466**	.492**	.314*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.126	.031	.009	.001	.743	.094	.001	.000	.027	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3) Mencari Kesenangan

		Correlations										
		Aitem3	Aitem6	Aitem9	Aitem12	Aitem15	Aitem18	Aitem23	Aitem24	Aitem27	Aitem30	TotalC
Aitem3	Pearson Correlation	1	.309 [*]	-.231	.372 ^{**}	.130	.051	.403 ^{**}	.159	.286 [*]	-.035	.639 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.029	.106	.008	.368	.724	.004	.271	.044	.807	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem6	Pearson Correlation	.309 [*]	1	-.528 ^{**}	.350 [*]	.685 ^{**}	.063	.326 [*]	.107	.391 ^{**}	-.127	.668 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.029		.000	.013	.000	.662	.021	.458	.005	.381	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem9	Pearson Correlation	-.231	-.528 ^{**}	1	-.477 ^{**}	-.459 ^{**}	-.171	-.139	.039	-.272	.258	-.278
	Sig. (2-tailed)	.106	.000		.000	.001	.235	.337	.790	.056	.070	.050
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem12	Pearson Correlation	.372 ^{**}	.350 [*]	-.477 ^{**}	1	.339 [*]	.137	.198	.000	.327 [*]	-.015	.562 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.008	.013	.000		.016	.341	.167	1.000	.020	.919	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem15	Pearson Correlation	.130	.685 ^{**}	-.459 ^{**}	.339 [*]	1	.156	.246	.099	.192	.015	.604 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.368	.000	.001	.016		.280	.085	.494	.182	.919	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem18	Pearson Correlation	.051	.063	-.171	.137	.156	1	-.037	-.097	.044	-.216	.161
	Sig. (2-tailed)	.724	.662	.235	.341	.280		.801	.504	.762	.132	.263
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem23	Pearson Correlation	.403 ^{**}	.326 [*]	-.139	.198	.246	-.037	1	.015	.644 ^{**}	-.107	.649 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.004	.021	.337	.167	.085	.801		.915	.000	.459	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem24	Pearson Correlation	.159	.107	.039	.000	.099	-.097	.015	1	.037	-.091	.325 [*]
	Sig. (2-tailed)	.271	.458	.790	1.000	.494	.504	.915		.798	.528	.021
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem27	Pearson Correlation	.286 [*]	.391 ^{**}	-.272	.327 [*]	.192	.044	.644 ^{**}	.037	1	-.266	.592 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.044	.005	.056	.020	.182	.762	.000	.798		.062	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem30	Pearson Correlation	-.035	-.127	.258	-.015	.015	-.216	-.107	-.091	-.266	1	.087
	Sig. (2-tailed)	.807	.381	.070	.919	.919	.132	.459	.528	.062		.548
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TotalC	Pearson Correlation	.639 ^{**}	.668 ^{**}	-.278	.562 ^{**}	.604 ^{**}	.161	.649 ^{**}	.325 [*]	.592 ^{**}	.087	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.050	.000	.000	.263	.000	.021	.000	.548	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

b. Skala Kontrol Diri

1) Kontrol Perilaku

		Correlations										
		Aitem1	Aitem4	Aitem7	Aitem10	Aitem13	Aitem16	Aitem19	Aitem21	Aitem25	Aitem28	TotalA
Aitem1	Pearson Correlation	1	.254	-.075	.133	.043	.089	.170	-.008	.425**	.112	.396**
	Sig. (2-tailed)		.075	.804	.358	.786	.539	.239	.955	.002	.440	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem4	Pearson Correlation	.254	1	.523**	.622**	.537**	.161	-.271	.531**	-.111	.309	.717**
	Sig. (2-tailed)	.075		.000	.000	.000	.264	.057	.000	.443	.029	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem7	Pearson Correlation	-.075	.523**	1	.335*	.547**	.022	-.263	.313*	-.259	.181	.500**
	Sig. (2-tailed)	.804	.000		.017	.000	.878	.065	.027	.069	.208	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem10	Pearson Correlation	.133	.622**	.335*	1	.443**	.030	-.100	.561**	-.062	.299*	.647**
	Sig. (2-tailed)	.358	.000	.017		.001	.834	.490	.000	.670	.035	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem13	Pearson Correlation	.043	.537**	.547**	.443**	1	.025	-.256	.478**	-.110	.129	.594**
	Sig. (2-tailed)	.786	.000	.000	.001		.863	.073	.000	.448	.371	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem16	Pearson Correlation	.089	.161	.022	.030	.025	1	.148	.298*	.051	.461**	.501**
	Sig. (2-tailed)	.539	.264	.878	.834	.863		.307	.036	.723	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem19	Pearson Correlation	.170	-.271	-.263	-.100	-.256	.148	1	-.132	.091	-.036	.075
	Sig. (2-tailed)	.239	.057	.065	.490	.073	.307		.360	.530	.804	.608
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem21	Pearson Correlation	-.008	.531**	.313*	.561**	.478**	.298*	-.132	1	-.231	.273	.645**
	Sig. (2-tailed)	.955	.000	.027	.000	.000	.036	.360		.106	.055	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem25	Pearson Correlation	.425**	-.111	-.259	-.062	-.110	.051	.091	-.231	1	.067	.140
	Sig. (2-tailed)	.002	.443	.069	.670	.448	.723	.530	.106		.643	.333
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem28	Pearson Correlation	.112	.309*	.181	.299*	.129	.461**	-.036	.273	.067	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.440	.029	.208	.035	.371	.001	.804	.055	.643		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TotalA	Pearson Correlation	.396**	.717**	.500**	.647**	.594**	.501**	.075	.645**	.140	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.606	.000	.333	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2) Perilaku Kognitif

		Correlations										
		Aitem2	Aitem5	Aitem8	Aitem11	Aitem14	Aitem17	Aitem20	Aitem22	Aitem26	Aitem29	TotalB
Aitem2	Pearson Correlation	1	-.098	-.035	.184	-.165	.338*	.390**	.070	.393**	.092	.401**
	Sig. (2-tailed)		.499	.807	.200	.252	.016	.005	.627	.005	.527	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem5	Pearson Correlation	-.098	1	-.113	.118	.040	.026	-.241	.159	-.150	-.243	.088
	Sig. (2-tailed)	.499		.436	.416	.781	.858	.092	.271	.300	.089	.542
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem8	Pearson Correlation	-.035	-.113	1	-.013	.460**	.112	-.059	.388**	-.117	-.118	.376**
	Sig. (2-tailed)	.807	.436		.927	.001	.437	.686	.005	.420	.416	.007
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem11	Pearson Correlation	.184	.118	-.013	1	.272	.419**	.316*	.323*	.016	.039	.507**
	Sig. (2-tailed)	.200	.416	.927		.056	.002	.025	.022	.912	.788	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem14	Pearson Correlation	-.165	.040	.460**	.272	1	.321*	.098	.517**	-.141	.155	.584**
	Sig. (2-tailed)	.252	.781	.001	.056		.023	.497	.000	.329	.284	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem17	Pearson Correlation	.338*	.026	.112	.419**	.321*	1	.590**	.381**	.240	.316*	.760**
	Sig. (2-tailed)	.016	.858	.437	.002	.023		.000	.006	.093	.025	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem20	Pearson Correlation	.390**	-.241	-.059	.316*	.098	.590**	1	.239	.455**	.413**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.005	.092	.686	.025	.497	.000		.095	.001	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem22	Pearson Correlation	.070	.159	.388**	.323*	.517**	.381**	.239	1	.011	.141	.691**
	Sig. (2-tailed)	.627	.271	.005	.022	.000	.006	.095		.939	.330	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem26	Pearson Correlation	.393**	-.150	-.117	.016	-.141	.240	.455**	.011	1	.215	.369**
	Sig. (2-tailed)	.005	.300	.420	.912	.329	.093	.001	.939		.134	.008
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem29	Pearson Correlation	.092	-.243	-.118	.039	.155	.316*	.413**	.141	.215	1	.421**
	Sig. (2-tailed)	.527	.089	.416	.788	.284	.025	.003	.330	.134		.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TotalB	Pearson Correlation	.401**	.088	.376**	.507**	.584**	.760**	.629**	.691**	.369**	.421**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.542	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.002	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

3) Pengendalian Keputusan

		Correlations										
		Aitem3	Aitem6	Aitem9	Aitem12	Aitem15	Aitem18	Aitem23	Aitem24	Aitem27	Aitem30	TotalC
Aitem3	Pearson Correlation	1	.095	.024	.207	-.167	.219	.017	.157	.362**	.083	.340*
	Sig. (2-tailed)		.510	.868	.150	.246	.126	.907	.278	.010	.567	.016
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem6	Pearson Correlation	.095	1	.343*	.438**	.119	.236	-.115	.103	.152	-.087	.423**
	Sig. (2-tailed)	.510		.015	.001	.412	.099	.428	.477	.293	.549	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem9	Pearson Correlation	.024	.343*	1	.518**	.555**	.347*	-.263	.138	-.012	-.074	.532**
	Sig. (2-tailed)	.868	.015		.000	.000	.014	.065	.338	.933	.607	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem12	Pearson Correlation	.207	.438**	.518**	1	.247	.260	-.021	-.023	.191	-.177	.486**
	Sig. (2-tailed)	.150	.001	.000		.084	.068	.885	.875	.184	.220	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem15	Pearson Correlation	-.167	.119	.555**	.247	1	.338*	-.167	.311*	-.103	.003	.509**
	Sig. (2-tailed)	.246	.412	.000	.084		.016	.245	.028	.479	.982	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem18	Pearson Correlation	.219	.236	.347*	.260	.338*	1	.130	.479**	.357*	.155	.755**
	Sig. (2-tailed)	.126	.099	.014	.068	.016		.368	.000	.011	.282	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem23	Pearson Correlation	.017	-.115	-.263	-.021	-.167	.130	1	.194	.120	.019	.217
	Sig. (2-tailed)	.907	.428	.065	.885	.245	.368		.178	.405	.896	.130
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem24	Pearson Correlation	.157	.103	.138	-.023	.311*	.479**	.194	1	.084	.278	.648**
	Sig. (2-tailed)	.278	.477	.338	.875	.028	.000	.178		.562	.051	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem27	Pearson Correlation	.362**	.152	-.012	.191	-.103	.357*	.120	.084	1	.177	.416**
	Sig. (2-tailed)	.010	.293	.933	.184	.479	.011	.405	.562		.218	.003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Aitem30	Pearson Correlation	.083	-.087	-.074	-.177	.003	.155	.019	.278	.177	1	.360*
	Sig. (2-tailed)	.567	.549	.607	.220	.982	.282	.896	.051	.218		.010
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TotalC	Pearson Correlation	.340*	.423**	.532**	.486**	.509**	.755**	.217	.648**	.416**	.360*	1
	Sig. (2-tailed)	.016	.002	.000	.000	.000	.000	.130	.000	.003	.010	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas

Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.644	22

Kontrol Diri (X)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.786	25

Lampiran 8. Hasil Uji Deskriptif

Statistik deskriptif kontrol diri terhadap perilaku konsumtif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku_Konsumtif	100	38,00	83,00	56,9800	7,85857
Kontrol_Diri	100	45,00	89,00	71,5600	8,80119
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 9. Hasil Uji Kategorisasi Skor

a. Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif

Perilaku_Konsumtif				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tinggi	3	3,0	3,0	3,0
Tinggi	23	23,0	23,0	26,0
Sedang	68	68,0	49,0	94,0
Rendah	6	6,0	12,0	100,0
Sangat Rendah	0	0	0	0
Total	100	100,0	100,0	

b. Kategorisasi Skor Kontrol Diri

Kontrol_Diri				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tinggi	3	3,0	3,0	3,0
Tinggi	38	38,0	38,0	41,0
Sedang	56	56,0	56,0	97,0
Rendah	3	3,0	3,0	100,0
Sangat Rendah	0	3,0	0	0
Total	100	100,0	100,0	

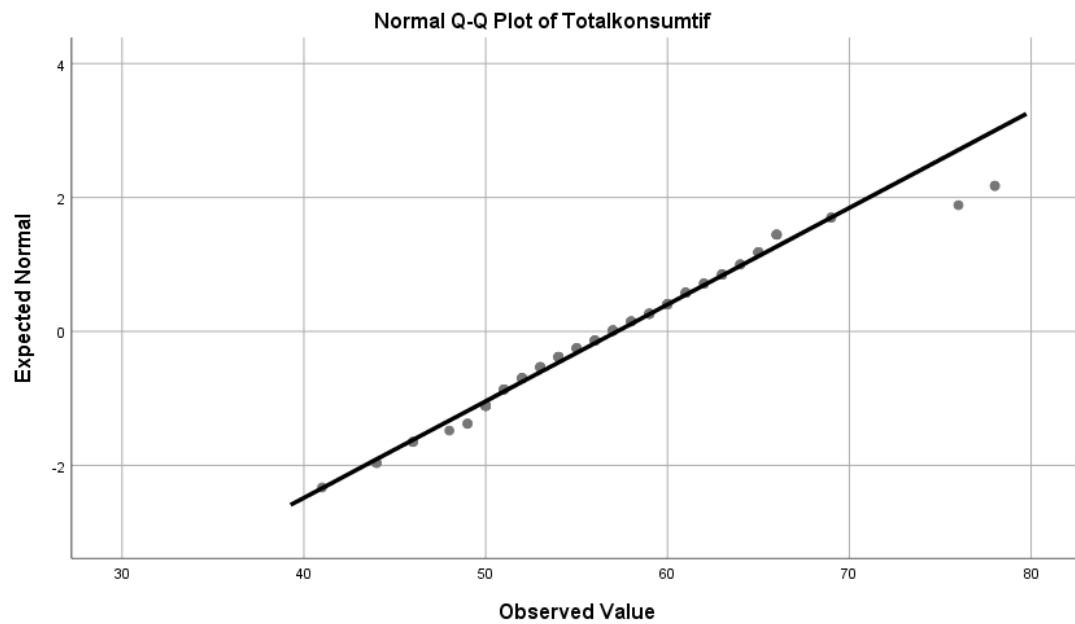
Lampiran 10. Hasil Uji Asumsi

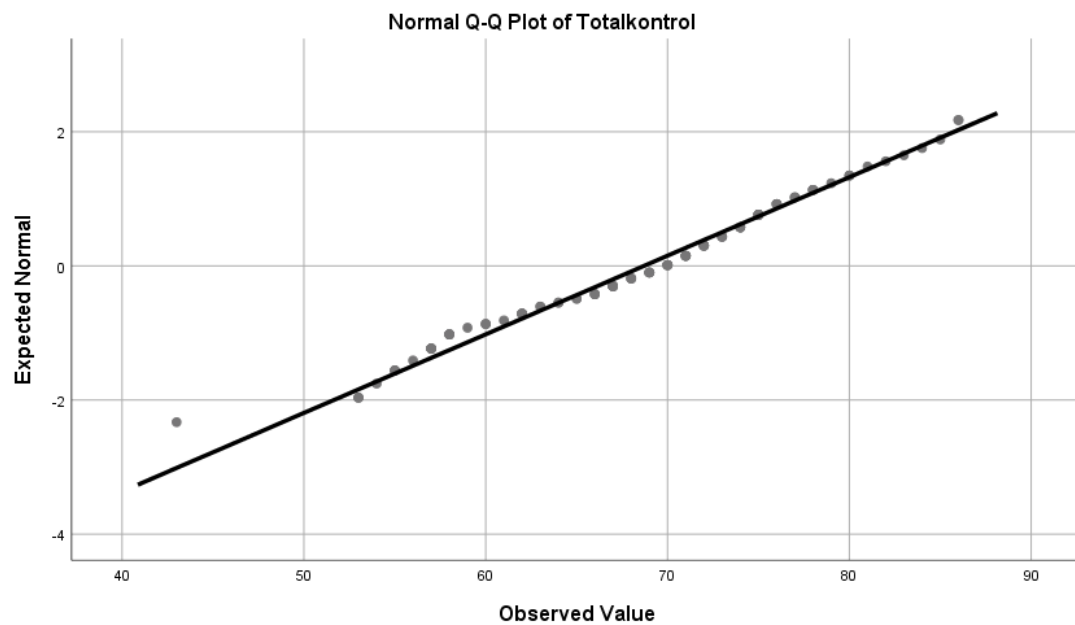
a. Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
PerilakuKonsumtifY	.059	100	.200*	.976	100	.062
KontrolDiriX	.077	100	.154	.981	100	.149

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction





b. Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PerilakuKonsumtifY * KontrolDiriX	Between Groups	(Combined)	2121.708	31	68.442	1.769	.026
		Linearity	235.967	1	235.967	6.098	.016
		Deviation from Linearity	1885.741	30	62.858	1.624	.051
	Within Groups		2631.452	68	38.698		
	Total		4753.160	99			

Lampiran 11. Hasil Uji Hipotesis

Korelasi *Pearson Product Moment*

Correlations

		Totalkonsumtif	Totalkontrol
Totalkonsumtif	Pearson Correlation	1	-.977**
	Sig. (2-tailed)		.004
	N	100	100
Totalkontrol	Pearson Correlation	-.977**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	
	N	100	100

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

Analisis Parsial Y_1

		Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	18.791	2.534		7.414	.000			
	X1	-.310	.134	-.331	-2.318	.023	-.138	-.230	-.224
	X2	.309	.105	.361	2.937	.004	.149	.287	.284
	X3	-.030	.132	-.031	-.230	.819	-.064	-.023	-.022

a. Dependent Variable: Y_1

Analisis Parsial Y₂

		Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	24.248	2.532		9.577	.000			
	X1	-.139	.134	-.154	-1.037	.302	-.170	-.105	-.104
	X2	.007	.105	.009	.068	.946	-.099	.007	.007
	X3	-.028	.132	-.030	-.215	.830	-.131	-.022	-.022

a. Dependent Variable: Y₂

Analisis Parsial Y₃

		Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	28.015	2.748		10.194	.000			
	X1	-.293	.145	-.279	-2.022	.046	-.386	-.202	-.189
	X2	.004	.114	.004	.033	.974	-.247	.003	.003
	X3	-.174	.143	-.160	-1.214	.228	-.349	-.123	-.113

a. Dependent Variable: Y₃