

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF *ONLINE SHOPPING* PADA MAHASISWI
UNIVERSITAS SETIA BUDI SURAKARTA**

SKRIPSI



Oleh :

Maria Febrilia Dwi Jayanti

11120153K

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS SETIA BUDI SURAKARTA

2016

PENGESAHAN SKRIPSI

Berjudul

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF *ONLINE SHOPPING* PADA MAHASISWI UNIVERSITAS SETIA BUDI SURAKARTA

Oleh :

Maria Febrilia Dwi Jayanti
11120153K

Dipertahankan di depan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi
Surakarta dan diterima untuk memenuhi sebagian dari
syarat-syarat guna memperoleh derajat
gelar sarjana Psikologi

Pada tanggal :
18 Agustus 2016

Mengesahkan,
Fakultas Psikologi
Universitas Setia Budi

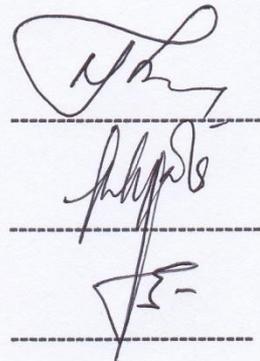
Dekan

Dr. Bagus Riyana, MA., Psikolog

Penguji

1. Nugraha Arif Karyanta, S.Psi., M.Psi, Psikolog
2. Prilya Shanty Andrianie, S.Psi., M.Psi, Psikolog
3. Aditya Nanda Priyatama, S.Psi., M.Si

Tanda Tangan



MOTTO

“Selama ia mencari Tuhan, Allah membuat segala usahanya berhasil”

-2 Tawarikh 26: 5-

“Patience is needed when you want to achieve a success”

-MFDJ-

“Alon-alon waton kelakon”

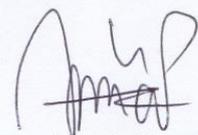
-Anonymous-

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, *Maria Febrilia DJ*, dengan disaksikan oleh tim penguji skripsi, dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya ataupun pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan ini pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi, baik secara akademis maupun hukum.

Surakarta, 18 Agustus 2016

Yang menyatakan,



Maria Febrilia DJ

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan kepada

- ♥ Kedua orang tua ku Bapak Yohanes Suyatno dan Ibu Lucia Syamsiti yang selalu memberikan dukungan, doa, cinta dan kasih sayang
- ♥ Kakak ku tercinta Margaretha Novia Ekawati S.T yang selalu memberi nasihat, doa, dan motivasi
- ♥ Yudha yang selalu sabar dan setia mendampingi selama proses perkuliahan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan berkatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Hubungan Antara Kontrol diri dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Pada Mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta”**.

Skripsi ini dibuat karena terdorong oleh rasa tanggung jawab sebagai mahasiswa untuk mengembangkan Ilmu Pengetahuan dan sekaligus untuk meraih gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi Surakarta.

Penelitian dan Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Yayasan Universitas Setia Budi Surakarta
2. Dr.Ir.Djoni,MBA selaku Rektor Universitas Setia Budi Surakarta
3. DR. Bagus Riyono, MA., Psi selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi Surakarta.
4. Nugraha Arif Karyanta, S.Psi, M.Psi selaku pembimbing utama dan Prilya Shanty Andrianie, M.Psi, Psi selaku pembimbing pendamping yang telah berkenan mengorbankan segenap waktu untuk membimbing penulis, memberikan ilmu-ilmunya untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini, dan juga memberikan semangat, perhatian dan kesabaran

dalam membimbing penulis dari awal sampai akhir penyusunan skripsi ini.

5. Sujoko, S.Psi,S.Pd.I.M.Si selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan bimbingan, dorongan, semangat, dan arahan dalam menempuh studi di Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi Surakarta.
6. Yustinus Joko Dwi N S.Psi, M.Psi., Dra Endang Widiastuti, MA., Aditya Nanda Priyatama S.Psi, M.Psi., Rosita Yuniati, M.Psi, Psi., Patria Mukti., S.Psi, M.Psi., Mohammad Khasan S.Psi, M.Si, Melati Putri Pratiwi S.Psi, M.Si yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam mengajar perkuliahan selama menempuh studi di Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi.
7. Suyanto, SEMembantu memberikan kelancaran dalam proses administrasi selama menempuh pendidikan di Univeristas Setia Budi Surakarta.
8. Universitas Setia Budi Surakarta yang telah memberikan ijin untuk penelitian.
9. Keluarga tercinta Ayah, Ibu, dan Kakak yang telah memberikan kasih sayang, semangat, motivasi, nasihat, dan doa.
10. Yosef Primayuda Ujan yang telah memberikan semangat, bantuan, doa, dan kesabarannya.

11. Sahabat-sahabat Fakultas Psikologi Indri, Tiwi, Fitria, Sugeng, Aan, Dika, Desi, Dewi, Dinar, Wulan, Wike. Terimakasih atas dukungan, bantuan, doa, serta kesabaran yang diberikan.
12. Teman-teman Wisma Putri Blue Ocean
13. Teman-teman kost Peterpan
14. Teman-teman UKM St.Priska

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis menerima saran dan kritik yang bersifat membangun untuk perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peningkatan Ilmu Psikologi khususnya Psikologi sosial dan Psikologi Industri.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN.....	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. PERILAKU KONSUMTIF.....	10
1. Definisi Perilaku Konsumtif	10

2. Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i>	11
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	13
4. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	17
B. KONTROL DIRI	21
1. Definisi Kontrol Diri	21
2. Kontrol Diri Pada Remaja.....	22
3. Aspek-Aspek Kontrol Diri	24
C. Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i> ..	26
D. Hipotesa.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel	31
1. Dependen Variabel	31
2. Independen Variabel.....	31
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
1. Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i>	31
2. Kontrol Diri	32
C. Populasi Dan Sampel	32
1. Populasi	32
2. Sampel	32
D. Metode Pengumpulan Data	33
1. Skala Perilaku Konsumtif.....	35
2. Skala Kontrol Diri	38
E. Validitas Dan Reliabilitas.....	38

1. Validitas.....	38
2. Reliabilitas.....	40
F. Metode Analisis Data.....	40

BAB IV PELAKSANAAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Persiapan Penelitian.....	42
1. Orientasi Kancan Penelitian.....	42
2. Proses Perijinan dan Persiapan Alat Ukur.....	46
3. Uji Coba Alat Ukur.....	47
4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
B. Pelaksanaan Penelitian.....	52
1. Penentuan Sampel penelitian.....	52
2. Pengumpulan Data.....	52
3. Pelaksanaan Skoring.....	53
C. Analisis Data Penelitian.....	54
1. Uji Asumsi Dasar.....	54
a. Uji Normalitas.....	54
b. Uji Linearitas.....	55
2. Uji Hipotesis.....	56

3. Analisis Deskriptif.....	56
D. Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Blue Print Skala Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i>	35
Tabel 2. Blue Print Skala Kontrol diri.....	38
Tabel 3. Skala Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i> Sesudah Uji Coba	50
Tabel 4. Blue Print Skala Kontrol diri Sesudah Uji Coba	52
Tabel 5. Deskripsi Statistik Data.....	57
Tabel 6. Norma Kategorisasi Skor Subjek.....	57
Tabel 7. Deskripsi Kategorisasi Variabel Penelitian.....	58
Tabel 8. Pembelian <i>Online</i> Dalam Satu Bulan.....	59
Tabel 9. Pembelian <i>Online</i> Berdasarkan Usia.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

A. Lampiran A Uji Coba Alat Ukur.....	72
1. Skala Kontrol Diri.....	76
2. Skala Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i>	79
B. Lampiran B Data Tabulasi Hasil Uji Coba.....	83
1. Tabulasi Data Kontrol Diri.....	84
2. Tabulasi Data perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i>	86
C. Lampiran C Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	88
1. Validitas dan Reliabilitas Skala Kontrol Diri.....	89
2. Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i>	97
D. Lampiran D Alat Ukur Setelah Uji Coba (Penelitian).....	103
1. Skala Kontrol Diri.....	108
2. Skala Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i>	110
E. Lampiran E Tabulasi Data penelitian	113
1. Tabulasi Data Kontrol Diri.....	114
2. Tabulasi Data Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i>	119

F. Lampiran F Analisis Deskriptif dan Hasil Uji Hipotesis.....	118
1. Uji Normalitas.....	113
2. Uji Linearitas	113
3. Uji hipotesis	114
G. Lampiran Surat Ijin dan Bukti penelitian.....	115

INTISARI

Maria Febrilia Dwi Jayanti, 11120153K, 2016. Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Pada Mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta.

Perilaku konsumtif *online shopping* merupakan suatu tindakan mengkonsumsi barang atau jasa melalui internet karena proses pemikiran yang tidak rasional dengan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan, sehingga mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Mahasiswi yang berusia remaja sangat rentan terhadap perilaku konsumtif *online shopping*. Kondisi remaja yang mudah terpengaruh dan tidak terkontrol dikhawatirkan akan memunculkan perilaku konsumtif, hal ini dikarenakan secara psikologis remaja masih dalam tahap pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar, sehingga perlu adanya sebuah kontrol diri yang dimiliki oleh setiap mahasiswi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta. Penelitian ini dilakukan di Universitas Setia Budi Surakarta. Alat ukur pada penelitian ini menggunakan skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif *online shopping*. Metode yang akan digunakan untuk pengambilan sampel adalah *Incidental Purposive Sampling*. Teknik analisis menggunakan analisis *Product Moment Pearson* dengan bantuan SPSS versi 20.0.

Berdasarkan data hasil penelitian, diperoleh hasil koefisien korelasi (r) sebesar $-0,273$ dengan $p = 0,006$ ($p < 0,01$) antar variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif *online shopping*. Dari hasil analisis yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Artinya ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta.

Kata kunci : Mahasiswi, kontrol diri, perilaku konsumtif *online shopping*.

ABSTRACT

Maria Febrilia Dwi Jayanti, 11120153K, 2016. A Relationship Between Self Control With Online Shopping Consumer Behavior On College Students at Setia Budi University.

Consumer Behavior Online Shopping is an act of consuming goods or services using the internet because an irrational mindset that do not consider the function or the benefits, so they consume goods and services excessively. Young students are very vulnerable against online shopping behavior. The condition of teenagers who are easily swayed and uncontrollable therefore, every student must have good self control.

This research aims to understand the relationship between self control and online shopping consumer behavior. This research was held at atau has been done at Setia Budi University. The measurement tools that were used in this research are the self-control scale and online shopping consumptive behavior scale. Incidental Purposive Sampling method will be used to get the sample technique analysis used in this reseach is *Product Moment Pearson* with SPSS 20.0 version.

Based on the data research , the result show a correlation coefficient (r) is $-0,273$ with $p = 0,006$ ($p > 0,01$) between variable self control and online shopping consumerist behavior. From the analysis that has been done, can be concluded that hypothesis by the research is accepted. There is a correlation negative between self control with online shopping consumerist behavior on college students Setia Budi University.

Keywords : College students, self control, online shopping consumerist behavior

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbelanja merupakan suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan setiap individu dalam kehidupan sehari-hari. Pada saat ini konsep belanja telah banyak mengalami perkembangan, tidak hanya sekedar mengkonsumsi suatu barang yang didasarkan oleh kebutuhan, tetapi telah berkembang menjadi sebuah cerminan gaya hidup dan rekreasi bagi setiap individu. Perubahan konsep belanja sedikit banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang pesat. Salah satu bentuk perubahan yang nyata dapat dilihat dari cara berbelanja masyarakat di Indonesia yang mempunyai minat yang cukup besar terhadap pembelian *online*. Menurut hasil penelitian Index E-commerce mengungkapkan bahwa ketertarikan konsumen dalam belanja sosial meningkat di seluruh dunia, hampir separuh konsumen 45% secara aktif merekomendasikan produk di media sosial. Di antara negara-negara di Asia Tenggara, Indonesia menduduki tingkat paling atas yang merekomendasikan berbelanja di media sosial sebesar 78%, diikuti Malaysia 67%, dan Thailand 68%. suarapembaharuan.com

Pembelian secara *online* atau biasa disebut *online shopping* adalah suatu terobosan baru dalam bidang teknologi guna mempermudah konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa yang dilakukan melalui internet. Perubahan cara berbelanja yang cukup signifikan ini didukung dengan adanya berbagai kemudahan dalam proses pembelian. Lebih lanjut Koto (2012)

mengemukakan bahwa kemudahan belanja *online* membuat *e-commerce* meningkat pesat. Hasil survei belanja *online* yang dilakukan Master Card, April 2012, menunjukkan bahwa total nilai transaksi di Indonesia pada 2010 sebesar 3,4 miliar dollar AS. Nilai transaksi akhir 2012 diperkirakan akan meningkat menjadi 4,2 miliar dollar AS.

Peningkatan total nilai transaksi di Indonesia dikarenakan banyaknya toko *online* atau *online shop* yang menyajikan beragam keuntungan yang akan didapatkan konsumennya. Keuntungan yang akan didapatkan melalui berbelanja *online* seperti, konsumen dapat mencari barang yang diinginkan dengan mudah, selain itu apabila konsumen pandai memilih barang, kemungkinan konsumen akan mendapatkan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Banyaknya keuntungan belanja *online* membuat sebagian masyarakat terutama kalangan remaja menjadikan *online shop* sebagai alternatif dalam berbelanja. Akses yang cepat dalam berbelanja dan beragamnya produk yang ditawarkan semakin mempermudah para remaja untuk memilih dan mencari barang yang diinginkan. Keadaan seperti ini tidak hanya akan memunculkan dampak positif bagi para remaja, tetapi juga tidak sedikit dampak negatif yang akan ditimbulkan dengan adanya *online shop*. Kondisi remaja yang mudah terpengaruh dan tidak terkontrol dikhawatirkan akan memunculkan perilaku konsumtif, hal ini dikarenakan secara psikologis remaja masih dalam pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar (Sumartono, 2002).

Ketertarikan berbelanja melalui internet atau *online shopping* dialami banyak remaja, terutama remaja putri. Remaja putri memiliki perilaku berbelanja yang lebih tinggi dari remaja putra sehingga perilaku konsumtif remaja putri cenderung lebih tinggi daripada remaja putra. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Phares (dalam Rombe, 2014). Remaja putri dengan karakteristiknya yang senang berdandan dan selalu ingin mencoba sesuatu yang baru menjadikan fisik sebagai fokus utama, hal tersebut dikarenakan adanya keinginan untuk mendapatkan penghargaan dan pujian dari orang lain. Remaja putri biasanya hanya membeli produk-produk yang menarik dan unik yang sebenarnya tidak dibutuhkan, dengan alasan mereka tidak bisa menahan diri ketika melihat barang bagus. Kondisi tersebut akan mendorong remaja putri untuk segera membelinya, sehingga mereka tidak dapat berfikir jernih dan yang terjadi adalah mereka hanya ingin memuaskan keinginan berbelanja (Fitria, 2006).

Remaja putri yang *up to date* dan aktif di media sosial seringkali membeli suatu barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan, mereka menjadi cenderung membeli berdasarkan *mode* atau *trend* yang sedang populer. Menurut Tambunan (2001) alasan para remaja membeli suatu barang karena ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti *mode* yang beredar. Lebih lanjut Hurlock (2002) juga mengungkapkan bahwa penampilan bagi remaja sangat penting, yaitu sebagai daya tarik fisik, usaha mencari dukungan sosial, dan popularitas.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Kanuk dan Schiffman (dalam Sari, 2005) menunjukkan bahwa para remaja yang berusia 16-21 tahun tergolong konsumen yang konsumtif, hal ini dikarenakan para remaja dalam membeli produk ditujukan untuk prestise dan harga diri. Lebih lanjut Monks (dalam Suseno, 2006) juga menjelaskan bahwa konsumen remaja memiliki keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, dan kesenangan musik sehingga kebanyakan remaja membelanjakan uangnya untuk kepentingan tersebut. Kondisi internal dan eksternal yang sama-sama berkejolak dapat mengakibatkan masa remaja menjadi lebih rawan daripada tahap-tahap lain dalam perkembangan jiwa manusia.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif bisa berasal dari internal dan eksternal individu. Menurut hasil wawancara kepada tiga remaja putri yang pernah berbelanja *online* didapatkan kesimpulan bahwa tujuan dari berbelanja *online* adalah karena barang yang dijual menarik, dan merupakan barang yang sedang tren sehingga terkadang membeli barang lebih dari satu. Selain itu ada beberapa kemudahan lain ketika berbelanja *online* seperti barang yang dijual lebih murah, dan tidak perlu repot keluar rumah. Hal ini membuktikan bahwa remaja mempunyai kontrol diri yang rendah terhadap pembelian *online*. Lebih lanjut menurut wawancara dan observasi yang dilakukan oleh Chrisnawati dan Abdullah (2011) kepada empat orang remaja menyatakan bahwa remaja lebih memperhatikan masalah penampilan

khususnya dalam berpakaian, sehingga dalam membeli pakaian tidak disebabkan kebutuhan tetapi karena ada *mode* terbaru.

Sembiring (dalam Sebayang dkk, 2011) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah. Lebih lanjut Grinder (dalam Suseno, 2006) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah sikap hidup manusia yang dikendalikan oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat duniawi semata. Sikap membeli yang berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan.

Pada dasarnya ketika seseorang memutuskan untuk berbelanja atau mengkonsumsi suatu barang dan jasa perlu adanya tahapan dalam pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan menurut Hawkins (dalam Munandar, 2001) yang pertama adalah pengenalan masalah (*problem recognition*), yang kedua pencarian informasi (*information search*), yang ketiga evaluasi dan seleksi (*evaluation and selection*), yang keempat seleksi saluran distribusi dan pelaksanaan keputusan (*outletselection and decision implementasion*), dan yang kelima proses pasca-pembelian (*postpurchase processes*).

Tahapan-tahapan di atas akan membantu seseorang, dalam mengambil keputusan ketika membeli. Pada banyak kasus remajakurang menyadari akan pentingnya tahapan dalam pengambilan keputusan, sehingga mereka membeli tidak sesuai dengan kebutuhan. Seringkali remaja tidak mampu mencermati

perasaan serta menyebabkan pengambilan keputusan yang buruk (Mu'tadin, dalam Melati dkk, 2007).

Dalam proses pengambilan keputusan terutama dalam membeli suatu barang, para remaja membutuhkan suatu kontrol dalam dirinya, kontrol diri ini berfungsi untuk membimbing dan mengarahkan tingkah laku remaja tersebut. Apabila para remaja memiliki kontrol diri yang rendah terhadap pembelian, maka yang terjadi adalah membeli tidak sesuai dengan kegunaan, selain itu juga dapat mengakibatkan pemborosan, mengingat pada umumnya remaja belum memiliki penghasilan sendiri (Ali dan Asrori, 2004). Lebih lanjut Munandar (2001) juga mengungkapkan bahwa remaja masih tergantung dengan orang tua secara ekonomi. Inilah yang harus disadari tidak hanya oleh orang tua, tetapi juga para remaja.

Menurut Chaplin (2008) kontrol diri adalah kemampuan individu untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan, merintangikan impuls-impuls yang ada. Pada dasarnya kontrol diri penting untuk dikembangkan, karena individu tidak hidup sendiri melainkan telah menjadi bagian dari kelompok masyarakat. Sedangkan menurut Harre dan Lamb (dalam Widyasari dan Fridari, 2013) kontrol diri adalah kemampuan untuk menanggulangi kesenangan naluriah langsung dan keputusan untuk memperoleh tujuan masa depan yang biasanya dinilai secara sosial. Lebih lanjut Tangney dkk, (2004) menyatakan bahwa kontrol diri memiliki kapasitas besar dalam memberikan perubahan positif pada kehidupan seseorang.

Pada dasarnya kontrol diri yang rendah mengacu pada ketidakmampuan individu menahan diri dalam melakukan sesuatu serta tidak mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri yang tinggi dapat menahan diri dari hal-hal yang negatif dengan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. kontrol diri akan menjadikan individu lebih dapat memandu mengarahkan, dan mengatur pribadi dengan kuat dan akhirnya akan menuju kepada sesuatu yang baik (Shohibullana, 2014). Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menggunakan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam kondisi yang berbeda atau bervariasi. Individu cenderung akan mengubah perilakunya sesuai dengan permintaan situasi sosial disekitarnya sehingga dapat mengatur kesan yang dibuat oleh perilakunya.

Idealnya seseorang dengan kontrol diri yang tinggi akan mampu mengambil keputusan dengan mempertimbangkan segala sesuatu dengan cermat. Seseorang yang mempunyai kontrol diri yang baik dapat mengendalikan emosi dan dorongan-dorongan pribadi, sehingga akan lebih mudah mengelola perilakunya terutama dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Namun tidak semua orang memiliki kontrol diri yang baik ketika membelanjakan uangnya, sehingga yang terjadi adalah berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan dan mudah terkondisi untuk berperilaku konsumtif. Kejadian semacam ini kerap dialami oleh para remaja yang melakukan pembelian secara *online*, menurut hasil wawancara kepada sejumlah remaja di Universitas Setia Budi Surakarta didapatkan kesimpulan bahwa remaja putri

tersebut tidak dapat menahan diri ketika melihat barang yang menarik dan murah.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa remaja putri sangat rentan terhadap perubahan yang terjadi, dalam hal ini perkembangan perilaku membeli melalui internet atau *online shopping*. Remaja putri akan lebih mudah mengikuti *mode* atau *trend* yang sedang berkembang karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar. Perilaku semacam ini akan berdampak pada proses pembelian yang tidak berdasarkan kebutuhan. Remaja putri akan cenderung untuk berperilaku konsumtif karena kurangnya kemampuan kontrol diri yang dimiliki. Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja putri

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka permasalahan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja putri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja putri.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap disiplin ilmu pengetahuan, khususnya bidang psikologi industri dan organisasi, psikologi perkembangan dan sosial.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi peneliti selanjutnya mengenai perilaku konsumen sebagai referensi teoritis dan empiris.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para praktisi yang bergerak dalam bidang ekonomi dan bisnis untuk memperoleh pengetahuan dan masukan mengenai perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja putri.
- b. Bagi para remaja penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengontrol perilaku dalam berbelanja, sehingga dapat mengantisipasi munculnya perilaku konsumtif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan (Alwi, 2001). Banyak ahli yang mengemukakan mengenai perilaku konsumtif, menurut Munandar (2001) perilaku konsumtif adalah bagian dari aktivitas dan kegiatan mengkonsumsi suatu jasa dan barang yang dilakukan oleh konsumen.

Pendapat lain mengenai perilaku konsumtif juga dikemukakan oleh Grinder (dalam Suseno, 2006) yang mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai sikap hidup manusia yang dikendalikan oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat duniawi semata. Sikap membeli yang berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhandilakukan oleh seseorang demi kesenangan, sehingga menyebabkan pemborosan atau yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumtif.

Pendapat lain mengenai perilaku konsumtif juga dikemukakan oleh Sembiring (dalam Sebayang dkk, 2011) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah. Suatu tindakan yang mendahulukan keinginan tanpa adanya

pertimbangan, akan menjadikan seseorang menjadi boros, bahkan dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif dikemudian hari.

Lebih lanjut Lina dan Rosyid (dalam Imawati dkk, 2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Tanpa adanya pertimbangan yang rasional seseorang akan mudah dalam mengambil keputusan, sekalipun keputusan tersebut akan berdampak negatif bagi dirinya.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli mengenai perilaku konsumtif, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan mengkonsumsi barang atau jasa karena proses pemikiran yang tidak rasional dengan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan, sehingga mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan.

2. Perilaku Konsumtif *Online Shopping*

Online shopping atau *Online shop* merupakan sarana bagi para produsen guna menawarkan barang dan jasa lewat internet. Demikian halnya dengan konsumen atau pengguna lain yang membeli barang lewat BBM atau lebih dikenal dengan toko *online* (Sihombing, 2010). Proses pembelian barang secara *online* dilakukan tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung. Konsumen pada *online shop* dapat melihat dan mencari barang-barang melalui akun media sosial yang dimiliki. Saat ini, media sosial merupakan salah satu sarana yang

menjadi *trend* untuk mempromosikan produk-produk yang dijual oleh produsen. Fungsi tersebut kemudian dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk mengunggah foto-foto produk *online shop* dengan dilengkapi klasifikasi barang serta hargadari produk tersebut. Ollie (2008) mengemukakan bahwa manfaat dari belanja melalui *online shop* adalah memberikan kemudahan karena pelanggan dapat memesan produk dalam waktu 24 jam sehari di manapun berada. Selain itu keuntungan berbelanja *online shop* juga dikemukakan oleh Nuraini (2014) yang menyatakan bahwa berbelanja melalui internet atau *online shopping* menyajikan beberapa kemudahan dalam proses pembelian. Kemudahan berbelanja lewat internet atau *online shop* misalnya dalam proses pembayaran, pembeli tidak perlu bersusah payah untuk keluar rumah cukup dengan mentransfer sejumlah uang, barang yang diinginkan akan sampai ke tempat tujuan. Selain keuntungan di atas apabila konsumen pandai memilih barang, kemungkinan konsumen akan mendapatkan barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Kemudahan ini semakin membuat setiap orang terutama para remaja tertarik untuk membeli produk-produk yang ditawarkan di *online shop*. Pada umumnya produk yang dijual oleh *online shop* merupakan barang *limited edition* serta barang-barang yang sulit dicari melalui toko-toko. Kondisi yang demikian ini semakin membuat para remaja terutama remaja putri tertarik untuk kemudian berbelanja *online*. Perubahan cara berbelanja remaja dikarenakan remaja memiliki kebutuhan yang kompleks.

Kemudahan dalam memperoleh barang melalui *online shop* dikhawatirkan akan berdampak negatif bagi remaja, mereka secara tidak langsung akan terkondisi untuk berperilaku konsumtif, oleh karena itu perlu adanya kontrol diri dari masing-masing individu. Kontrol diri berguna untuk mengatur perilaku mereka ketika akan membeli. Kontrol diri yang rendah dari remaja mengakibatkan remaja dianggap sebagai golongan pasar yang sangat menguntungkan. Para remaja sering dibicarakan dalam masalah pemasaran suatu produk, karena itu sikap dan minat mereka akan sering mewarnai pola membeli keluarga dan mereka ternyata juga cukup berperan dalam pembelian keluarga mereka Reynolds dan Wells (dalam Suseno, 2006).

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian perilaku konsumtif *online shopping* adalah suatu tindakan mengkonsumsi barang atau jasa melalui internet karena proses pemikiran yang tidak rasional dengan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan, sehingga mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Kotler (2000) ada dua, yaitu internal dan eksternal :

a. Faktor Internal

Faktor internal ini juga terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

1) Faktor Psikologis

- (a) Motivasi, dengan adanya motivasi yang tinggi untuk membeli suatu produk, barang/ jasa maka mereka cenderung akan membeli tanpa menggunakan pikiran rasionalnya.
- (b) Persepsi, berhubungan erat dengan motivasi. Dengan persepsi yang baik maka motivasi untuk bertindak akan tinggi, dan ini menyebabkan seseorang bertindak secara rasional.
- (c) Sikap pendirian dan kepercayaan. Melalui bertindak dan belajar seseorang akan memperoleh kepercayaan dan pendirian.

2) Faktor Pribadi

Menurut Kotler (2000), keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu :

- (a) Usia: Usia seseorang akan mempengaruhi seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa, semakin bertambahnya usia maka kebutuhan yang dibeli akan semakin kompleks.
- (b) Pekerjaan: Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula, hal ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.
- (c) Keadaan ekonomi: Seseorang yang mempunyai uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang yang diinginkan, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung berhemat.

- (d) Kepribadian : Kepribadian dapat menentukan pola hidup seseorang, demikian juga perilaku konsumtif pada seseorang dapat dilihat dari tipe kepribadian tersebut.
- (e) Jenis kelamin : Jenis kelamin mempengaruhi kebutuhan membeli karena kebutuhan pria dan wanita berbeda.

b. Faktor Eksternal/Lingkungan

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan dimana seseorang dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal dan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga.

1) Kebudayaan

Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan yang paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang (Kotler, 2000).

2) Kelas sosial

Menurut Mangkunegara (2002) pada dasarnya manusia Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan yaitu :

- (a) Kelas sosial golongan atas memiliki kecenderungan membeli barang-barang yang mahal, membeli pada toko yang berkualitas dan lengkap (toko serba ada, supermarket), konservatif dalam konsumsinya, barang-barang yang dibeli cenderung untuk dapat menjadi warisan bagi keluarganya.

(b) Kelas sosial golongan menengah cenderung membeli barang untuk menampakkan kekayaannya, membeli barang dengan jumlah yang banyak dan kualitasnya cukup memadai. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit, misalnya membeli kendaraan, rumah mewah, dan perabot rumah tangga.

(c) Kelas sosial golongan rendah cenderung membeli barang dengan mementingkan kuantitas daripada kualitasnya. Pada umumnya mereka membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari, memanfaatkan penjualan barang-barang yang diobral atau penjualan dengan harga promosi. Pengelompokan masyarakat di atas dibuat berdasarkan kriteria kekayaan, kekuasaan, kehormatan, dan ilmu pengetahuan. Unsur pokok dalam pembagian kelas dari masyarakat adalah kedudukan (status) dan peranan.

3) Keluarga sangat berpengaruh pada proses membeli seseorang. Intensitas bertemu yang tinggi akan menimbulkan adanya imitasi atau belajar dari pengalaman, sehingga yang terjadi adalah seseorang akan membeli berdasarkan pengalaman yang diperoleh dari keluarga.

Menurut Suyana dan Fransisca (2005) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu :

1. Hadirnya iklan :iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan.

2. Konformitas : adanya norma yang mengikat dalam suatu kelompok mengharuskan seseorang patuh akan norma yang ada. Keberadaan seseorang dapat diakui salah satunya dengan tetap menjaga eksistensi di dalam kelompok tersebut.
3. Gaya hidup : gaya hidup yang mewah dan berlebihan dengan tujuan meneguhkan identitas sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang menjadi konsumtif
4. Kartu kredit : kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunanya. Sehingga penggunanya dapat menggunakan batas kredit yang ada tanpa takut tidak mempunyai uang ketika berbelanja.

2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (dalam Sebayang, 2011) aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu :

- a) Membeli karena ingin mendapatkan hadiah.

Individu memutuskan untuk membeli suatu barang dikarenakan hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

- b) Membeli karena kemasannya menarik.

Para konsumen, terutama remaja sangat mudah terbuju untuk membeli produk yang dikemas dengan unik dan warna-warna yang menarik. Artinya para remaja termotivasi untuk membeli suatu produk hanya karena tampilan dari produk tersebut.

- c) Membeli demi penampilan dan gengsi.

Para remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya para remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan mendapat perhatian dari orang lain. Para remaja umumnya membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan.

- d) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

Barang yang dibeli terkadang mempunyai harga yang murah, sehingga para remaja tidak mempertimbangkan ketika membeli.

- e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Para remaja mempunyai kemampuan yang baik dalam berpenampilan dan berdandan sehingga hal tersebut akan menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar terlihat lebih *up to date* dan “gaul”

- f) Memakai produk karena adanya konformitas.

Para remaja memiliki kecenderungan meniru tokoh yang diidolaknya, baik dalam berpakaian berdandan bahkan dalam berperilaku sehari-hari. Adanya keinginan untuk serupa dengan tokoh yang diidolakan membuat para remaja memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif, sehingga menggunakan barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan.

g) Mencoba lebih dari satu produk sejenis dengan merek yang berbeda.

Para remaja memiliki kecenderungan menggunakan produk yang sama dengan merek yang berbeda dari produk sebelumnya yang ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis terpakai. Hal ini terjadi karena adanya keinginan untuk mencoba berbagai produk yang baru.

Adapun aspek perilaku konsumtif menurut Tambunan (2001) yaitu :

1. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan.

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya

a. Pemborosan

Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

b. Inefisiensi Biaya

Pola konsumsi seseorang mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

2. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata.

Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus *mode*, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa mempedulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Apabila hal seperti itu terjadi justru akan

menimbulkan kecemasan. Rasa cemas disini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

3. Mengikuti *Mode*

Seseorang ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar. Namun sebenarnya yang terjadi adalah mode itu sendiri selalu berubah sehingga seseorang tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.

4. Memperoleh Pengakuan Sosial

Seseorang ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang *up to date*.

Berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yang telah diuraikan, maka peneliti akan menggunakan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono (dalam Sebayang dkk, 2011) karena lebih bersifat penjelasan terhadap keinginan seseorang dalam melakukan pembelian secara berlebihan. Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Sumartono (dalam Sebayang dkk, 2011) yaitu membeli karena ingin mendapatkan hadiah, membeli karena kemasan produk menarik, membeli karena penampilan dan gengsi, membeli karena program potongan harga, membeli demi menjaga status sosial, memakai produk karena pengaruh model yang mengiklankan produk, penilaian bahwa membeli produk mahal akan menimbulkan rasa percaya diri tinggi, membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.

B. Kontrol diri

1. Definisi Kontrol diri

Kontrol diri merupakan hal penting untuk dimiliki setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Tangney (2004) kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilakunya berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai, dan aturan di masyarakat agar mengarah pada perilaku positif.

Sedangkan menurut Sarafino (dalam Melati dkk, 2007) kontrol diri dapat diartikan sebagai keyakinan dalam membuat keputusan dan mengambil tindakan untuk mencapai hasil yang diinginkan dan menghindari hasil yang tidak diinginkan. Kontrol diri penting untuk dimiliki setiap orang guna mengatur perilaku yang tidak dikehendaki yang akan berdampak negatif di kemudian hari.

Pendapat lain mengenai kontrol diri juga dikemukakan oleh Chaplin (2008) yang mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan seseorang untuk membimbing tingkah laku sendiri dalam artian kemampuan seseorang untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Tingkah laku impulsif dikhawatirkan akan muncul ketika seseorang tidak memiliki kontrol diri yang baik.

Lebih lanjut Suyana dan Fransisca (2005) mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan individu untuk menahan keinginan yang bertentangan dengan tingkah laku yang tidak sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Kemampuan individu untuk menahan keinginan yang tidak

sesuai dengan norma diharapkan dapat berdampak positif dan dapat sejalan dengan norma yang ada. Seseorang dapat dikatakan memiliki kontrol diri yang baik ketika orang tersebut dapat mengendalikan perilakunya dengan mempertimbangkan berbagai konsekuensi yang ditimbulkan. Pada dasarnya kontrol diri berfungsi untuk menyalurkan antara keinginan pribadi dan godaan Gul dan Pesendorfer (dalam Suyana dan Fransisca, 2005).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan atau emosi sehingga dapat menekan perilaku yang tidak diinginkan atau tingkah laku impulsif.

2. Kontrol diri pada remaja

Remaja adalah suatu tahap perkembangan antara masa anak-anak dan masa dewasa yang ditandai oleh perubahan-perubahan fisik umum serta perkembangan kognitif dan sosial (Desmita, 2007).

Rentang usia remaja dibedakan menjadi tiga, yaitu usia 12-15 tahun termasuk masa remaja awal, usia 15-18 tahun termasuk masa remaja pertengahan, dan usia 18-21 tahun termasuk masa remaja akhir (Desmita, 2007). Lebih lanjut Monks, dkk (2001) juga membedakan masa remaja menjadi empat bagian, yaitu masa pra-pubertas usia 10-12 tahun, masa remaja awal atau pubertas usia 12-15 tahun, masa remaja pertengahan usia 15-18 dan masa remaja akhir usia 18-21 tahun.

Masa remaja adalah masa dimana individu sedang mencari identitas. Remaja pada umumnya akan mendahulukan untuk menyesuaikan diri dengan standar kelompoknya, dan berusaha untuk mengikuti setiap norma-norma yang

ada di kelompok. Monks, dkk (2001) mendefinisikan remaja adalah usia dimana individu menjadi terintegrasi dalam masyarakat dewasa, dimana pada usia ini anak tidak merasa bahwa dirinya berada dibawah tingkat orang yang lebih tua, tetapi mereka merasa bahwa dirinya sama dengan orang dewasa lain dan bahkan dapat saja mereka berfikir bahwa dirinya sejajar dengan orang dewasa. Meskipun demikian para remaja mulai menuju pada kematangan dan kemasakan, akan tetapi mereka belum dapat menguasai dan menggunakan secara maksimal fisik maupun psikisnya.

Para remaja berusaha menyesuaikan diri dengan standar kelompoknya guna mengikuti norma yang ada dikelompoknya. Karakteristik para remaja yang masih labil dan ingin mencoba segala sesuatu yang baru menjadikan remaja mudah terkondisi untuk mengikuti *tren* atau *mode* yang sedang beredar. Perilaku semacam ini semakin diperkuat dengan munculnya berbagai kemudahan dalam proses pembelian lewat internet atau *online shopping*. Para remaja yang notabene sedang dalam pencarian jati diri akan terpengaruh untuk mengkonsumsi segala sesuatu tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu, sehingga para remaja akan mudah terkondisi untuk membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhan atau lebih dikenal dengan perilaku konsumtif. Didalam kehidupannya.

Salah satu faktor yang berperan dalam pembentukan perilaku konsumtif adalah kurangnya kontrol diri yang dimiliki para remaja. Jika kontrol diri rendah maka para remaja dalam membeli tidak berdasarkan pertimbangan yang

rasional, sedangkan jika kontrol diri tinggi maka para remaja akan lebih bijak ketika membeli dengan pertimbangan yang rasional.

Dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan pengertian dari kontrol diri pada remaja adalah kemampuan para remaja untuk mengendalikan dorongan atau emosi sehingga dapat menekan perilaku yang tidak diinginkan atau tingkah laku impulsif.

3. Aspek-Aspek Kontrol diri

Berdasarkan konsep Averill (dalam Diba, 2014) terdapat aspek kontrol diri yaitu:

1. *Behavioral Control* (Mengontrol Perilaku)

Kesiapan atau tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan ini diperinci lebih lanjut ke dalam dua komponen yaitu, kemampuan mengontrol pelaksanaan yang ditunjukkan dengan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan dirinya sendiri atau sesuatu diluar dirinya, dan kemampuan mengontrol stimulus yang ditunjukkan dengan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi.

2. *Cognitive Control* (Mengontrol Kognisi)

Kemampuan individu untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologi atau untuk mengurangi tekanan. Kemampuan ini diperinci lebih lanjut ke dalam dua

komponen yaitu, kemampuan memperoleh informasi, dengan informasi yang dimiliki individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan secara relatif objektif, dan kemampuan melakukan penilaian ditunjukkan dengan melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara objektif.

3. *Decisional Control* (Mengontrol Keputusan)

Kemampuan mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini atau disetujuinya.

Kemampuan seseorang dalam mengontrol diri terutama membeli ditentukan oleh seberapa jauh aspek itu mendominasi atau terdapat kombinasi dari beberapa aspek mengontrol diri.

Adapun aspek kontrol dirimenurut Tangney (dalam Baumeister dkk, 2007) adalah

1. Kontrol pikiran (*control over thoughts*) yaitu kemampuan seseorang dalam menggunakan kontrol dalam berpikir. Contohnya seseorang dapat memfokuskan pikirannya terhadap sesuatu hal yang menyenangkan, netral, atau suatu sensasi yang berbeda dengan situasi yang dihadapinya.
2. Kontrol emosi (*emotional control*) kemampuan pengaturan emosional yang dimiliki. Contohnya mengatasi rasa malas dan berani menolak sesuatu yang salah.

3. Kontrol dorongan sesaat (*impulse control*) yaitu kemampuan seseorang, untuk mengontrol keinginan yang datang secara tiba-tiba. Contohnya ketika seseorang menginginkan untuk mendapatkan sesuatu secara tiba-tiba, ia harus dapat mengontrol keinginan yang datang tersebut.
4. Regulasi performansi (*performance regulation*) kemampuan seseorang untuk dapat mengontrol segala sesuatu yang dapat membuat seseorang senang dan lupa akan tugas-tugasnya. Menggunakan waktu dengan bijak, menggunakan waktu dengan efektif untuk menyelesaikan pekerjaan.
5. Menghilangkan kebiasaan buruk (*habit breaking*) kemampuan seseorang untuk dapat merintangai segala sesuatu yang dapat memberikan efek buruk atau kebiasaan yang kurang baik. Contohnya menghentikan kebiasaan merokok, menghentikan kebiasaan telat untuk menghindari suatu kegiatan.

Berdasarkan aspek-aspek yang telah diuraikan di atas maka peneliti akan menggunakan aspek yang dikemukakan oleh Averil (dalam Diba, 2014) yang lebih bersifat menyeluruh dan mencakup berbagai kemungkinan dalam kontrol diri secara lebih jelas dan lebih rinci.

C. Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping*

Masa remaja adalah masa transisi anak-anak menjadi dewasa, sehingga para remaja belum mempunyai identitas diri yang mantap. Monks dkk (2001) mengungkapkan bahwa seseorang mengalami banyak perubahan pada masa remaja. Perkembangan sosial remaja ditandai dengan adanya dorongan-dorongan untuk dapat berdiri sendiri dan adanya krisis originalitas pada diri remaja. Sering kali seorang remaja dalam proses pencarian jati diri, mereka

akan sangat peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi. Perubahan ini bisa berasal dari dalam maupun luar remaja. Salah satu perubahan yang nampak jelas terlihat pada cara berbelanja para remaja.

Para remaja, terutama remaja putri dengan karakteristiknya yang suka berdandan akan berpengaruh terhadap gaya berbelanja mereka, hal ini dikarenakan adanya kebutuhan yang kompleks dari remaja putri. Selain itu perubahan gaya berbelanja para remaja juga dipengaruhi oleh adanya *online shopping* yang kian diminati para remaja, sebagai salah satu alternatif dalam berbelanja. *Online shopping* merupakan suatu terobosan baru dalam bidang teknologi guna mempermudah seseorang dalam berbelanja lewat internet. Penggunaan internet dalam berbelanja lebih dikenal dengan sebutan *online shopping* (Sihombing, 2010). Berbagai kemudahan berbelanja lewat internet menjadi pertimbangan para remaja terutama remaja putri dalam menjadikan *online shopping* sebagai salah satu alternatif pilihan dalam berbelanja.

Remaja putri dengan karakteristik selalu ingin mencoba segala sesuatu yang baru membuat remaja putri mudah untuk mengikuti *trend* atau *mode* yang sedang *popular*. Kondisi remaja putri yang gemar berbelanja *online* dikhawatirkan akan memicu munculnya perilaku konsumtif, hal ini dikarenakan secara psikologis mereka masih dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar (Sumartono, 2002). Remaja putri akan menjadi lebih konsumtif apabila membeli barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan yang didahului munculnya perilaku *impulse buying*.

Solomon dan Rabolt (2009) mendefinisikan *impulse buying* sebagai suatu kondisi yang terjadi ketika individu mengalami perasaan terdesak secara tiba-tiba yang tidak dapat dilawan. Kecenderungan untuk membeli secara spontan ini umumnya dapat menghasilkan pembelian ketika konsumen percaya bahwa tindakan tersebut adalah hal yang wajar Rook & Fisher (dalam Solomon dan Robolt, 2009). Lebih lanjut Verplanken & Herabadi (2000) mendefinisikan pembelian impulsif sebagai pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. *Impulse buying* yang terjadi secara terus menerus akan mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja.

Perilaku konsumtif *online shopping* adalah Menurut hasil wawancara kepada sejumlah remaja putri didapatkan data bahwa tujuan dari berbelanja *online* adalah karena barang yang di jual menarik, murah, dan merupakan barang yang sedang tren, sehingga terkadang membeli barang lebih dari satu. Selain itu menurut Fitria (2015) perempuan menjadi semakin konsumtif dalam hal berbelanja *online* untuk memenuhi kebutuhan yang didasari karena keinginan untuk menjaga penampilan sebagai wujud pencapaian identitas diri.

Perubahan perilaku membeli para remaja putri dikarenakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi, salah satunya adalah rendahnya kontrol diri yang dimiliki oleh remaja putri. Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan atau emosi sehingga dapat menekan perilaku yang tidak diinginkan atau tingkah laku impulsif. Adanya kontrol diri akan

menjadikan individu lebih dapat memandu dan mengarahkan, serta mengatur pribadi dengan kuat dan akhirnya akan menuju kepada sesuatu yang baik (Shohibullana, 2014). Lebih lanjut Santrock (2002) menyatakan bahwa kontrol diri cukup berpengaruh dalam pembentukan perilaku remaja. Dengan kata lain, remaja yang memiliki kontrol diri tinggi akan mampu mengatur dan mengarahkan perilakunya.

Seseorang dapat dikatakan memiliki kontrol diri yang baik ketika dapat mengendalikan emosi dan dorongan pribadinya sehingga akan lebih mudah dalam mengelola perilakunya terutama dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Sebaliknya ketika seseorang mempunyai kontrol diri yang rendah maka ketika membeli, orang tersebut cenderung menggunakan pikiran irasionalnya sehingga terkadang membeli tidak sesuai dengan kebutuhan dan membeli tanpa adanya rencana.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri yang dimiliki seseorang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif *online shopping*. Seseorang yang memiliki kontrol diri yang rendah akan mudah untuk berperilaku konsumtif, sedangkan seseorang yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menggunakan pikiran rasionalnya dalam membeli.

D. Hipotesa

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesa dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Semakin rendah kontrol diri yang dimiliki individu maka semakin tinggi adanya kecenderungan individu tersebut untuk berperilaku konsumtif, sebaliknya

semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki individu maka semakin rendah kemungkinan seseorang untuk berperilaku konsumtif.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel penelitian perlu dilakukan sebelum mengumpulkan data. Dengan melakukan identifikasi variabel penelitian, maka akan dapat ditentukan alat pengumpulan data yang sesuai.

Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Dependent Variabel : Perilaku Konsumtif *Online Shopping*
2. Independent Variabel : Kontrol diri

B. Definisi Operasional

1. Perilaku Konsumtif *Online Shopping*

Perilaku konsumtif *online shopping* adalah suatu tindakan mengkonsumsi barang atau jasa melalui internet karena proses pemikiran yang tidak rasional dengan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan, sehingga mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Dalam penelitian ini aspek yang digunakan adalah aspek yang dikemukakan oleh Sumartono (dalam Sebayang, 2011) yaitu membeli karena ingin mendapatkan hadiah, membeli karena kemasan produk menarik, membeli karena penampilan dan gengsi, membeli karena program potongan harga, membeli demi menjaga status sosial, memakai produk karena pengaruh model yang mengiklankan produk, penilaian bahwa membeli produk mahal akan menimbulkan rasa percaya diri tinggi, membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.

2. Kontrol diri

Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan atau emosi sehingga dapat menekan perilaku yang tidak diinginkan atau tingkah laku impulsif. Dalam penelitian ini aspek yang akan digunakan adalah aspek yang dikemukakan oleh Averil (dalam Diba, 2014) yang terdiri dari *behavior control* (mengontrol perilaku), *cognitive control* (mengontrol kognisi), *decisional control* (mengontrol keputusan).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Kelompok subjek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik bersama yang membedakan dari kelompok subjek yang lain (Azwar, 2007). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja putri yang berstatus sebagai mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta. Berdasarkan fenomena yang didapatkan melalui wawancara kepada sejumlah remaja putri Universitas Setia Budi Surakarta yang melakukan pembelian secara *online*, maka peneliti akan melakukan penelitian di Universitas Setia Budi Surakarta.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi (Azwar, 2007) sedangkan Hadi (2000) menjelaskan bahwa sampel adalah sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari populasi. Lebih lanjut (Arikunto, 2006)

menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya (Arikunto, 2006).

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah remaja putri usia 18-21 tahun Universitas Setia Budi Surakarta yang pernah berbelanja *online* dan belum bekerja (belum mempunyai penghasilan). Metode yang akan digunakan untuk pengambilan sampel adalah *Incidental Purposive Sampling*. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 orang remaja putri, yang berstatus sebagai mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta.

D. Metode Pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan data yang bersifat kuantitatif, sehingga data dapat dianalisis dengan pendekatan statistik. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode skala.

Skala adalah sehimpunan lambang atau simbol atau sekumpulan angka yang disusun tertentu (Hadi, 2000). Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa skala adalah sehimpunan lambang atau simbol atau angka yang disusun secara berjenjang atau teratur berdasarkan atas lambang atau simbol angka tersebut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif *online shopping*.

Pengukuran skala bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja. Metode pengumpulan data melalui skala ini merupakan *self report* yang didasarkan pada anggapan bahwa subjek adalah orang yang paling tau tentang dirinya dan apa yang dinyatakan oleh dirinya, apa yang dinyatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar atau dapat dipercaya, dan interpretasi subjek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan adalah sama dengan apa yang dimaksud dengan peneliti (Hadi, 2000).

1. Perilaku konsumtif *online shopping*

Pengukuran skala ini menggunakan metode skala likert yang disusun oleh peneliti. Item-item tersebut dikelompokkan kedalam item *favorable* dan item *unfavorable*. Untuk item *favorable* mempunyai skor sebagai berikut :

- a. Sangat Sesuai (SS) : 4
- b. Sesuai (S) : 3
- c. Tidak Sesuai (TS) : 2
- d. Sangat Tidak Sesuai (STS) : 1

Pernyataan skala yang mengandung item *unfavorable* mempunyai skor sebagai berikut :

- a. Sangat Sesuai (SS) : 1
- b. Sesuai (S) : 2
- c. Tidak Sesuai (TS) : 3
- d. Sangat Tidak Sesuai (STS) : 4

Skor total skala perilaku konsumtif *online shopping* menunjukkan perilaku konsumtif yang dimiliki individu tersebut. Semakin tinggi skor perilaku konsumtif, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif yang dimiliki individu tersebut, demikian sebaliknya semakin rendah skor skala perilaku konsumtif maka semakin rendah pula kecenderungan individu dalam berperilaku konsumtif. Butir-butir skala yang mengungkap perilaku konsumtif *online shopping* dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel.1
Blue print skala perilaku konsumtif *online shopping*

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah Aitem
		Favorable	Unfavorable	
Membeli karena ingin mendapatkan hadiah	Membeli barang yang kurang bermanfaat dan untuk mendapatkan hadiah	1,3	44, 46	4
Membeli karena kemasan produk menarik	Membeli produk yang unik	5, 7	40, 42	4
Membeli karena penampilan dan gengsi	Pembelian untuk meningkatkan penampilan	9, 11	36, 38	4
	Pembelian karena gengsi	13, 15	32, 34	4
Membeli karena program potongan harga	Pembelian karena tertarik pada potongan harga	17, 19	28, 30	4
Membeli demi menjaga status sosial	Membeli karena ingin mengikuti orang dengan status sosial	21, 23	24, 26	4

	lebih tinggi			
	Membeli supaya lebih terlihat <i>up to date</i>	25, 27	20, 22	4
Memakai produk karena pengaruh model yang mengiklankan produk	Membeli untuk mengikuti atau mirip dengan model iklan dengan memakai produk yang sama	29, 31	16, 18	4
	Memakai produk karena model iklan adalah idola	33, 35	12, 14	4
Penilaian bahwa membeli produk mahal akan menimbulkan rasa percaya diri tinggi	Memiliki kepercayaan diri yang kurang	37	10	2
	Percaya diri saat menggunakan barang mahal	39	8	2
Membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda	Membandingkan barang sejenis dengan merek yang berbeda	41, 43	4, 6	4
	Pembelian dilakukan karena menyukai jenis produk sehingga ingin memiliki produk lebih dari satu	45	2	2
Jumlah total		23	23	46

2. Kontrol diri

Pengukuran skala ini menggunakan metode skala Likert yang disusun oleh peneliti. Skala kontrol diri ini menggunakan empat pilihan jawaban. Item-item tersebut dikelompokkan ke dalam item *favorable*

dan item *unfavorable*, dengan pemberian nilai yang berbeda. Pernyataan dalam skala yang mengandung item *favorable* mempunyai skor sebagai berikut :

- a. Sangat Sesuai (SS) : 4
- b. Sesuai (S) : 3
- c. Tidak Sesuai (TS) : 2
- d. Sangat Tidak Sesuai (STS) : 1

Pernyataan dalam skala yang mengandung item *unfavorable* mempunyai skor sebagai berikut :

- a. Sangat Sesuai (SS) : 1
- b. Sesuai (S) : 2
- c. Tidak Sesuai (TS) : 3
- d. Sangat Tidak Sesuai (STS) : 4

skor total skala kontrol dirimenunjukkan kontrol diri yang dimiliki individu tersebut. Semakin tinggi skor kontrol diri yang dimiliki individu maka semakin tinggi pula kontrol diri atas perilaku konsumtifnya, demikian sebaliknya semakin rendah skor skala kontrol diri maka semakin rendah pula kontrol diri yang dimiliki individu atas perilaku konsumtifnya.

Butir-butir angket yang mengungkap perilaku konsumtif *online shopping* dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel.2
Blue print Skala kontrol diri

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Kontrol ,perilaku (<i>behavioral control</i>)	Mampu mengatur dan mengetahui bagaimana dan kapan suatu tindakan harus dihadapi sesuai situasi dan keadaan	1, 2, 3, 7, 8, 9, 13, 14	35, 36, 40, 41, 42, 46, 47, 48	16
Kontrol Kognitif (<i>cognitive control</i>)	Kemampuan memperoleh informasi	15, 19, 20	29, 30, 34	6
	Kemampuan mengantisipasi keadaan dengan berbagai pertimbangan dan penilaian serta memperhatikan segi-segi positif secara objektif	21, 25, 26, 27, 31	18, 22, 23, 24, 28	10
Kontrol dalam mengambil keputusan (<i>decisional control</i>)	Kemampuan memilih tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini dan disetujui	32, 33, 37, 38, 39, 43, 44, 45	4, 5, 6, 10, 11, 12, 16, 17	16
Jumlah Total		24	24	48

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Menurut Azwar (2013), validitas berasal dari kata *validity* yaitu sejauhmana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi

apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur sesuai dengan tujuan pengukuran. Akurat yang dimaksud adalah cermat dan tepat. Pengukuran memiliki validitas rendah apabila tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Suatu pengukuran dikatakan valid atau tidak tergantung pada mampu dan tidaknya alat ukur tersebut dalam mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat. Azwar (1999) menyatakan bahwa tipe validitas pada umumnya digolongkan pada tiga kategori, yaitu validitas isi (*content validity*) yang didalamnya termasuk validitas construct (*construct validity*) dan yang ketiga validitas berdasarkan kriteria (*criterion related validity*) yang didalamnya termasuk validitas prediksi (*predictive validity*) dan validitas konkuren (*concurrent validity*).

Validitas alat ukur dalam penelitian ini dengan menggunakan validitas isi. Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi melalui pengujian terhadap kelayakan atau relevansi isi tes dengan analisis rasional oleh panel yang berkomponen atau dengan *expert judgement*. Validitas isi menunjukkan apakah masing-masing item dalam tes layak untuk mengungkapkan atribut yang diukur sesuai dengan indikator perilaku dan apakah item dalam tes telah mencakup keseluruhan domain isi yang akan diukur.

2. Reliabilitas

Menurut Arikunto (2002), reliabilitas adalah suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Sedangkan Azwar (2001) menyatakan bahwa reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil suatu pengukuran akan dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah. Reliabilitas dari kedua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel perilaku konsumtif *online shopping* dan variabel kontrol diri. Ini akan diuji dengan menggunakan pendekatan *single trial administration* dan dengan uji reliabilitas alpha cronbach (Azwar, 2013). Perhitungan reliabilitas alpha cronbach dilakukan dengan menggunakan bantuan *Statistical Packages For Social Science (SPSS) 20.0 for windows release*.

F. Metode Analisis data

Metode analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah data, menganalisa hasil penelitian untuk diuji kebenarannya, kemudian akan diperoleh suatu kesimpulan dari penelitian tersebut. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode statistik.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan korelasi *product moment* dari Pearson. Dengan menguji normalitas dan linearitas. Perhitungan analisis data tersebut dengan menggunakan perhitungan statistik yang dilakukan dengan bantuan komputer

yaitu menggunakan *Statistical Packages For Social Science (SPSS) 20.0 for windows release*.

BAB IV

PELAKSANAAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Persiapan Penelitian

1. Orientasi Kancah Penelitian

a. Sejarah Perkembangan Universitas Setia Budi Surakarta

Universitas Setia Budi merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang beralamat di JL. Let.Jen.Sutoyo, Mojosongo-Solo 57127. Pendirian Yayasan Pendidikan Setia Budi dengan Akta Notaris Ruth Karliena, SH., Surakarta Nomor 184, tanggal 22 April 1985 oleh keluarga Drs. Yahya Andrianto dan diperbaharui dengan Akta Notaris Djedjem Widajaja, SH., MH., Jakarta Nomor 39, tanggal 21 Februari 2002, dimana pendiri dan pengurusnya menjadi keluarga DR. Soejarwo.

Berawal dari Akademi Analis Kesehatan dengan SK Menteri Kesehatan RI Nomor 112/KEP/DIKLAT/KES/83, tanggal 21 Juli 1983 dan terus berkembang yaitu dengan didirikannya :

Akademi Analis Farmasi dengan SK Menteri Kesehatan RI Nomor : 2646/Kep/Diknakes/VIII/1987, tanggal 12 Agustus 1987, yang berubah namanya menjadi Akademik Analis Farmasi dan Makanan berdasarkan surat dari Departemen Kesehatan RI Nomor : DL.02.01.1.1.3099, tanggal 29 September 1997.

1. Akademik Teknik Kimia dengan SK Mendikbud RI Nomor : 0125/O/1989, tanggal 8 Maret 1989 dengan Program Studi DIII

Analisis Kimia. Kemudian terjadi perubahan bentuk menjadi Sekolah Tinggi Teknik Kimia Surakarta dengan SK Mendikbud RI Nomor : 103/D/O/1994, tanggal 19 Desember 1994 dengan Program Studi S1 Teknik Kimia, S1 Farmasi, D3 Analisis Kimia, D3 Teknik Kimia Pangan, D3 Teknik Kimia Farmasi. Menjadi Universitas Setia Budi dengan SK Mendikbud RI Nomor 77/D/O/1997, tanggal 11 November 1997 dengan 5 (lima) Fakultas, yaitu : Fakultas Farmasi, Fakultas Teknik, Fakultas Biologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi.

2. Teknik Gigi dengan SK Menkes RI Nomor : HK.00.06.1.1.3046 tanggal 9 Juli 1992.
3. Akademi Farmasi dengan SK Menkes RI Nomor : HK.00.06.1.1.347.2 tanggal 2 Februari 1998.

Berdasarkan ijin dari Dirjen Dikti RI Nomor 3954/D/T/2001, tanggal 28 Desember 2001, penyelenggaraan Program Studi D3 Analisis Kesehatan, D3 Analisis Farmasi dan Makanan, serta D3 Farmasi terintegrasi pada Universitas Setia Budi.

b. Visi dan Misi Universitas Setia Budi Surakarta

Visi Universitas Setia Budi

USB menjadi perguruan tinggi yang sehat dan bermutu, berperan aktif di tingkat nasional dalam pengembangan iptek, menghasilkan insan yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berbudi pekerti luhur, cerdas, dan trampil, pada tahun 2020.

	Transfer/Pindahan										
	S-1 Teknik Industri Perpanjangan MS	2	-	-	-	-	-	-	2		2
F	D-III Analisis Kimia	8	7	7	-	-	-	-	22	1	23
	D-III Analisis Kimia Pindahan	-	-	-	-	-	-	-	-		-
J	D-III Analisis Kesehatan	98	95	66	-	-	-	-	259		259
	D-III Analisis Kesehatan Pindahan	1	-	-	-	-	-	-	1		1
N	D-IV Analisis Kesehatan Reguler	85	55	38	40	4	-	-	222		222
	D-IV Analisis Kesehatan Transfer	28	-	-	-	-	-	-	28		28
	D-IV Analisis Kesehatan Pindahan	-	-	-	-	-	-	-	-		-
K	S-1 Psikologi	20	15	15	12	4	1	1	68	1	69
	S-1 Psikologi Transfer/Pindahan	-	-	2	1	-	1	-	4		4
L	S-1 Manajemen	38	22	25	17	3	-	-	105		105
	S-1 Manajemen Transfer/Pindahan	-	3	2	-	-	-	-	5		5
M	S-1 Akuntansi	26	19	21	19	-	-	-	85		85
	S-1 Akuntansi Transfer/Pindahan	-	-	-	-	-	-	-	-		-
P	Apoteker XXIX (Feb 2015)		1	-	-	-	-	-	1		1
	Apoteker XXX (Sept 2015)	157	-	-	-	-	-	-	157		157
	Apoteker XXXI (Feb 2016)	150	-	-	-	-	-	-	150		150
U	S2 Farmasi IX (Sept 2012)		-	-	11	-	-	-	11		11
	S2 Farmasi X (Feb 2013)		-	-	6	-	-	-	6		6
	S2 Farmasi XI (Sept 2013)		-	3	-	-	-	-	3		3
	S2 Farmasi XII (Feb 2014)		-	12	-	-	-	-	12		12
	S2 Farmasi XIII (Sept 2014)		41	-	-	-	-	-	41		41
	S2 Farmasi XIV (Feb 2015)		20	-	-	-	-	-	20		20
	S2 Farmasi	28	-	-	-	-	-	-	28		28

	XV (Sept 2015)										
	S2 Farmasi XVI (Feb 2016)	5	-	-	-	-	-	-	5		5
	JUMLAH	1,046	674	562	387	53	13	10	2,745	7	2,752

2. Proses Perijinan dan Persiapan Alat Ukur

Proses perijinan untuk pelaksanaan *try out* dan penelitian yang bertempat di Universitas Setia Budi Surakarta telah mendapatkan surat ijin dari Dekan Fakultas Psikologi, kemudian surat tersebut diserahkan kepada staf Universitas Setia Budi Surakarta bagian kemahasiswaan. Pada tanggal 12 April 2016 Peneliti mendapatkan surat balasan dari Universitas setia Budi Surakarta yang isinya pihak Universitas memberikan ijin untuk diadakannya penelitian di Universitas Setia Budi Surakarta. Secara umum proses perijinan di Universitas Setia Budi Surakarta dapat dikatakan lancar, sehingga dalam pengambilan data tidak menemui kesulitan yang berarti.

Setelah proses perijinan selesai maka proses selanjutnya adalah mempersiapkan alat ukur, hal ini dikarenakan suatu penelitian akan dipertanggung jawabkan untuk mempertahankan dan mengusahakan ketelitian metode yang akan digunakan. Penelitian dimulai dengan menyusun alat ukur, alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala perilaku konsumtif *online shopping* dan skala kontrol diri.

3. Uji Coba Alat Ukur

Sebelum digunakan untuk penelitian alat ukur akan diujicobakan terlebih dahulu, hal tersebut dikarenakan skala kontrol diri merupakan skala yang dibuat sendiri oleh peneliti dan skala perilaku konsumtif *online shopping* merupakan modifikasi dari penelitian sebelumnya sehingga ada beberapa item skala yang ditambahkan. Tujuan uji coba yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui kelayakan suatu skala penelitian. Uji coba akan dilakukan kepada mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta.

Uji coba alat ukur dilaksanakan pada tanggal 18-22 April 2016 dengan memberikan skala kontrol diri yang berjumlah 48 aitem dan dan skala perilaku konsumtif *online shopping* yang berjumlah 46 aitem. Total yang akan diujicobakan adalah sejumlah 50 eksemplar.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Data yang diperoleh dari hasil skoring kemudian ditabulasikan ke dalam *Microsoft Excel For Windows 2010* dan dianalisis untuk mengetahui validitas dan reliabilitas alat ukur. Uji validitas Perilaku konsumtif *online shopping* dan kontrol diri dilakukan dengan menggunakan teknik *Product Moment* dari *Pearson* yang dibantu dengan *Statistical Package For the Social Software (SPSS)* versi 20.0. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel (dengan signifikansi 0,05) maka aitem tersebut berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)

- b. Jika r hitung $\leq r$ tabel (dengan signifikansi 0,05) maka aitem tersebut tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Sedangkan uji reliabilitas terhadap alat ukur menggunakan *alpha chronbach* yang dibantu dengan program *Statistical Package For the Social Software* (SPSS) versi 20.0. Pada umumnya suatu koefisien reliabilitas harus diusahakan setinggi mungkin sekitar 0,900 agar dianggap memuaskan (Azwar, 2001). Penghitungan data yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan program *SPSS for windows 20.0*. Pengolahan data yang telah dilakukan mendapatkan hasil yaitu koefisien reliabilitas untuk skala kontrol diri 0,916 dan reliabilitas untuk perilaku konsumtif *online shopping* adalah 0,942 sedangkan untuk batas minimum koefisien reliabilitas untuk penelitian sebesar 0,800 (Azwar, 2013), sehingga pada uji coba ini alat ukur dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

- a. Skala Perilaku konsumtif *online shopping*

Uji coba skala perilaku konsumtif *online shopping* berjumlah 46 aitem dengan rincian 23 aitem favorable dan 23 aitem unfavorable. Berdasarkan hasil uji validitas skala kontrol diri dapat diketahui dari 50 aitem yang diujicobakan, terdapat 6 aitem yang dinyatakan gugur, yaitu aitem nomor 1,5,16,19,20,34 sedangkan aitem yang valid sebanyak 40 aitem. Aitem-aitem yang valid yaitu nomor 2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,21,22,23,24,25,26,27,28,29,3

0,31,32,33,35,36,37,38,39,40. Rincian aitem yang valid dan gugur dapat dilihat pada tabel 3.

Hasil uji reliabilitas skala perilaku konsumtif *online shopping* menunjukkan koefisien reliabilitas sebesar 0,942 Hal ini berarti bahwa koefisien reliabilitas skala perilaku konsumtif *online shopping* termasuk dalam kategori tinggi, sehingga skala perilaku konsumtif *online shopping* dianggap baik dan reliabel untuk dipergunakan sebagai alat ukur suatu penelitian. Skala perilaku konsumtif *online shopping* terdapat 6 aitem yang tidak valid dan tidak diikutsertakan dalam skala kontrol diri yang akan digunakan untuk penelitian. Hasil uji validitas dan reliabilitas selengkapnya dapat dilihat pada lampiran

b. Kontrol diri

Uji coba skala kontrol diri berjumlah 48 aitem dengan rincian 24 aitem favorabel dan 24 aitem unfavorabel. Hasil uji validitas skala kontrol diri dapat diketahui dari 50 aitem yang diujicobakan, terdapat 20 aitem yang dinyatakan gugur, yaitu aitem nomor 1,5,7,8,10,11,12,13,16,18, 19,20,21,26,27,29,33,36,42,43, sedangkan aitem yang valid sebanyak 28 aitem Aitem-aitem yang valid yaitu nomor 2,3,4,6,9,14,15,17,22,23,24,25,28,30,31,32,34,35,37,38,39,40,41,44,45,46,47,48. Rincian aitem yang valid dan gugur dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel.3

Skala Perilaku konsumtif *online shopping* setelah uji coba

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
Membeli karena ingin mendapatkan hadiah	Membeli barang yang kurang bermanfaat dan untuk mendapatkan hadiah	*1,3(1)	44(39), 46(40)	3
Membeli karena kemasan produk menarik	Membeli produk yang unik	*5, 7(2)	40(37), 42(38)	3
Membeli karena penampilan dan gengsi	Pembelian untuk meningkatkan penampilan	9(3),11(4)	36(31), 38(32)	4
	Pembelian karena gengsi	13(9),15(10)	32(30), *34	3
Membeli karena program potongan harga	Pembelian karena tertarik pada potongan harga	17(11),*19	28(24), 30(29)	3
Membeli demi menjaga status sosial	Membeli karena ingin mengikuti orang dengan status sosial lebih tinggi	21(12), 23(17)	24(22), 26(23)	4
	Membeli supaya lebih terlihat <i>up to date</i>	25(18), 27(19)	*20, 22(21)	3
Memakai produk karena pengaruh model yang mengiklan	Membeli untuk mengikuti atau mirip dengan model iklan dengan memakai produk yang	29(20), 31(25)	*16,18(16)	3

kan produk	sama			
	Memakai produk karena model iklan adalah idola	33(26), 35(27)	12(14), 14(15)	4
Penilaian bahwa membeli produk mahal akan menimbulkan rasa percaya diri tinggi	Memiliki kepercayaan diri yang kurang	37(28)	10(13)	2
	Percaya diri saat menggunakan barang mahal	39(33)	8(8)	2
Membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda	Membandingkan barang sejenis dengan merek yang berbeda	41(34), 43(35)	4(6),6(7)	4
	Pembelian dilakukan karena menyukai jenis produk sehingga ingin memiliki produk lebih dari satu	45(36)	2(5)	2
Jumlah total		20	20	40

Keterangan :

* Aitem gugur

() Nomor aitem baru

Tabel.4
Blue Print Skala Kontrol diri

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Kontrol ,perilaku (<i>behavioral control</i>)	Mampu mengatur dan mengetahui bagaimana dan kapan suatu tindakan harus dihadapi sesuai situasi dan keadaan	*1, 2(1),3(3), *7,*8, 9(5), *13, 14(7)	35(20),*36, 40(22),41(24),*42, 46(26), 47(27), 48(28)	10
Kontrol Kognitif (<i>cognitive control</i>)	Kemampuan memperoleh informasi	15(9),*19, *20	*29, 30(16), 34(18)	3
	Kemampuan mengantisipasi keadaan dengan berbagai pertimbangan dan penilaian serta memperhatikan segi-segi positif secara objektif	*21, 25(11), *26, *27, 31(13)	*18, 22(8), 23(10), 24(12), 28(14)	6
Kontrol dalam mengambil keputusan (<i>decisional control</i>)	Kemampuan memilih tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini dan disetujui	32(15), *33, 37(17), 38(19), 39(21), *43, 44(23), 45(25)	4(2), *5, 6(4), *10, *11, *12, *16, 17(6)	9
Jumlah Total		13	15	28

Keterangan :

* Aitem gugur

() Nomor aitem baru

B. Pelaksanaan Penelitian

1. Pengumpulan Data

Pengambilan data dilakukan di Universitas Setia Budi pada tanggal 30 April-14 Mei 2016 setiap hari secara bertahap. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mendatangi satu persatu mahasiswi untuk dimintai mengisi kuesioner. Penelitian dilakukan di Universitas Setia Budi pada waktu mahasiswi sedang beristirahat maupun pulang kuliah, sehingga tidak mengganggu jam perkuliahan.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan subjek penelitian sebanyak 100 orang. Penyebaran skala dilakukan sendiri oleh peneliti. Peneliti menghampiri sendiri subjek yang sesuai dengan kriteria kemudian peneliti menjelaskan mengenai maksud dan tujuan penelitian sebelum meminta tolong kepada subjek penelitian untuk mengisi skala, apabila subjek sedang tidak sibuk dan bersedia untuk mengisi maka skala penelitian diberikan untuk diisi. Peneliti memberi tahu cara pengisian agar subjek paham mengenai cara pengisian. Pengisian dilakukan langsung ketika skala diberikan kepada subjek dan peneliti juga berada di dekat subjek selama proses pengisian skala sampai selesai, kemudian peneliti menerima skala yang sudah di isi sesaat setelah subjek selesai mengisi skala.

3. Pelaksanaan Skoring

Skala yang telah terkumpul, kemudian diberikan skor sesuai dengan kriteria penelitian yang telah ditentukan. Cara pemberian skor pada skala perilaku konsumtif *online shopping* adalah sebagai berikut :

Pernyataan skala yang mengandung item *favorable* mempunyai skor :

- a. Skor 4 : untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS)
- b. Skor 3 : untuk pilihan jawaban Sesuai (S)
- c. Skor 2 : untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS)
- d. Skor 1 : untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS)

Pernyataan skala kontrol diri yang mengandung item *unfavorable* mempunyai skor sebagai berikut :

- a. Skor 1 : untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS)
- b. Skor 2 : untuk pilihan jawaban Sesuai (S)
- c. Skor 3 : untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS)
- d. Skor 4 : untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS)

C. Analisis Data Penelitian

1. Uji Asumsi Dasar

Sebelum melakukan analisis data penelitian dengan teknik korelasi *product moment* dari *Pearson*, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi dasar yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Uji asumsi ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program *Statistical Package For the Social Software* (SPSS) versi 20.0.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan memiliki sebaran yang normal atau tidak. Perhitungan uji normalitas pada sebaran data ini menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan program *Statistical Package For the Social*

Software (SPSS) versi 20.0. Sebaran dapat dikatakan normal apabila $p > 0,05$.

Dari hasil uji normalitas pada penelitian ini, sebaran data variabel kontrol diri memiliki nilai *Kolmogorov-SmirnovZ* sebesar 1,146 dengan taraf signifikansi 0,145 ($p > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data variabel kontrol diri terdistribusi secara normal. Sedangkan variabel perilaku konsumtif memiliki nilai *Kolmogorov-SmirnovZ* sebesar 1,256 dengan taraf signifikansi 0,085 ($p > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data variabel perilaku konsumtif terdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas pada variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif terlampir pada lampiran F.

b. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung bersifat linear atau tidak. Perhitungan uji linearitas menggunakan *Statistical Package For the Social Software* (SPSS) versi 20.0. Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dapat dikatakan linear apabila $p < 0,05$.

Hasil Uji linearitas menunjukkan bahwa kontrol diri dengan perilaku konsumtif memiliki $F=7,902$ dan $p = 0,006$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa uji linearitas antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dapat digunakan untuk memprediksikan hubungan antara kedua variabel tersebut. Hasil perhitungan selanjutnya dapat dilihat pada lampiran F.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan setelah uji asumsi terpenuhi. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi. Hasil uji normalitas dan uji linearitas menunjukkan bahwa data yang terkumpul memenuhi syarat untuk dilakukan analisis, selanjutnya yaitu menguji hipotesis dengan teknik korelasi *Product Moment* dari *Pearson*.

Hasil analisis data penelitian menunjukkan koefisien korelasi (r) sebesar $-0,273$ dengan $p = 0,006$ ($p < 0,01$) antara variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Sedangkan daerah hubungannya adalah negatif karena nilai r negatif, berarti semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif para mahasiswi. Perhitungan selanjutnya dapat dilihat pada lampiran F.

3. Analisis deskriptif

Tujuan dilakukannya analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran secara umum mengenai kondisi kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi yang akan diteliti. Berikut adalah deskripsi data penelitian sebagai gambaran umum penelitian :

Tabel.5
Deskripsi Statistik Data

Statistik	Kontrol diri		Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i>	
	Hipotetik	Empirik	Hipotetik	Empirik
X maximal	112	90	160	133
X minimal	28	47	40	71
Mean	70	49,27	100	131,17
Standar Deviasi	14	4,381	20	3,980

Mean empirik variabel kontrol diri adalah 49,27 sedangkan mean hipotetiknya adalah 100, hal ini berarti secara umum subjek pada penelitian ini memiliki kontrol diri yang rendah. Sedangkan untuk variabel perilaku konsumtif *online shopping* mean empiriknya adalah 131,17 lebih tinggi dari hipotetiknya, yang berarti subjek memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif *online shopping*.

Berdasarkan tabel hasil analisis deskriptif, langkah selanjutnya adalah mengkategorisasikan subjek secara normatif untuk memberikan interpretasi skor skala pada skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif. Kontinum untuk skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif dibagi menjadi 5 kategori, yaitu, sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, sangat rendah. Norma kategorisasi yang digunakan untuk kedua variabel dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel.6
Norma Kategori Skor Subjek

Kategori	Norma
Sangat Tinggi	$M+1,5 SD \leq X$
Tinggi	$M+0,5 SD, <X \leq M+1,5 SD$
Sedang	$M-0,5 SD, <X \leq M+0,5 SD$
Rendah	$M-1,5 SD, <X \leq M-0,5 SD$
Sangat Rendah	$X \leq M-1,5 SD$

Keterangan :

X : Skor yang diperoleh subjek pada skala

SD : Standar Deviasi

M : Mean

Tabel.7
Deskripsi Kategori Variabel Penelitian

Variabel	Kategori	Rentang Nilai	Frekuensi	%
Kontrol diri	Sangat Tinggi	$91, \leq X$	0	0%
	Tinggi	$77, X \leq 91$	13	13%
	Sedang	$63, < X \leq 77$	47	47%
	Rendah	$49, < X \leq 63$	26	26%
	Sangat Rendah	$X, \leq 49$	14	14%
Perilaku Konsumtif Online shopping	Sangat Tinggi	$130, \leq X$	2	2%
	Tinggi	$110, X \leq 130$	21	21%
	Sedang	$90 < X \leq 110$	62	62%
	Rendah	$70 < X \leq 90$	15	15%
	Sangat Rendah	$X \leq 70$	0	0%

1. Skala kontrol diri

Dari tabel 6 menjelaskan mengenai tingkat kontrol diri dari mahasiswi yang melakukan pembelian terhadap *online shop*. Semakin rendah skor yang diperoleh maka menunjukkan bahwa kontrol diri sangat rendah, sebaliknya semakin tinggi skor yang diperoleh maka menunjukkan kontrol diri yang tinggi pada mahasiswi.

Skor minimal skala kontrol diri adalah $28 \times 1 = 28$ dan skor maksimal skala kontrol diri adalah $28 \times 4 = 112$. Data penelitian menunjukkan bahwa skor terendah yang diperoleh adalah 47 dan skor tertinggi adalah 90.

1. Perilaku konsumtif *online shopping*

Dari tabel 6 menjelaskan mengenai tingkat konsumtif *online shopping* pada mahasiswi. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka menunjukkan bahwa perilaku konsumtif sangat tinggi., sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh maka menunjukkan bahwa perilaku konsumtif *online shopping* tergolong rendah.

Skor minimal skala perilaku konsumtif adalah $40 \times 1 = 40$ dan skor maksimal skala perilaku konsumtif adalah $40 \times 4 = 160$. Data penelitian menunjukkan bahwa skor terendah yang diperoleh adalah 90 dan skor tertinggi yang diperoleh adalah 133.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tambahan dari hasil pengisian kuesioner, yaitu presentase pembelian *online* mahasiswi dalam satu bulan. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel.8
Pembelian secara *online* dalam satu bulan

Pembelian <i>online</i> dalam satu bulan	Jumlah mahasiswi	Presentase
1 kali	52	52%
2-3 kali	45	45%
4-6 kali	3	3 %
>6 kali	0	0%
Jumlah	100	100 %

Data pendukung lain yang di dapat dari pengisian kuesioner yaitu presentase pembelian *online* berdasarkan usia. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel.9
Pembelian *online* berdasarkan usia

Usia	Jumlah mahasiswi	Presentase
18 tahun	51	51 %
19 tahun	15	15 %
20 tahun	9	9 %
21 tahun	14	14 %
Jumlah	100	100 %

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi Universitas setia Budi Surakarta. Subjek penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta. Penelitian ini melibatkan 100 orang mahasiswi usia 18-21 tahun dengan karakteristik pernah berbelanja *online*. Hasil analisa data penelitian ini menggunakan *product moment* dari Person. Berdasarkan hasil hipotesis dalam penelitian ini diperoleh hasil korelasi antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi sebesar -0,273 dengan $p= 0,006$ ($p<0,01$) yang berarti ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesa diterima. Kontrol diri pada mahasiswi yang rendah akan berpengaruh terhadap perilaku mahasiswi yang melakukan pembelian secara *online* sehingga akan mengakibatkan mahasiswi berperilaku konsumtif *online shopping*.

Diterimanya hipotesis menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta. Hasil ini sejalan dengan penelitian Chita dkk (2015)

yang telah melakukan penelitian tentang hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk fashion pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. Penelitian tersebut menemukan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* dengan nilai korelasi sebesar -0,485.

Kontrol diri pada seseorang memiliki peran dalam usaha mempertimbangkan perilakunya, terutama perilaku pembelian secara *online*. Santrock (2002) menyatakan bahwa kontrol diri cukup berpengaruh dalam pembentukan perilaku remaja. Dengan kata lain, remaja yang memiliki kontrol diri tinggi akan mampu mengatur dan mengarahkan perilakunya. Kontrol diri yang tinggi pada pembelian *online* akan menghindarkan mahasiswi dari pembelian barang-barang yang kurang bermanfaat dan perilaku konsumtif *online shopping*.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Shohibullana (2014) yang melakukan penelitian mengenai hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif siswi SMA (ditinjau dari lokasi sekolah). Penelitian tersebut menemukan bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Remaja memiliki kontrol diri yang buruk sehingga akan lebih cenderung berperilaku konsumtif.

Data lain yang didapat dari penelitian ini adalah tingkat kontrol diri yang dimiliki mahasiswi yaitu dari 100 responden yang diteliti sebanyak 0% memiliki tingkat kontrol diri yang sangat tinggi, 13% memiliki kontrol diri

tinggi, 47% memiliki kontrol diri sedang, 26% memiliki kontrol diri rendah dan 14% memiliki kontrol diri sangat rendah. Hasil dari kategorisasi juga menjelaskan bahwa perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi cukup signifikan yaitu sebanyak 2% memiliki perilaku konsumtif *online shopping* sangat tinggi, 21% memiliki perilaku konsumtif tinggi, 62% memiliki perilaku konsumtif sedang, 15% memiliki perilaku konsumtif rendah dan 0% memiliki perilaku konsumtif sangat rendah, Hal tersebut diatas menunjukkan bahwa kontrol diri pada mahasiswi cukup berpengaruh pada perilaku konsumtif *online shopping* mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta.

Berdasarkan data tambahan yang diperoleh dari data pengisian kuesioner dapat diketahui mahasiswi yang melakukan pembelian secara *online* minimal satu kali selama satu bulan sebanyak 52% (52 mahasiswi), sedangkan untuk pembelian 2-3 kali dalam satu bulan sebanyak 45% (45 mahasiswi), dan mahasiswi yang melakukan pembelian 4-6 kali dalam satu bulan adalah sebanyak 3% (3 mahasiswi) dari total sebanyak 100 orang mahasiswi . Hasil ini menunjukkan bahwa lebih dari 50% mahasiswi setidaknya melakukan pembelian secara *online* minimal satu kali dalam satu bulan. Beberapa alasan mahasiswi melakukan pembelian *online* menurut Tambunan (2001) karena ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti *mode* yang beredar.

Data pendukung lain yang dapat digunakan sebagai keterangan tambahan yaitu sebanyak 51% mahasiswi yang berusia 18 tahun melakukan pembelian secara *online*, sedangkan mahasiswi usia 19 tahun sebanyak 15%, mahasiswi usia 20 tahun sebanyak 9 % dan sisanya 21 tahun sebanyak 14%

dari total responden sebanyak 100 orang mahasiswi. Hasil ini menunjukkan apabila pembelian *online* didominasi mahasiswi yang berusia 18 tahun. Oleh karena itu perlu adanya suatu kontrol dalam diri mahasiswi yang masih berusia remaja, terutama dalam proses pengambilan keputusan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi buruknya pengambilan keputusan mahasiswi Universitas Setia Budi diantaranya adalah faktor usia. Mahasiswi yang masih belia akan sulit untuk memutuskan apa saja kebutuhan yang harus dibelinya, akibatnya para remaja lebih cenderung untuk membeli barang atau produk yang sedang *tren* atau populer. Hal ini sejalan dengan pendapat (Mu'tadin, dalam Melati dkk, 2007) yakni remaja tidak mampu mencermati perasaan serta menyebabkan pengambilan keputusan yang buruk. Pengambilan keputusan dengan kontrol diri yang rendah dapat mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswi, sehingga perlu adanya kontrol diri yang baik dari masing-masing mahasiswi agar terhindar dari perilaku konsumtif *online shopping*.

Perbedaan tingkat konsumtif *online shopping* pada mahasiswi sebagian besar dipengaruhi oleh tingkat konsumsi dan beragamnya kemudahan yang diperoleh dari pembelian *online*, faktor-faktor yang signifikan antara lain adalah usia dari mahasiswi yang melakukan pembelian secara *online* didominasi mahasiswi yang berusia 18-19 tahun yang berarti minat untuk pembelian *online* cukup besar.

Kelemahan pada penelitian ini adalah pada saat pengisian kuesioner diawasi oleh peneliti sehingga subjek cenderung untuk menjawab hal-hal

yang baik, pengambilan data dilakukan di pagi hari sampai siang hari ketika mahasiswa sedang istirahat usai kuliah maupun pulang kuliah, sehingga ada kemungkinan mahasiswa kurang fokus dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* pada mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta, hal ini dapat diketahui dari nilai korelasi antara keduanya sebesar $r = -0,273$ dengan $p = 0,006$ ($p < 0,01$). Semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah perilaku konsumtif *online shopping* mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta. Sebaliknya semakin rendah kontrol diri mahasiswi maka perilaku konsumtif *online shopping* semakin tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa saran dari peneliti :

1. Bagi Mahasiswi Universitas Budi Surakarta

Bagi mahasiswi Universitas setia Budi Surakarta hendaknya mampu mengendalikan diri serta dapat mengontrol dirinya dalam melakukan pembelian secara *online*. Sehingga nantinya akan lebih cermat untuk memilih mana yang benar-benar dibutuhkan dan bermanfaat untuk dikonsumsi, sehingga lebih dapat mengontrol diri dalam berbelanja barang yang akan di pakai.

2. Bagi Universitas Setia Budi Surakarta

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan bahan pertimbangan pemberian strategi oleh Universitas Setia Budi Surakarta untuk meningkatkan pelayanan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan, apabila anda ingin melakukan penelitian yang hampir sama dengan penelitian ini dan lebih memperhatikan variabel-variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif *online shopping*. Selain itu peneliti diharapkan dapat memperhatikan karakteristik responden, seperti usia, perilaku konsumtif *online shopping* yang lebih spesifik, dan tempat penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., & Asrori, M. 2004. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alwi, Hasan.2001.*KBBI*.Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta: Balai Pustaka.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- S, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 1999. *Reliabilitas dan validitas: Seri pengukuran Psikologi*.Yogyakarta: Sigma Alpha.
- S. 2001. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- S. 2007. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*.Edisi 2, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baumeister, R. F., Vohn, K.D., & Tice, D.M. 2007. The Strength model of self control. *Current Direction In Psychological Science*, 16, 351-354.
- Chaplin. JP. 2008. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Chita, R.C.M, David. L. dan 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*.Januari-April. Vol.3, No.1
- Chrisnawati, Dian. dan Abdullah, Sri Muliati. Faktor -faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian. 2011. *Jurnal psikologi universitas mercu buana yogyakarta*, November 2011. Vol.2, No.1.ISSN 2087-7641
- Desmita. 2007. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Rosda.
- Diba, Dira Sarah. 2014. Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin Di Samarinda. *eJournal Psikologi*. 1(3): 313-323. ISSN 0000-0000

- Fitria, Eva Melisa. 2015. Dampak Onlineshop di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1(3) : 117-128 ISSN 0000-0000
- Fitria F. A. 2006. *Terlena dalam Nikmatnya Belanja*. Edisi Pertama. Jakarta: Erlangga
- Hadi, Sutrisno. 2000. *Statistik*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hurlock, E.B. 2002. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi kelima. Jakarta: Erlangga
- Imawati, L.,Susilaningsih.,Ivada, Elvia. 2013. Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi - BKK, Akutansi FKIP Universitas Sebelas Maret*. Vol 2 No.1 Hal. 48 s/d 58
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat
- Koto, Rahmat Agus. 10 Oktober 2012. *Waspada! Gejala Kecanduan saat Berbelanja Online*.http://tekno.kompas.com/read/2012/10/04135323/Waspada.Gejala.Kecanduan.Saat.Belanja.Online/Diakses_jam_19.03_tanggal_24_November_2015
- Mangkunegara, A.P. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama
- Melati., Rostiana, M., dan Widjaja, A.2007.Pengaruh Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif pada Remaja Awal.*Jurnal Phonesis*. Vol. 9, No.2, 115-133. ISSN 1441-0563
- Munandar, A.S. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P., & Haditono S.R 2001. *Psikologi Perkembangan Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press.
- Nuraini, Andy. 23 November 2014. *Cari Tahu Yuk Kemudahan Berbelanja di Toko Online dibanding Toko Offline*. http://blog.lazada.co.id/cari-tahu-yuk-kemudahan-belanja-di-toko-online-disbanding-toko-offline/Diakses_jam_18.09_tanggal_20_November_2015
- Ollie. 2008. *Panduan Praktis Mendesain Template Joomla!* Jakarta: Mediakita.

- Rombe, Sufrihana. 2014. Hubungan *Body Image* dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *eJurnal Psikologi*. Vol. 2(1): 76-9. ISSN 0000-0000
- Santrock, J. W. 2002. *Adolescence: perkembangan remaja (Edisi Ke-6)*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sari,F.F.2005. Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Akhir Ditinjau dari Menejemen Diri dan Status Tempat Tinggal.*Skripsi*. Ygyakarta: UNWAMA
- Sarwono, Sarlito W. 2013. *Psikologi Remaja Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Persada Grafindo Persada
- Sebayang, Jessica., Yusuf, Munawir., & Priyatama, Aditya Nanda. 2011. Hubungan Antara Body Image Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi Kelas XI SMA Negri 7 Surakarta. *Jurnal Universitas Sebelas Maret Surakarta*. Vol 3. No. 6. ISSN 2085-0514
- Shohibullana, I.H. 2014. Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Siswa SMA (Ditinjau Dari Lokasi Sekolah). *Jurnal Online Psikologi*. Vol. 02, No. 01. ISSN 2301-8259
- Sihombing, C. 2010. Pengaruh Penggunaan Blackberry Messenger Terhadap Intensitas Komunikasi Di Kalangan Pelajar SMA Swasta Sriwijaya Medan. Skripsi. (tidak diterbitkan). Universitas Sumatera Utara. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/28007/5/Chapter%201.pdf>. Tanggal Akses 28 November 2015
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.Bandung: Alfabeta
- Suseno, Miftahun Ni'mah. Sikap Kosumtif Ditinjau Dari Orientasi Religius dan Jenis Kelamin Pada Remaja. 2006. *Psycho idea*. Juli 2006. No. 2. ISSN 1693-1076
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan. Meneropong Imbas Iklan*. Bandung: Alfabeta
- Solomon, M.R. & Rabolt, N. 2009.*Consumer Behaviour in Fashion, 2nd.Edition*. USA: Prentice Hall
- Suyana, Y. Dan Fransisca. 2005. Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Pronesis*. Desember Vol.7, No.2 172-199.

- Tambunan, R. 2001. Remaja dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*. <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>.
- Tangney, J.P., Baumeister, R.F., Boone, A.L. 2004. High self-control predicts good adjustments, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Jurnal of Personality*, 72(2), 271-324.
- Meningkat Tren Belanja Online Indonesia*, 2013. 3 Mei 2013, 20:21 WIB. <http://sp.beritasatu.com/ekonomidanbisnis/meningkat-tren-belanja-online-indonesia/34941>.
- Verplanken, B. and A. G. Herabadi.2000. Individual Differences in Impulse buying Tendency: Feeling and No Thinking. *European Journal of Personality*, Vol.15, pp. 71-83.
- Widyasari K.A dan Fridari I.G.A. 2013. Dinamika Kontrol diri pada Ibu Bekerja yang Menjalani Latihan Yoga. *Jurnal Psikologi Udayana*. Vol. 1, No. 1, 84-93. ISSN : 2354-5607

LAMPIRAN

LAMPIRAN A
UJI COBA ALAT UKUR

Kata Pengantar

Kepada Yth. Mahasiswi

Universitas Setia Budi

Surakarta

Ditengah kesibukan anda saat ini, perkenankan saya meminta kesediaan anda untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner yang terlampir. Bila anda mengisi kuesioner dengan teliti dan tidak ada yang terlewat, kuesioner ini dapat berguna dalam usaha peningkatan kualitas mahasiswa universitas ini.

Kuesioner ini disusun untuk penelitian dalam rangka penyusunan skripsi S1 di Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi Surakarta. Kuesioner ini tidak akan mempengaruhi nilai anda dalam perkuliahan. Segala informasi yang ada akan dijamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kerjasama anda menjadi responden dalam penelitian ini, saya mengucapkan terimakasih. Semoga Tuhan YME membalas amal dan budi baik anda.

Hormat saya,

Maria Febrilia DJ

Petunjuk pengisian kuesioner

Baca dan pahami baik-baik setiap pernyataan. Kemudian anda diminta untuk mengemukakan apakah pernyataan-pernyataan tersebut sesuai dengan keadaan yang anda rasakan, dengan cara memberitanda (X) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia.

Adapun pilihan jawaban tersebut adalah :

S = SESUAI

SS = SANGAT SESUAI

TS = TIDAK SESUAI

STS = SANGAT TIDAK SESUAI

Contoh : Saya akan membeli produk yang sedang *tren*

SS	S	TS	STS
	X		

Apabila anda ingin mengganti jawaban, maka beri tanda = pada jawaban semula, kemudian beri tanda X pada jawaban yang tepat menurut anda

Contoh : Saya akan membeli produk yang sedang *tren*

SS	S	TS	STS
	X	X	

Setiap orang dapat mempunyai jawaban yang berbeda, karena itu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan diri anda, karena tidak ada jawaban yang dianggap salah

Identitas Responden

Nama/ Inisial :

Usia :

Fakultas :

Petunjuk : Berilah tanda (x) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan anda.

Penggunaan Internet:

1. Saya telah menggunakan internet selama

a. < 1tahun c. 2-3tahun

b. 1-2tahun d. >3tahun

2. Apakah anda pernah berbelanja online?

a. Ya b. Tidak

3. Berapa kali anda pernah berbelanja online dalam 1 bulan?

a. 1 kali c. 4-6 kali

b. 2-3 kali d. > 6 kali

4. Produk apa yang sering anda beli?

a. Pakaian

b. Sepatu

c. Buku

d. Elektronik

e. Lainnya (sebutkan.....)

5. Apa alasan anda berbelanja online?

a. Mudah

b. Banyak pilihan produk

c. Banyak pilihan harga

d. Efektif bagi waktu anda

Lainnya (sebutkan.....)

Skala 1

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Diskon yang ditawarkan oleh <i>online shop</i> tidak pernah menarik minat saya untuk membeli	SS	S	TS	STS
2	Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli produk yang tidak saya butuhkan.	SS	S	TS	STS
3	Saya akan membuat skala prioritas sebelum membeli	SS	S	TS	STS
4	Saya tidak pernah yakin dengan keputusan yang saya ambil	SS	S	TS	STS
5	Keputusan yang saya buat kebanyakan dipengaruhi oleh teman-teman dekat saya	SS	S	TS	STS
6	Saya segera membeli barang kesukaan saya yang ditawarkan oleh <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
7	Mudah bagi saya untuk mengatur keuangan	SS	S	TS	STS
8	Jika tidak sedang ingin membeli barang saya tidak melihat produk-produk yang di jual di <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
9	Saya dapat tetap tenang dan memilih untuk tidak membeli barang jika belum mempunyai uang yang cukup	SS	S	TS	STS
10	Saya tidak dapat berfikir jernih untuk mengambil keputusan ketika dalam keadaan terdesak	SS	S	TS	STS
11	Saya merasa ragu-ragu dengan keputusan yang saya ambil, jika tidak melibatkan pendapat orang lain	SS	S	TS	STS
12	Bagi saya mengambil keputusan sendiri adalah hal yang sulit untuk dilakukan	SS	S	TS	STS
13	Setiap stress, saya selalu mengikuti kegiatan kegiatan positif	SS	S	TS	STS
14	Saya akan menggunakan jatah uang bulanan saya untuk membeli barang yang benar-benar saya butuhkan saja	SS	S	TS	STS
15	Saya beranggapan informasi yang diberikan teman saya saya tidak selalu benar, karena produk yang dipakai teman saya belum tentu cocok untuk saya	SS	S	TS	STS
16	Saya sulit menentukan barang apa saja yang benar benar saya butuhkan	SS	S	TS	STS
17	Seringkali saya mengambil keputusan untuk membeli dengan cepat tanpa mempertimbangkan resiko terlebih dahulu	SS	S	TS	STS
18	Barang yang saya beli di <i>online shop</i> . Tidak sesuai dengan apa yang saya harapkan	SS	S	TS	STS
19	Saya berusaha mencari informasi seakurat mungkin mengenai produk yang akan saya beli di <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
20	Saya selalu aktif mencari informasi mengenai hal-hal	SS	S	TS	STS

	yang belum saya ketahui				
21	Saya terbiasa untuk mencari testimoni dari pelanggan agar terhindar dari penipuan <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
22	Setiap mendapat uang bulanan saya selalu belanja barang-barang yang saya inginkan	SS	S	TS	STS
23	Saya selalu kecewa dengan kualitas barang <i>online</i> yang saya beli	SS	S	TS	STS
24	Sulit bagi saya untuk mencari tahu nomor resi pengiriman produk yang saya pesan	SS	S	TS	STS
25	Mempertimbangkan lebih dari satu kali sebelum membeli adalah suatu keharusan bagi saya	SS	S	TS	STS
26	Saya akan meminta nomor resi ketika membeli produk di <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
27	Saya akan membeli barang di <i>online shop</i> apabila ada penggantian barang jika barang tidak sesuai dengan pesanan	SS	S	TS	STS
28	Saya tiba-tiba membeli barang yang menurut saya menarik	SS	S	TS	STS
29	Saya tidak suka mencari informasi yang akurat untuk menambah pengetahuan saya	SS	S	TS	STS
30	Saya mudah percaya pada barang-barang yang ditawarkan <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
31	Saya akan menunda pembelian jika barang tersebut kurang bermanfaat bagi saya.	SS	S	TS	STS
32	Saya akan memilih beberapa produk yang mendesak untuk dibeli	SS	S	TS	STS
33	Saya dapat dengan mudah dan tepat dalam mengambil keputusan	SS	S	TS	STS
34	Saya tiba-tiba membeli barang tanpa membaca informasi terlebih dahulu	SS	S	TS	STS
35	Saya selalu tertarik membeli barang di <i>online shop</i> ketika saya membuka facebook, instagram, twitter, dll	SS	S	TS	STS
36	Belanja sebagai tempat pelarian saya ketika mempunyai banyak masalah	SS	S	TS	STS
37	Saya akan menunggu sampai uang saya cukup untuk membeli produk yang saya inginkan	SS	S	TS	STS
38	Saya membeli barang berdasarkan pertimbangan yang sudah saya lakukan	SS	S	TS	STS
39	Saya masih dapat berfikir jernih untuk mengambil keputusan dalam membeli di <i>online shop</i> walaupun suasana hati sedang sedih	SS	S	TS	STS
40	Saya tidak dapat tenang jika produk yang saya inginkan belum berhasil saya dapatkan	SS	S	TS	STS
41	Saya suka mencari barang-barang yang unik untuk menunjang penampilan saya	SS	S	TS	STS
42	Saya mudah terpancing untuk membeli produk	SS	S	TS	STS

	<i>online</i> ketika banyak potongan harga yang ditawarkan				
43	Saya yakin bahwa keputusan yang saya ambil adalah benar	SS	S	TS	STS
44	Barang yang saya beli di <i>online shops</i> sesuai dengan apa yang saya harapkan	SS	S	TS	STS
45	Saya sangat yakin dengan tindakan yang saya ambil	SS	S	TS	STS
46	Saya akan mudah berbelanja di <i>online shop</i> ketika suasana hati sedang sedih	SS	S	TS	STS
47	Saya akan meminjam uang untuk membeli barang di <i>online shop</i> jika sedang tidak punya uang	SS	S	TS	STS
48	Setiap melihat barang di <i>online shop</i> dengan harga murah saya akan langsung membeli	SS	S	TS	STS

Skala 2

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena mengikuti <i>tren</i> yang berkembang di kalangan teman-teman saya	SS	S	TS	STS
2	Bagi saya membeli produk sejenis dengan jumlah banyak adalah pemborosan	SS	S	TS	STS
3	Saya cenderung membeli barang di <i>online shop</i> yang berlabel “beli satu gratis satu”	SS	S	TS	STS
4	Saya hanya akan membeli barang jika barang yang saya punya sudah rusak	SS	S	TS	STS
5	Saat melihat barang-barang yang dijual di <i>online shop</i> , saya suka membeli sesuatu yang menarik secara spontan.	SS	S	TS	STS
6	Bagi saya berganti-ganti produk adalah pemborosan	SS	S	TS	STS
7	Ketika melihat barang yang lucu dan unik di <i>online shop</i> saya cenderung untuk membelinya	SS	S	TS	STS
8	Menurut saya adalah hal yang biasa jika saya berpenampilan sederhana sedangkan teman-teman menggunakan barang yang mahal.	SS	S	TS	STS
9	Saya suka membeli produk di <i>online shop</i> yang dapat menunjang penampilan saya	SS	S	TS	STS
10	Bagi saya berpenampilan bersih dan sopan cukup membuat saya lebih percaya diri	SS	S	TS	STS
11	Saya suka membeli produk yang sedang <i>trend</i> dikalangan teman-teman	SS	S	TS	STS
12	Saya berkeyakinan tidak semua <i>public figure</i> dalam kehidupan sehari-hari menggunakan produk yang sama	SS	S	TS	STS
13	Saya akan berusaha membeli barang yang sedang <i>tren</i> di <i>online shop</i> sekalipun harganya mahal	SS	S	TS	STS
14	Saya berkeyakinan produk yang tidak sesuai dengan diri saya hanya akan membuat saya terlihat “norak”	SS	S	TS	STS
15	Saya merasa malu jika tidak memiliki barang-barang seperti teman-teman saya	SS	S	TS	STS
16	Saya tidak terlalu memperhatikan model-model iklan	SS	S	TS	STS
17	Saya mengincar produk yang di diskon oleh <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
18	Saya tidak suka meniru penampilan model yang menginklankan di <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
19	Saya akan segera membeli jika ada diskon yang	SS	S	TS	STS

	ditawarkan oleh <i>online shop</i> .				
20	Saya tetap percaya diri meskipun tidak memakai barang yang bermerek	SS	S	TS	STS
21	Menggunakan produk-produk yang bermerek dapat meningkatkan kepopuleran saya di kampus	SS	S	TS	STS
22	Saya tidak malu jika penampilan saya tidak <i>up to date</i>	SS	S	TS	STS
23	Merek barang yang digunakan dapat mencerminkan status pemakainya	SS	S	TS	STS
24	Saya bangga dengan penampilan saya yang sederhana tanpa harus mengikuti gaya orang lain	SS	S	TS	STS
25	Saya suka membeli barang yang mahal, karena dengan barang tersebut saya akan lebih terlihat <i>up to date</i>	SS	S	TS	STS
26	Penampilan bersih dan rapi cukup membuat saya dihargai orang lain	SS	S	TS	STS
27	Saya membeli produk-produk yang sedang tren agar terlihat keren	SS	S	TS	STS
28	Iklan potongan harga yang ditawarkan <i>online shop</i> tidak akan membuat saya tertarik untuk membeli	SS	S	TS	STS
29	Saya membeli sebuah produk agar memiliki kesamaan dengan model yang mengiklankan produk tersebut	SS	S	TS	STS
30	Saya hanya membeli produk yang saya perlukan	SS	S	TS	STS
31	Membeli produk yang sama dengan iklan di <i>online shop</i> akan membuat saya tampil beda	SS	S	TS	STS
32	Saya tidak mengikuti <i>mode</i> yang sedang <i>up to date</i>	SS	S	TS	STS
33	Produk yang digunakan oleh <i>public figure</i> yang saya idolakan mempengaruhi saya dalam membeli	SS	S	TS	STS
34	Saya merasa tidak perlu membeli sesuatu yang mahal di <i>online shop</i> agar dipuji orang lain	SS	S	TS	STS
35	Saya suka berpenampilan seperti <i>public figure</i> yang saya kagumi	SS	S	TS	STS
36	Saya lebih memilih membeli barang yang saya butuhkan daripada barang yang dapat menunjang penampilan saya	SS	S	TS	STS
37	Saya bangga saat menggunakan barang bermerek.	SS	S	TS	STS
38	Saya cuek pada cemoohan teman-teman karena saya ketinggalan <i>mode</i>	SS	S	TS	STS
39	Saya merasa percaya diri saat menggunakan barang-barang mahal yang di jual di <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
40	Saya tidak pernah membeli di <i>online shop</i> hanya karena kemasan produk menarik	SS	S	TS	STS
41	Saya suka membeli produk di <i>online shop</i> dengan merek yang berbeda-beda.	SS	S	TS	STS

42	Bentuk produk yang menarik sama sekali tidak mempengaruhi saya untuk membelinya	SS	S	TS	STS
43	Saya akan membeli suatu barang walaupun saya sudah memiliki barang sejenis dengan merek berbeda	SS	S	TS	STS
44	Promo hadiah di <i>online shop</i> tidak mempengaruhi saya untuk membeli barang tersebut	SS	S	TS	STS
45	Jika saya memiliki obsesi pada suatu barang saya akan mengoleksi barang tersebut	SS	S	TS	STS
46	Saya jarang membeli produk yang tidak bermanfaat walaupun ada hadiah yang ditawarkan	SS	S	TS	STS

TERIMAKASIH

LAMPIRAN B
DATA TABULASI
HASIL UJI COBA

Resp	Tabulasi Data Kontrol diri																																																Σ		
	Butir Item																																																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48			
1	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	2	2	2	4	4	3	2	1	2	4	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	1	4	4	3	1	3	1	3	3	3	2	2	2	13
2	4	3	4	2	1	2	4	3	4	2	1	2	4	3	4	2	1	1	3	4	3	1	1	2	3	3	4	1	2	1	4	4	4	2	2	1	3	4	3	1	1	2	3	4	4	2	1	3	12		
3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	
4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	13	
5	2	3	4	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	1	1	2	4	4	4	3	2	3	4	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	1	4	4	3	1	1	1	4	4	4	2	4	3	13		
6	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	2	3	13		
7	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	1	2	3	3	3	1	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	1	3	1	4	2	2	4	3	4	2	1	3	3	3	1	1	1	4	4	4	3	4	2	12	
8	2	2	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	12		
9	2	2	3	2	2	1	3	4	4	2	1	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	1	3	3	3	1	4	1	4	3	13		
10	2	3	3	3	3	4	3	3	4	1	2	3	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	14	
11	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	12		
12	2	2	2	3	1	2	2	1	3	1	1	1	3	3	3	1	2	2	3	4	3	1	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	3	2	11		
13	2	3	3	1	2	1	3	3	3	1	1	1	3	3	3	1	2	2	3	4	3	1	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	2	2	3	2	3	2	11			
14	2	3	2	2	2	1	2	2	3	1	1	1	3	3	3	1	2	2	3	4	3	1	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	11	
15	2	3	3	1	2	1	1	2	3	1	1	1	3	3	3	1	2	2	3	4	3	1	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	1	2	3	2	2	3	2	11		
16	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	1	3	2	3	3	3	3	1	1	2	3	4	4	1	1	2	4	3	4	2	2	12		
17	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	4	4	1	2	3	3	3	4	3	3	1	4	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	2	1	1	3	3	3	2	4	3	13		
18	4	4	4	3	1	3	4	4	4	1	2	1	1	3	2	1	3	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	12		
19	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	1	1	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	12	
20	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	12	
21	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	1	3	3	3	2	1	2	1	2	4	3	2	3	1	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	98	
22	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	2	2	1	1	3	4	2	4	1	3	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	1	2	1	11	
23	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	2	3	4	3	3	2	2	1	2	3	4	2	4	1	2	2	3	1	2	2	2	3	3	1	1	3	3	2	2	1	2	2	10		
24	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	1	3	3	4	2	2	1	2	3	4	3	1	4	2	4	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	10		
25	2	2	2	3	3	3	2	1	3	1	1	1	3	3	3	1	2	2	3	4	3	1	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	1	2	3	2	3	2	3	2	11	
26	2	3	2	2	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2	1	3	4	3	2	1	2	4	2	4	3	1	3	2	2	2	3	3	2	2	3	4	2	1	2	1	3	2	3	1	3	2	11		
27	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	4	2	2	1	3	2	2	3	2	2	1	3	3	4	1	4	2	3	2	2	1	2	2	3	4	2	1	1	1	3	2	2	2	1	1	10			
28	2	2	2	3	3	3	2	1	3	1	1	1	3	3	3	1	2	2	3	4	3	1	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	11			
29	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	2	1	2	3	4	1	2	1	2	3	3	1	2	2	3	2	3	1	2	2	3	2	2	1	3	2	10	
30	2	2	2	3	3	3	2	1	3	1	1	1	3	3	3	1	2	2	3	4	3	1	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	11		

Resp	Tabulasi Data Perilaku Konsumtif Online Shopping																																														Σ				
	Butir Item																																																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46					
1	2	2	4	3	3	2	3	2	4	2	3	1	3	2	4	2	4	2	3	2	3	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	117	
2	4	2	4	2	4	1	3	2	3	1	3	1	4	2	3	1	4	1	3	1	3	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	1	3	1	4	2	4	1	4	2	3	1	4	2	3	1	4	2	3	1	118
3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	114	
4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	101	
5	2	1	2	1	2	4	3	2	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	3	2	4	1	3	1	3	2	2	1	4	1	2	2	4	1	96				
6	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	1	3	1	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	104			
7	4	1	2	3	4	2	4	3	4	2	4	1	4	1	4	3	2	4	1	2	1	1	1	4	1	3	1	1	1	2	3	1	1	1	3	2	2	1	1	1	3	1	1	4	2	1	4	102			
8	2	4	2	3	4	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	2	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	125		
9	3	1	2	2	4	1	2	2	3	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	1	2	2	1	81			
10	2	1	3	2	2	1	2	2	3	1	2	2	1	2	1	2	3	2	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	2	3	2	2	2	88	
11	3	3	4	3	3	3	2	4	2	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	4	2	4	3	4	2	4	2	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	2	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	136	
12	3	2	2	3	2	2	3	2	4	3	3	2	4	3	4	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	124	
13	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	2	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	148	
14	3	3	4	3	3	2	4	3	4	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	139	
15	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	154		
16	3	2	3	3	3	3	3	3	4	1	4	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	143		
17	2	1	2	3	3	2	2	2	3	1	4	1	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	107			
18	1	3	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3	1	4	1	4	1	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	3	3	1	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	114		
19	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	1	4	4	1	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	114		
20	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	117		
21	4	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	4	2	4	3	3	129		
22	3	3	3	2	4	2	4	2	4	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	1	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	129		
23	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	4	2	2	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	143	
24	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	1	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	140	
25	4	3	2	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	135		
26	4	2	2	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	138	
27	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	137
28	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	138	
29	2	3	2	2	3	3	4	2	4	3	3	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	132	
30	2	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	1	2	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	131
31	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	1	2	1	2	1	3	3	2	2	2	3	3	1	3	1	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	1	110	
32	2	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	2	2	2	4	3	3	2	4	3	4	3	2	3	3	2	3	3	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	134	

33	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	135		
34	2	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	2	4	2	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	4	2	4	3	4	3	3	3	3	3	137			
35	2	2	2	1	3	2	3	1	2	1	2	2	2	3	1	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	100			
36	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	2	132				
37	3	2	1	3	3	2	1	1	2	3	3	2	1	1	1	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	1	2	1	2	3	3	1	1	3	1	2	2	2	3	99				
38	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	128				
39	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	109		
40	4	2	5	5	5	2	3	2	4	1	4	2	3	2	2	2	4	3	3	2	3	2	4	1	2	1	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	130			
41	3	1	3	2	3	2	2	2	3	1	3	1	2	4	2	2	4	3	3	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	3	3	1	1	2	1	3	2	4	2	3	2	2	1	3	2	97				
42	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	3	1	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	114				
43	2	4	1	3	2	1	2	2	3	2	3	1	1	1	2	3	2	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	3	3	1	1	1	3	3	3	1	4	2	2	3	2	1	97				
44	3	1	2	3	3	2	2	2	3	1	4	1	2	1	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3	3	2	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	107				
45	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	141				
46	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	1	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	143		
47	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	2	3	138
48	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	1	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	3	1	2	106
49	4	2	4	3	3	2	4	2	4	2	4	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	1	4	2	4	2	4	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	2	135
50	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	124	

LAMPIRAN C

UJI VALIDITAS DAN UJI

RELIABILITAS

Validitas dan Reliabilitas Skala Kontrol diri

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.902	.903	48

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.476	1.840	3.120	1.280	1.696	.154	48

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kd1	116.68	219.691	.127	.	.902
kd2	116.26	214.727	.390	.	.900
kd3	116.14	214.082	.422	.	.900
kd4	116.36	206.684	.590	.	.897
kd5	116.72	213.063	.372	.	.900
kd6	116.58	214.004	.304	.	.901
kd7	116.42	214.657	.320	.	.901
kd8	116.64	215.133	.286	.	.901
kd9	115.96	208.733	.617	.	.897
kd10	116.92	216.810	.211	.	.902

kd11	116.90	214.500	.287	.	.901
kd12	116.82	215.742	.253	.	.902
kd13	115.72	215.471	.302	.	.901
kd14	116.18	214.559	.332	.	.901
kd15	115.86	209.388	.615	.	.897
kd16	116.94	217.813	.155	.	.903
kd17	116.64	213.827	.346	.	.900
kd18	116.48	218.785	.136	.	.903
kd19	115.82	217.171	.281	.	.901
kd20	115.82	216.600	.206	.	.902
kd21	115.98	215.285	.292	.	.901
kd22	116.90	208.500	.528	.	.898
kd23	116.40	210.122	.536	.	.898
kd24	116.58	211.310	.380	.	.900
kd25	115.88	215.128	.314	.	.901
kd26	115.94	218.343	.184	.	.902
kd27	115.80	222.000	-.024	.	.905
kd28	117.00	211.878	.490	.	.899
kd29	115.94	214.874	.284	.	.901
kd30	116.76	205.778	.655	.	.896
kd31	115.96	212.080	.524	.	.899
kd32	116.12	212.883	.497	.	.899
kd33	116.36	215.909	.286	.	.901
kd34	116.58	202.575	.710	.	.895
kd35	116.46	211.682	.430	.	.899
kd36	116.48	215.234	.253	.	.902
kd37	116.02	208.755	.642	.	.897
kd38	115.90	211.316	.518	.	.898
kd39	116.06	211.527	.536	.	.898
kd40	117.00	211.633	.397	.	.900
kd41	116.88	213.863	.332	.	.901
kd42	116.96	215.427	.277	.	.901
kd43	116.10	216.337	.325	.	.901
kd44	116.42	209.147	.585	.	.898
kd45	116.00	212.939	.484	.	.899
kd46	116.62	211.098	.467	.	.899
kd48	115.98	212.183	.406	.	.900
kd49	116.54	211.274	.500	.	.899

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.914	.914	32

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.496	1.840	3.120	1.280	1.696	.133	32

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kd2	77.30	144.622	.419	.	.912
kd3	77.18	143.620	.484	.	.911
kd4	77.40	138.163	.602	.	.909
kd5	77.76	145.207	.286	.	.914
kd6	77.62	143.342	.358	.	.913
kd7	77.46	145.315	.300	.	.914
kd9	77.00	138.980	.687	.	.908
kd13	76.76	147.778	.172	.	.915
kd14	77.22	143.440	.417	.	.912
kd15	76.90	140.663	.615	.	.909
kd17	77.68	144.344	.342	.	.913

kd22	77.94	140.302	.507	.	.911
kd23	77.44	141.721	.508	.	.910
kd24	77.62	142.404	.369	.	.913
kd25	76.92	143.789	.409	.	.912
kd28	78.04	143.100	.464	.	.911
kd30	77.80	137.429	.669	.	.908
kd31	77.00	143.265	.497	.	.911
kd32	77.16	142.709	.555	.	.910
kd34	77.62	133.669	.779	.	.906
kd35	77.50	141.439	.490	.	.911
kd37	77.06	140.098	.645	.	.909
kd38	76.94	142.017	.532	.	.910
kd39	77.10	142.704	.517	.	.910
kd40	78.04	142.692	.384	.	.913
kd41	77.92	144.034	.346	.	.913
kd43	77.14	146.735	.298	.	.913
kd44	77.46	140.784	.566	.	.910
kd45	77.04	143.509	.489	.	.911
kd46	77.66	140.841	.535	.	.910
kd47	77.02	141.489	.485	.	.911
kd48	77.58	141.024	.572	.	.910

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.916	.917	29

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kd2	69.32	131.773	.425	.	.914
kd3	69.20	130.857	.488	.	.913
kd4	69.42	126.167	.577	.	.912
kd6	69.64	130.358	.373	.	.915
kd7	69.48	132.744	.286	.	.916
kd9	69.02	126.306	.698	.	.910
kd14	69.24	130.717	.418	.	.914
kd15	68.92	128.238	.605	.	.911
kd17	69.70	131.071	.373	.	.915
kd22	69.96	127.998	.492	.	.913
kd23	69.46	129.233	.499	.	.913
kd24	69.64	130.031	.354	.	.916
kd25	68.94	130.792	.426	.	.914
kd28	70.06	130.221	.477	.	.913
kd30	69.82	125.049	.666	.	.910
kd31	69.02	130.551	.499	.	.913
kd32	69.18	130.232	.540	.	.913
kd34	69.64	121.378	.781	.	.908

kd35	69.52	128.581	.504	.	.913
kd37	69.08	127.667	.637	.	.911
kd38	68.96	129.672	.512	.	.913
kd39	69.12	130.108	.512	.	.913
kd40	70.06	130.139	.377	.	.915
kd41	69.94	130.915	.367	.	.915
kd44	69.48	128.418	.552	.	.912
kd45	69.06	130.996	.474	.	.913
kd46	69.68	127.610	.574	.	.912
kd47	69.04	128.733	.492	.	.913
kd48	69.60	127.918	.605	.	.911

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.916	.918	28

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.481	1.840	2.980	1.140	1.620	.130	28

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kd2	66.90	126.582	.423	.	.915
kd3	66.78	125.808	.476	.	.914
kd4	67.00	121.184	.569	.	.912
kd6	67.22	125.277	.366	.	.916
kd9	66.60	121.265	.693	.	.910
kd14	66.82	125.375	.427	.	.915
kd15	66.50	122.908	.617	.	.912
kd17	67.28	125.879	.371	.	.916
kd22	67.54	123.029	.482	.	.914
kd23	67.04	123.876	.511	.	.913
kd24	67.22	124.665	.362	.	.916

kd25	66.52	125.357	.441	.	.914
kd28	67.64	125.133	.469	.	.914
kd30	67.40	119.796	.676	.	.910
kd31	66.60	125.224	.508	.	.914
kd32	66.76	125.043	.540	.	.913
kd34	67.22	116.502	.774	.	.908
kd35	67.10	123.276	.512	.	.913
kd37	66.66	122.474	.641	.	.911
kd38	66.54	124.498	.511	.	.913
kd39	66.70	124.949	.509	.	.913
kd40	67.64	124.929	.378	.	.916
kd41	67.52	125.806	.361	.	.916
kd44	67.06	123.486	.537	.	.913
kd45	66.64	126.153	.447	.	.914
kd46	67.26	122.156	.593	.	.912
kd47	66.62	123.342	.506	.	.913
kd48	67.18	122.844	.600	.	.912

Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif *Online Shopping*

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.938	.936	46

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.657	2.000	3.340	1.340	1.670	.107	46

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
k1	119.22	294.216	.304	.	.938
k2	119.76	289.900	.443	.	.937
k3	119.54	289.804	.426	.	.937
k4	119.48	293.234	.379	.	.937
k5	119.18	300.436	.086	.	.939
k6	119.82	293.620	.365	.	.937
k7	119.26	286.156	.597	.	.935
k8	119.90	296.500	.321	.	.937
k9	118.86	289.062	.567	.	.936

k10	120.18	292.844	.405	.	.937
k11	119.16	293.443	.435	.	.937
k12	120.16	293.607	.455	.	.936
k15	119.42	280.371	.658	.	.935
k16	120.20	300.939	.057	.	.939
k17	119.40	281.918	.613	.	.935
k18	119.76	292.064	.470	.	.936
k19	119.12	296.189	.303	.	.937
k20	119.68	296.875	.223	.	.938
k21	119.30	289.561	.530	.	.936
k22	119.88	287.128	.603	.	.935
k23	119.24	283.125	.658	.	.935
k24	119.70	284.990	.646	.	.935
k25	119.28	287.879	.564	.	.936
k26	120.00	290.408	.459	.	.936
k27	119.38	281.261	.710	.	.934
k28	120.08	288.116	.608	.	.935
k29	119.34	285.576	.570	.	.936
k30	119.68	293.447	.427	.	.937
k31	119.60	293.224	.444	.	.937
k32	119.94	292.711	.371	.	.937
k33	119.34	286.107	.631	.	.935
k34	119.68	295.732	.271	.	.938
k35	119.40	288.204	.569	.	.936
k36	119.90	282.908	.660	.	.935
k37	119.54	291.396	.466	.	.936
k38	119.82	284.069	.625	.	.935
k39	119.04	285.345	.653	.	.935
k40	119.64	291.949	.412	.	.937
k41	119.26	287.543	.509	.	.936
k42	119.48	291.724	.464	.	.936
k43	119.16	295.117	.333	.	.937
k44	119.46	287.723	.594	.	.935
k45	119.28	287.757	.568	.	.936
k46	119.50	295.153	.367	.	.937
k47	119.22	290.991	.465	.	.936
k48	119.76	288.676	.570	.	.936

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.941	.940	42

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.670	2.020	3.340	1.320	1.653	.102	42

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
k1	109.16	277.811	.287	.	.942
k2	109.70	273.235	.442	.	.941
k3	109.48	273.438	.414	.	.941
k4	109.42	277.106	.350	.	.941
k6	109.76	276.839	.364	.	.941
k7	109.20	269.755	.590	.	.939
k8	109.84	279.321	.338	.	.941
k9	108.80	272.490	.563	.	.940
k10	110.12	275.822	.416	.	.941
k11	109.10	277.112	.411	.	.941
k12	110.10	276.827	.454	.	.940
k15	109.36	264.113	.653	.	.939
k17	109.34	264.882	.632	.	.939

k18	109.70	275.602	.455	.	.940
k19	109.06	279.813	.278	.	.941
k21	109.24	272.513	.546	.	.940
k22	109.82	270.600	.599	.	.939
k23	109.18	266.151	.676	.	.939
k24	109.64	268.194	.656	.	.939
k25	109.22	271.073	.570	.	.940
k26	109.94	273.568	.465	.	.940
k27	109.32	264.344	.727	.	.938
k28	110.02	271.204	.620	.	.939
k29	109.28	268.696	.581	.	.939
k30	109.62	276.893	.415	.	.941
k31	109.54	276.009	.466	.	.940
k32	109.88	275.904	.372	.	.941
k33	109.28	269.471	.633	.	.939
k35	109.34	271.045	.591	.	.939
k36	109.84	266.464	.658	.	.939
k37	109.48	274.704	.464	.	.940
k38	109.76	267.125	.641	.	.939
k39	108.98	268.673	.657	.	.939
k40	109.58	275.187	.413	.	.941
k41	109.20	270.816	.513	.	.940
k42	109.42	275.024	.462	.	.940
k43	109.10	278.214	.335	.	.941
k44	109.40	271.306	.585	.	.939
k45	109.22	270.869	.579	.	.939
k46	109.44	278.333	.366	.	.941
k47	109.16	274.464	.456	.	.940
k48	109.70	272.378	.554	.	.940

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.942	.940	40

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.652	2.020	3.340	1.320	1.653	.100	40

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
k2	103.64	259.337	.452	.	.941
k3	103.42	260.453	.390	.	.942
k4	103.36	263.664	.337	.	.942
k6	103.70	262.745	.381	.	.941
k7	103.14	256.368	.584	.	.940
k8	103.78	265.644	.332	.	.942
k9	102.74	259.053	.555	.	.940
k10	104.06	261.772	.433	.	.941
k11	103.04	263.672	.397	.	.941
k12	104.04	263.019	.459	.	.941
k15	103.30	251.112	.640	.	.939

k17	103.28	251.430	.633	.	.939
k18	103.64	261.949	.454	.	.941
k21	103.18	258.885	.547	.	.940
k22	103.76	257.247	.591	.	.940
k23	103.12	252.271	.692	.	.939
k24	103.58	254.493	.664	.	.939
k25	103.16	257.729	.561	.	.940
k26	103.88	259.700	.474	.	.941
k27	103.26	250.849	.731	.	.939
k28	103.96	257.631	.620	.	.940
k29	103.22	255.318	.576	.	.940
k30	103.56	263.190	.415	.	.941
k31	103.48	262.459	.459	.	.941
k32	103.82	262.355	.366	.	.942
k33	103.22	255.971	.632	.	.940
k35	103.28	257.349	.597	.	.940
k36	103.78	252.869	.664	.	.939
k37	103.42	261.228	.455	.	.941
k38	103.70	253.357	.652	.	.939
k39	102.92	255.259	.653	.	.939
k40	103.52	261.275	.423	.	.941
k41	103.14	257.225	.514	.	.941
k42	103.36	261.419	.459	.	.941
k43	103.04	264.366	.340	.	.942
k44	103.34	257.658	.588	.	.940
k45	103.16	257.280	.580	.	.940
k46	103.38	264.444	.373	.	.941
k47	103.10	260.908	.451	.	.941
k48	103.64	258.807	.553	.	.940

LAMPIRAN D

ALAT UKUR SETELAH UJI COBA
(PENELITIAN)

SKALA PSIKOLOGI



Kata Pengantar

Kepada Yth. Mahasiswi

Universitas Setia Budi

Surakarta

Ditengah kesibukan anda saat ini, perkenankan saya meminta kesediaan anda untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner yang terlampir. Bila anda mengisi kuesioner dengan teliti dan tidak ada yang terlewat, kuesioner ini dapat berguna dalam usaha peningkatan kualitas mahasiswa universitas ini.

Kuesioner ini disusun untuk penelitian dalam rangka penyusunan skripsi S1 di Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi Surakarta. Kuesioner ini tidak akan mempengaruhi nilai anda dalam perkuliahan. Segala informasi yang ada akan dijamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kerjasama anda menjadi responden dalam penelitian ini, saya mengucapkan terimakasih. Semoga Tuhan YME membalas amal dan budi baik anda.

Hormat saya,

Maria Febrilia DJ

Petunjuk pengisian kuesioner

Baca dan pahami baik-baik setiap pernyataan. Kemudian anda diminta untuk mengemukakan apakah pernyataan-pernyataan tersebut sesuai dengan keadaan yang anda rasakan, dengan cara memberitanda (X) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia.

Adapun pilihan jawaban tersebut adalah :

- S = SESUAI
 SS = SANGAT SESUAI
 TS = TIDAK SESUAI
 STS = SANGAT TIDAK SESUAI

Contoh : Saya akan membeli produk yang sedang *tren*

SS	S	TS	STS
	X		

Apabila anda ingin mengganti jawaban, maka beri tanda = pada jawaban semula, kemudian beri tanda X pada jawaban yang tepat menurut anda

Contoh : Saya akan membeli produk yang sedang *tren*

SS	S	TS	STS
	X	X	

Setiap orang dapat mempunyai jawaban yang berbeda, karena itu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan diri anda, karena tidak ada jawaban yang dianggap salah

Identitas Responden

Nama/ Inisial :

Usia :

Fakultas :

Petunjuk : Berilah tanda (X) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan anda.

1. Saya telah menggunakan internet selama
 - a. < 1tahun
 - b. 1-2tahun
 - c. 2-3tahun
 - d. >3tahun
2. Apakah anda pernah berbelanja online?
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Berapa kali anda pernah berbelanja online dalam 1 bulan?
 - a. 1 kali
 - b. 2-3 kali
 - c. 4-6 kali
 - d. > 6 kali
4. Produk apa yang sering anda beli?
 - a. Pakaian
 - b. Sepatu
 - c. Buku
 - d. Elektronik
 - e. Lainnya (sebutkan.....)
5. Apa alasan anda berbelanja online?
 - a. Mudah
 - b. Banyak pilihan produk
 - c. Banyak pilihan harga
 - d. Efektif bagi waktu anda
 - Lainnya (sebutkan.....)

Skala 1

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli produk yang tidak saya butuhkan.	SS	S	TS	STS
2	Saya tidak pernah yakin dengan keputusan yang saya ambil	SS	S	TS	STS
3	Saya akan membuat skala prioritas sebelum membeli	SS	S	TS	STS
4	Saya segera membeli barang kesukaan saya yang ditawarkan oleh <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
5	Saya dapat tetap tenang dan memilih untuk tidak membeli barang jika belum mempunyai uang yang cukup	SS	S	TS	STS
6	Seringkali saya mengambil keputusan untuk membeli dengan cepat tanpa mempertimbangkan resiko terlebih dahulu	SS	S	TS	STS
7	Saya akan menggunakan jatah uang bulanan saya untuk membeli barang yang benar-benar saya butuhkan saja	SS	S	TS	STS
8	Setiap mendapat uang bulanan saya selalu belanja barang-barang yang saya inginkan	SS	S	TS	STS
9	Saya beranggapan informasi yang diberikan teman saya tidak selalu benar, karena produk yang dipakai teman saya belum tentu cocok untuk saya	SS	S	TS	STS
10	Saya selalu kecewa dengan kualitas barang <i>online</i> yang saya beli	SS	S	TS	STS
11	Mempertimbangkan lebih dari satu kali sebelum membeli adalah suatu keharusan bagi saya	SS	S	TS	STS
12	Sulit bagi saya untuk mencari tahu nomor resi pengiriman produk yang saya pesan	SS	S	TS	STS
13	Saya akan menunda pembelian jika barang tersebut kurang bermanfaat bagi saya.	SS	S	TS	STS
14	Saya tiba-tiba membeli barang yang menurut saya menarik	SS	S	TS	STS
15	Saya akan memilih beberapa produk yang mendesak untuk dibeli	SS	S	TS	STS
16	Saya mudah percaya pada barang-barang yang ditawarkan <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
17	Saya akan menunggu sampai uang saya cukup untuk membeli produk yang saya inginkan	SS	S	TS	STS
18	Saya tiba-tiba membeli barang tanpa membaca informasi terlebih dahulu	SS	S	TS	STS
19	Saya membeli barang berdasarkan pertimbangan yang sudah saya lakukan	SS	S	TS	STS

20	Saya selalu tertarik membeli barang di <i>online shop</i> ketika saya membuka facebook, instagram, twitter, dll	SS	S	TS	STS
21	Saya masih dapat berfikir jernih untuk mengambil keputusan dalam membeli di <i>online shop</i> walaupun suasana hati sedang sedih	SS	S	TS	STS
22	Saya tidak dapat tenang jika produk yang saya inginkan belum berhasil saya dapatkan	SS	S	TS	STS
23	Barang yang saya beli di <i>online shop</i> sesuai dengan apa yang saya harapkan	SS	S	TS	STS
24	Saya suka mencari barang-barang yang unik untuk menunjang penampilan saya	SS	S	TS	STS
25	Saya sangat yakin dengan tindakan yang saya ambil	SS	S	TS	STS
26	Saya akan mudah berbelanja di <i>online shop</i> ketika suasana hati sedang sedih	SS	S	TS	STS
27	Saya akan meminjam uang untuk membeli barang di <i>online shop</i> jika sedang tidak punya uang	SS	S	TS	STS
28	Setiap melihat barang di <i>online shop</i> dengan harga murah saya akan langsung membeli	SS	S	TS	STS

Skala 2

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya cenderung membeli barang di <i>online shop</i> yang berlabel “beli satu gratis satu”	SS	S	TS	STS
2	Ketika melihat barang yang lucu dan unik di <i>online shop</i> saya cenderung untuk membelinya	SS	S	TS	STS
3	Saya suka membeli produk di <i>online shop</i> yang dapat menunjang penampilan saya	SS	S	TS	STS
4	Saya suka membeli produk yang sedang <i>trend</i> dikalangan teman-teman	SS	S	TS	STS
5	Bagi saya membeli produk sejenis dengan jumlah banyak adalah pemborosan	SS	S	TS	STS
6	Saya hanya akan membeli barang jika barang yang saya punya sudah rusak	SS	S	TS	STS
7	Bagi saya berganti-ganti produk adalah pemborosan	SS	S	TS	STS
8	Menurut saya adalah hal yang biasa jika saya berpenampilan sederhana sedangkan teman-teman menggunakan barang yang mahal.	SS	S	TS	STS
9	Saya akan berusaha membeli barang yang sedang tren di <i>online shop</i> sekalipun harganya mahal	SS	S	TS	STS
10	Saya merasa malu jika tidak memiliki barang-barang seperti teman-teman saya	SS	S	TS	STS
11	Saya mengincar produk yang di diskon oleh <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
12	Menggunakan produk-produk yang bermerek dapat meningkatkan kepopuleran saya di kampus	SS	S	TS	STS
13	Bagi saya berpenampilan bersih dan sopan cukup membuat saya lebih percaya diri	SS	S	TS	STS
14	Saya berkeyakinan tidak semua <i>public figure</i> dalam kehidupan sehari-hari menggunakan produk yang sama	SS	S	TS	STS
15	Saya berkeyakinan produk yang tidak sesuai dengan diri saya hanya akan membuat saya terlihat “norak”	SS	S	TS	STS
16	Saya tidak suka meniru penampilan model yang menginklankan di <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
17	Merek barang yang digunakan dapat mencerminkan status pemakainya	SS	S	TS	STS
18	Saya suka membeli barang yang mahal, karena dengan barang tersebut saya akan lebih terlihat <i>up to date</i>	SS	S	TS	STS
19	Saya membeli produk-produk yang sedang tren agar terlihat keren	SS	S	TS	STS
20	Saya membeli sebuah produk agar memiliki	SS	S	TS	STS

	kesamaan dengan model yang mengiklankan produk tersebut				
21	Saya tidak malu jika penampilan saya tidak <i>up to date</i>	SS	S	TS	STS
22	Saya bangga dengan penampilan saya yang sederhana tanpa harus mengikuti gaya orang lain	SS	S	TS	STS
23	Penampilan bersih dan rapi cukup membuat saya dihargai orang lain	SS	S	TS	STS
24	Iklan potongan harga yang ditawarkan <i>online shop</i> tidak akan membuat saya tertarik untuk membeli	SS	S	TS	STS
25	Membeli produk yang sama dengan iklan di <i>online shop</i> akan membuat saya tampil beda	SS	S	TS	STS
26	Produk yang digunakan oleh <i>public figure</i> yang saya idolakan mempengaruhi saya dalam membeli	SS	S	TS	STS
27	Saya suka berpenampilan seperti <i>public figure</i> yang saya kagumi	SS	S	TS	STS
28	Saya bangga saat menggunakan barang bermerek.	SS	S	TS	STS
29	Saya hanya membeli produk yang saya perlukan	SS	S	TS	STS
30	Saya tidak mengikuti <i>mode</i> yang sedang <i>up to date</i>	SS	S	TS	STS
31	Saya lebih memilih membeli barang yang saya butuhkan daripada barang yang dapat menunjang penampilan saya	SS	S	TS	STS
32	Saya cuek pada cemoohan teman-teman karena saya ketinggalan mode	SS	S	TS	STS
33	Saya merasa percaya diri saat menggunakan barang-barang mahal yang di jual di <i>online shop</i>	SS	S	TS	STS
34	Saya suka membeli produk di <i>online shop</i> dengan merek yang berbeda-beda.	SS	S	TS	STS
35	Saya akan membeli suatu barang walaupun saya sudah memiliki barang sejenis dengan merek berbeda	SS	S	TS	STS
36	Jika saya memiliki obsesi pada suatu barang saya akan mengoleksi barang tersebut	SS	S	TS	STS
37	Saya tidak pernah membeli di <i>online shop</i> hanya karena kemasan produk menarik	SS	S	TS	STS
38	Bentuk produk yang menarik sama sekali tidak mempengaruhi saya untuk membelinya	SS	S	TS	STS
39	Promo hadiah di <i>online shop</i> tidak mempengaruhi saya untuk membeli barang tersebut	SS	S	TS	STS
40	Saya jarang membeli produk yang tidak bermanfaat walaupun ada hadiah yang ditawarkan	SS	S	TS	STS

TERIMAKASIH

LAMPIRAN E
TABULASI DATA PENELITIAN

No Respon	Butir Item Kontrol diri																												Total Skor
	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	
1	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	76
2	1	1	2	1	2	1	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	66
3	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	4	3	2	2	48
4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	3	73
5	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	74
6	3	2	3	2	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	4	4	4	3	83
7	2	2	2	1	3	3	3	1	4	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	3	4	2	2	59
8	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	4	4	79
9	1	2	2	1	4	4	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	1	1	2	1	1	2	1	2	3	2	54
10	4	4	4	2	3	2	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	81
11	2	2	2	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	75
12	3	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	1	3	2	2	1	1	2	3	1	2	2	3	3	2	3	3	3	58
13	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	4	2	4	4	4	3	4	64
14	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	4	3	69
15	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	48
16	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	4	4	4	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	74
17	1	1	3	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	1	4	54
18	2	1	2	2	3	2	2	3	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	47
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	3	1	2	1	3	2	2	2	1	1	2	1	3	2	53
20	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	4	1	2	2	3	1	4	1	3	2	2	2	2	1	64
21	4	4	3	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	84
22	1	1	2	2	2	2	1	1	4	3	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	3	51

23	2	2	1	2	2	1	2	3	1	1	4	4	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	49
24	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3	3	2	4	3	3	4	2	77
25	2	4	2	2	2	2	4	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	4	4	2	76
26	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	71
27	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	87
28	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	3	1	2	2	3	1	2	1	1	1	2	1	4	2	47
29	1	2	2	1	2	2	2	1	1	4	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	49
30	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	74
31	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	53
32	2	2	2	3	4	4	2	3	2	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	4	2	73
33	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	3	2	54
34	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	4	1	49
35	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	4	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	4	73
36	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	77
37	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	90
38	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	75
39	2	1	2	1	2	2	2	1	3	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	47
40	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	71
41	1	4	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	4	4	2	2	2	2	1	2	53
42	2	2	2	1	2	2	1	4	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	51
43	3	2	2	2	2	3	4	4	2	2	2	2	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	71
44	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	70
45	1	1	2	2	1	1	3	2	1	2	4	3	4	4	2	2	2	3	3	2	2	4	4	1	2	2	2	2	64
46	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	1	1	2	4	4	3	4	1	2	2	2	2	56
47	1	1	2	1	3	3	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	64

48	3	3	4	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	82	
49	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	4	3	2	2	3	2	1	1	3	2	56	
50	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	1	2	3	4	4	3	72	
51	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	54	
52	2	2	2	1	3	1	1	2	3	1	2	1	2	1	3	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	3	3	50
53	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	76	
54	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2	50	
55	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	76	
56	2	2	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	73	
57	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	2	2	88	
58	3	1	4	1	4	2	3	1	4	1	3	1	2	1	3	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	1	2	57	
59	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	1	2	2	4	2	3	1	2	1	2	2	2	51	
60	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	4	2	74	
61	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	69	
62	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	4	4	2	2	3	3	3	3	76	
63	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	3	2	3	1	2	1	2	2	2	2	1	2	4	3	2	2	2	1	52	
64	3	3	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	74	
65	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	2	75
66	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	4	4	2	2	2	1	2	1	4	4	1	2	2	1	2	2	55	
67	3	3	3	1	3	2	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	56	
68	2	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	3	2	51
69	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	1	47	
70	3	1	3	1	3	1	2	1	4	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	4	2	1	1	3	1	52	
71	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	3	1	1	2	2	1	2	2	4	1	2	2	4	4	2	4	2	2	55	
72	3	2	2	2	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	4	3	72	

73	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	70
74	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	4	4	78
75	2	2	2	2	3	2	3	4	4	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75
76	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	3	1	48
77	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	4	2	74
78	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	3	75
79	2	2	2	1	2	2	1	1	3	1	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	49
80	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	3	3	2	1	2	2	2	3	2	4	1	2	51
81	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	3	3	2	2	1	1	2	2	3	2	1	2	1	48
82	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	4	4	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	52
83	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	48
84	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	73
85	3	2	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	4	3	4	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	78
86	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	73
87	2	3	2	1	2	2	2	1	3	1	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	3	1	1	1	1	1	3	2	49
88	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	2	4	2	4	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	75
89	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	4	4	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	75
90	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	4	3	2	77
91	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	78
92	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	3	3	3	1	4	4	3	3	59
93	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	1	2	1	4	3	4	2	2	1	51
94	3	2	3	2	3	2	3	2	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	78
95	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	76
96	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	2	72
97	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	72

98	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	2	2	3	2	76	
99	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	79
100	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	3	2	71	

No Respon	Butir item Perilaku Konsumtif																																								Total Skor		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40			
1	1	1	1	3	1	3	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	3	1	3	1	1	2	3	2	3	3	2	3	1	2	3	2	3	2	2	2	2	3	76	
2	2	3	2	3	2	4	3	4	2	3	3	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	4	2	4	2	4	2	3	4	3	2	4	2	3	4	3	115		
3	4	3	2	1	2	3	2	2	2	3	2	4	2	3	4	2	2	2	1	3	2	3	2	3	2	3	3	2	4	2	3	4	2	4	3	2	3	2	4	3	105		
4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	1	1	1	3	4	4	1	2	3	1	3	2	3	2	4	2	4	2	3	4	2	3	3	2	3	2	3	4	111		
5	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	1	3	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	1	3	1	3	1	3	1	1	3	1	3	3	1	1	4	2	3	4	96		
6	3	4	3	4	3	4	1	4	3	1	3	1	4	1	3	1	4	3	1	3	4	1	3	2	1	3	1	2	1	4	3	1	4	2	1	1	1	1	4	3	97		
7	3	3	4	4	3	3	1	3	1	3	3	4	1	3	4	1	3	3	1	4	1	2	1	3	1	4	1	3	3	1	1	3	1	3	4	3	1	3	4	1	99		
8	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	1	3	2	4	1	3	1	4	2	4	1	3	1	107		
9	2	3	3	3	2	2	1	3	3	2	2	2	4	1	4	3	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	92		
10	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	2	3	4	3	3	1	4	1	4	1	3	3	3	1	1	1	4	1	3	1	4	1	4	2	2	3	3	3	109		
11	3	3	3	3	1	3	1	3	1	4	3	1	3	1	3	3	1	4	3	1	3	4	3	1	3	1	3	1	3	1	4	1	4	1	3	3	3	4	3	2	99		
12	3	4	3	3	1	3	1	2	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1	3	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	4	3	1	3	2	83
13	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	1	1	4	3	1	4	3	1	3	1	3	1	1	4	1	3	1	115		
14	3	4	3	4	3	2	2	2	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	1	1	3	4	3	1	3	3	1	3	1	2	1	2	4	2	3	1	3	4	3	4	106		
15	3	1	4	1	4	1	2	1	1	3	2	1	3	1	4	2	1	1	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	103	
16	4	3	2	1	3	2	2	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	3	1	4	3	1	4	1	3	3	1	2	4	1	3	3	1	4	3	1	2	1	4	1	105		
17	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	1	3	1	1	3	3	1	1	3	4	1	1	3	1	1	2	1	3	3	1	3	1	101		
18	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	1	1	2	1	2	3	3	1	4	1	1	1	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	92	
19	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	1	3	3	1	3	1	4	1	4	1	3	1	3	1	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	2	113		
20	3	3	2	1	1	1	1	1	2	3	3	4	1	4	2	3	2	2	3	2	3	2	1	1	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	1	1	1	1	1	85		
21	3	3	2	1	1	3	1	1	3	1	3	1	1	2	1	3	1	4	1	3	1	1	2	1	4	1	4	2	4	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	80		
22	3	3	4	4	4	3	3	1	3	1	3	1	4	2	4	2	1	2	2	4	3	2	3	1	3	1	4	1	3	4	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	99		
23	3	4	3	4	3	4	2	1	3	1	1	4	1	4	1	3	1	3	1	4	1	3	1	1	3	1	3	4	1	4	1	3	3	1	3	1	3	1	4	3	96		
24	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	4	2	3	2	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	4	2	3	2	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	109	
25	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	1	1	3	1	3	3	1	3	1	3	1	3	4	1	3	1	3	1	1	4	1	2	1	3	1	100		
26	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	1	1	3	3	1	3	1	4	3	3	1	3	1	4	3	1	2	1	3	1	4	1	3	1	1	105		

27	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	1	3	1	4	1	4	1	3	3	1	3	1	4	1	4	1	4	1	4	3	107			
28	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	2	1	4	1	3	4	1	3	1	1	3	2	3	1	3	1	3	1	3	1	3	108		
29	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	1	3	4	2	3	2	3	1	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	1	1	118	
30	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	1	3	1	3	1	4	1	4	1	3	1	3	1	3	1	4	1	2	1	3	1	3	1	1	2	1	2	1	97			
31	1	4	1	1	4	1	2	1	3	2	1	3	1	3	1	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	112			
32	1	1	4	1	3	1	3	1	3	3	1	3	1	4	1	4	1	4	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	1	2	1	1	1	1	4	1	4	1	1	1	89				
33	2	2	3	3	2	2	1	1	3	3	2	3	2	1	1	3	3	1	2	1	3	4	3	2	4	2	3	2	1	3	2	2	4	2	4	2	4	3	3	2	2	1	93			
34	3	4	4	4	2	3	4	4	4	2	2	4	4	1	3	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	3	3	1	3	1	3	3	1	2	1	3	1	1	4	3	1	102				
35	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	1	4	1	2	4	1	3	1	3	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	4	3	86			
36	1	3	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	1	4	4	2	3	3	2	2	3	2	3	2	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	103		
37	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	1	3	1	1	3	2	1	2	3	3	1	2	1	2	4	3	1	4	2	4	3	4	3	4	3	4	2	4	2	2	2	100		
38	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	1	3	1	4	1	3	1	4	1	2	1	3	1	2	3	2	1	3	3	1	3	4	1	3	4	1	3	4	1	3	3	106		
39	3	3	4	4	1	3	1	3	3	1	4	1	3	1	3	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	2	1	4	1	3	1	4	1	3	1	4	1	3	91		
40	3	4	3	3	1	3	1	2	1	3	1	3	1	3	1	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	116		
41	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	1	4	1	3	1	1	1	3	1	2	1	3	1	2	4	1	4	1	3	1	4	1	3	3	4	1	3	3	4	3	107	
42	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	2	2	3	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	1	1	1	2	88		
43	1	3	1	4	1	3	1	4	1	3	1	3	4	1	2	1	2	1	3	1	3	3	1	4	1	3	1	3	1	3	3	1	3	1	2	1	4	4	3	3	4	3	3	89		
44	1	3	1	2	1	2	1	3	1	3	1	3	1	3	1	4	1	3	1	2	1	3	1	3	3	3	3	4	3	1	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	100		
45	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	2	3	2	2	3	4	3	4	4	3	2	2	1	3	2	2	1	1	1	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	117	
46	1	1	1	1	3	3	1	3	1	4	2	3	2	3	1	2	2	4	3	4	3	3	3	3	3	1	1	4	3	1	1	1	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	100			
47	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	1	2	3	2	2	3	2	1	3	1	1	1	1	4	3	1	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	115		
48	3	3	3	4	4	4	4	3	4	1	2	1	3	1	3	3	1	3	3	1	4	3	1	3	4	1	2	1	3	3	1	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	110			
49	4	3	3	2	4	3	4	3	3	1	1	3	1	4	1	3	1	4	1	3	1	1	3	3	1	3	4	1	1	4	1	2	1	3	1	4	1	3	3	4	1	3	3	97		
50	4	3	4	3	3	1	4	1	4	1	4	1	4	3	2	3	1	4	1	3	3	1	3	3	4	3	3	4	3	3	1	4	3	1	4	1	3	3	3	3	3	3	110			
51	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	1	2	3	1	1	4	4	1	3	3	3	3	1	3	1	3	3	1	4	1	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	111		
52	3	3	1	2	1	3	4	1	3	4	1	3	2	1	3	1	3	3	4	1	4	3	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	106		
53	3	3	1	3	1	1	4	3	1	4	1	4	2	3	1	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	110	
54	4	3	4	3	1	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	2	4	3	1	4	1	3	1	3	1	1	3	4	3	1	3	4	1	3	3	1	4	4	4	4	4	3	113			
55	4	3	1	2	2	1	1	3	2	1	4	3	1	3	3	1	3	3	1	4	3	1	3	1	4	4	1	3	1	3	4	1	3	1	3	1	3	1	3	4	4	4	3	97		
56	3	4	1	4	1	3	3	1	3	4	1	4	3	1	3	1	4	1	4	3	1	2	1	3	1	3	1	4	1	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	106

57	1	4	1	3	2	4	1	3	4	4	3	1	2	3	3	1	3	4	1	4	3	3	1	3	3	1	4	3	1	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	110
58	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	129	
59	1	3	1	3	1	4	3	1	3	1	3	3	1	1	3	3	1	3	4	3	1	3	4	1	3	3	1	3	3	2	3	4	1	4	3	4	3	1	99					
60	1	3	1	4	1	3	4	3	4	3	1	1	3	1	1	1	1	3	1	4	1	3	4	3	1	3	3	1	3	1	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	129		
61	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	87		
62	3	4	3	4	1	4	3	1	4	3	1	3	4	1	3	4	1	3	2	1	4	1	4	1	2	3	1	3	1	4	1	3	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	74	
63	3	3	4	4	3	1	3	1	3	1	3	1	4	1	3	1	2	3	4	1	4	3	1	3	3	1	4	4	1	4	1	3	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	98	
64	4	3	4	3	4	2	4	2	4	2	3	4	2	3	2	4	2	3	2	4	2	4	3	3	3	1	1	3	4	1	3	3	1	3	1	1	3	3	1	3	3	1	3	98
65	1	3	1	4	3	1	4	3	1	3	4	1	3	3	2	1	3	4	4	1	3	3	1	3	4	1	3	1	3	1	3	3	1	3	1	4	1	3	1	3	1	3	108	
66	3	1	3	1	1	3	3	1	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	4	1	3	1	3	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	93
67	4	3	3	4	4	4	3	1	3	1	4	1	3	1	4	1	4	1	2	3	1	3	1	1	3	2	3	1	1	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	106	
68	3	3	3	4	3	3	4	1	4	3	3	1	4	1	3	3	1	1	3	1	2	3	1	3	1	3	1	3	1	3	3	3	1	1	3	1	3	1	3	2	3	96		
69	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3	2	3	2	3	4	3	4	2	4	2	2	2	2	3	4	3	1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	122		
70	3	4	2	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	2	3	2	4	2	2	3	3	4	4	1	4	3	4	1	122			
71	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	1	2	1	4	1	4	3	1	3	4	1	1	3	1	3	1	1	3	1	3	1	3	4	3	3	4	3	3	3	3	106		
72	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	1	3	1	2	3	1	4	2	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	3	3	1	3	3	1	4	1	3	97			
73	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	1	3	2	1	3	4	1	3	1	3	4	1	3	1	3	1	3	1	2	3	1	3	1	4	1	4	3	2	3	102			
74	3	4	4	4	4	3	3	3	3	1	3	1	2	3	1	4	3	3	1	3	3	4	1	4	3	3	1	4	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	3	3	3	107	
75	3	3	3	1	3	3	2	1	4	1	3	4	1	3	3	4	1	3	1	3	2	1	3	3	4	1	4	3	1	1	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	102		
76	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	1	3	3	3	1	3	2	3	4	1	3	3	1	3	1	3	1	3	4	1	2	3	114			
77	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	1	4	3	1	3	1	2	1	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	3	4	101		
78	3	4	3	4	4	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	1	3	2	3	120		
79	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	1	4	1	3	1	4	1	3	1	3	1	3	116	
80	1	4	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	3	1	3	1	4	1	4	1	3	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	4	1	3	1	1	4	1	3	1	3	1	86	
81	1	1	3	2	1	3	1	4	1	3	4	3	1	3	1	3	4	1	2	4	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	4	1	3	4	3	1	1	3	1	3	4	1	91	
82	4	1	4	1	3	2	1	2	1	4	1	4	1	3	1	2	4	1	3	3	1	3	1	4	3	1	3	4	3	1	3	3	1	3	4	1	4	1	3	2	95			
83	1	4	1	3	1	4	1	3	4	1	3	1	3	3	3	1	3	1	4	1	3	1	3	2	3	2	3	2	1	4	1	3	1	3	1	3	1	3	1	4	1	3	91	
84	3	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	128	
85	3	4	4	4	3	2	3	2	4	3	3	1	3	2	2	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	4	1	3	1	4	1	3	3	1	98		
86	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	132

87	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	1	2	1	3	1	1	4	3	1	1	3	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	3	3	1	2	1	83		
88	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	2	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	129			
89	4	1	3	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	4	1	2	3	2	3	1	2	1	2	2	3	1	4	1	1	1	4	1	3	4	4	3	4	4	3	4	94		
90	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	3	3	3	1	3	4	1	1	3	2	2	3	3	97		
91	3	4	4	3	4	4	3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	130		
92	1	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	1	2	1	1	3	1	3	1	3	1	1	3	1	3	107		
93	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	133		
94	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	2	1	2	1	2	1	3	1	2	1	3	1	4	1	3	1	3	2	107	
95	4	2	1	1	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	3	2	4	2	2	3	1	1	1	1	3	73	
96	4	3	4	3	3	3	4	3	3	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	1	3	1	3	1	4	1	2	2	1	1	1	3	91	
97	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	99	
98	3	4	4	3	3	4	3	2	1	2	3	2	3	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	79	
99	2	3	2	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	4	2	2	109	
100	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	2	1	1	1	1	2	1	3	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	4	4	4	71

LAMPIRAN F

ANALISIS DESKRIPTIF DAN

HASIL UJI HIPOTESIS

Uji Normalitas

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kd	100	47	90	49.27	4.381
Kn	100	71	133	131.17	3.980
Valid N (listwise)	100				

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kontrol Diri	Konsumtif
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	49.27	131.17
	Std. Deviation	4.381	3.980
Most Extreme Differences	Absolute	.115	.126
	Positive	.115	.126
	Negative	-.068	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		1.146	1.256
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145	.085

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Konsu mtif *	Between Groups	(Combined)	382.973	19	20.156	1.361	.171
		Linearity	117.069	1	117.069	7.902	.006
		Deviation from Linearity	265.904	18	14.772	.997	.472
Within Groups			1185.137	80	14.814		
Total			1568.110	99			

Uji Hipotesis

Correlations

		Kontrol Diri	Konsumtif
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	-.273**
	Sig. (2-tailed)		.006
	N	100	100
Konsumtif	Pearson Correlation	-.273**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	
	N	100	100

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

LAMPIRAN G
SURAT IJIN DAN BUKTI
PENELITIAN



Surakarta, 20 April 2016

Nomor : 091/H6-2b/20.04.2016
Perihal : ijin penelitian
lamp : -

Kepada : Yth. Dekan
FAKULTAS PSIKOLOGI,
Universitas Setia Budi
Surakarta

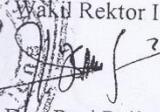
Dengan Hormat,

Menindaklanjuti surat permohonan Saudara nomor : 222/H6-4e/12.04.2016, tertanggal 12 April 2016 perihal permohonan ijin Penelitian bagi mahasiswa Saudara :

nama : Maria Febrilia Dwi Jayanti
nim : 11120153K
judul skripsi : *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif On line Shopping Pada Mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta.*

Pada prinsipnya kami tidak berkeberatan, dan setelah selesai yang bersangkutan bersedia menyerahkan laporan penelitian dan tidak mengganggu kegiatan perkuliahan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Rektor
Wakil Rektor I

Dra. Peni Pujiastuti, M.Si.



Nomor : 222/H6-4e/12.04.2016
 Hal : Permohonan ijin penelitian
 Kepada : Yth. Rektor
 Universitas Setia Budi Surakarta
 Di Tempat

Dengan hormat,

Bersama Surat ini kami mohon bantuannya untuk memberikan ijin bagi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi :

NO	Nama	NIM
1.	Maria Febrilia Dwi Jayanti	11120153K

untuk mengadakan Penelitian ilmiah di Universitas Setia Budi yang Bapak pimpin. Penelitian ilmiah tersebut diadakan dalam rangka pengambilan data untuk Try Out & penelitian mahasiswi semua Fakultas (usia 18 – 21 tahun, dimana usia tersebut masih masuk dalam kategori usia remaja), guna menyusun Skripsi yang merupakan syarat tugas akhir menempuh program studi S-1 Psikologi di Universitas Setia Budi yang berjudul : *Hubungan Antara Kontrol dan Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswi Universitas Setia Budi Surakarta*"

Demikian permohonan kami, atas kerjasamanya kami sampaikan terima kasih

Surakarta, 12 April 2016

An. Dekan
 Sekretaris Fakultas

Patna Mukti, S.Psi., M.Si

Tembusan kepada Yth.:

1. Pembimbing I
2. Pembimbing II
3. Arsip



Jl. Let. Jend. Sutoyo – Solo 57127 Telp. 0271-852518, Fax. 0271-853275
 Homepage : www.setiabudi.ac.id, e-mail : usbsolo@yahoo.com.