

HUBUNGAN ANTARA *SELF CONTROL* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA *E-MONEY* PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS DIPONEGORO

Syifa Ulayya¹, Endah Mujiasih²

^{1,2} Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, S.H., Tembalang, Semarang 50275

syifa.ulayya97@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk memahami hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Self-control* merupakan kemampuan individu untuk mengatur serta mengendalikan perilaku dari dalam diri yang tidak diinginkan sehingga mampu menahan tingkah laku impulsif dan mengarahkan kepada konsekuensi positif. Perilaku konsumtif merupakan dorongan membeli suatu barang secara berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional dan hanya berdasarkan pada keinginan sesaat. Populasi penelitian ini berjumlah 498 mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro dengan sampel 221 orang. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah Skala *Self-Control* (29 aitem, $\alpha = 0,93$) dan Skala Perilaku Konsumtif (33 aitem $\alpha = 0,94$). Analisis data menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan nilai $r_{xy} = -0,869$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil penelitian terdapat hubungan negatif antara *self-control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Self-Control* memberikan sumbangan efektif sebesar 68,9% dalam memprediksi perilaku konsumtif, sisanya sebesar 31,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Kata kunci: mahasiswa, perilaku konsumtif, *self-control*

Abstract

The aims of this research was to determine the relationship between self control among Faculty of Psychology Diponegoro University. Self control is the individual ability to regulate and control behavior from within themselves that is not desirable so that they can resist impulsive behavior and lead to positive consequences. Consumptive behavior is the urge to buy excessively without rational consideration and is only based on momentary desires. The population are 498 students in Faculty of Psychology Diponegoro University and the subjects are 221 students that chosen by convenience sampling technique. The research instruments are Self Control Scale (29 item with $\alpha = 0,93$) and Consumptive Behavior Scale (33 items $\alpha = 0,94$). Simple regression analysis shows that $r_{xy} = -0,869$ and $p = 0,000$ ($p < 0,05$). The result of this study shows that there is a negative and significant relationship between self control and consumptive behavior. Self control predict 75,3% to consumptive behaviour and the 24,7% predicted by other factors.

Keywords: college student, consumptive behavior, self-control

PENDAHULUAN

Pada awalnya, sistem pembayaran di Indonesia hanya sebatas pada pembayaran dengan uang secara langsung. Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 888/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus menghadirkan berbagai inovasi, salah satunya yang berkaitan dengan pembayaran yaitu *financial technology (fintech)*. Industri *fintech* menghadirkan sistem pembayaran uang elektronik dalam berbagai bentuk. Uang elektronik dapat berbentuk *smartcards* dengan chip ataupun *application based* (Usman, 2017).

Uang elektronik dapat digunakan sebagai alat pembayaran pada *merchant-merchant* tertentu yang mengadakan kerjasama dengan penerbit uang elektronik. *E-money* pada hakikatnya merupakan uang tunai yang dikonversi menjadi data elektronik yang disimpan pada media penyimpanan pada kartu yang berbentuk *chip* atau *server*. Fungsi *e-money* tidak jauh berbeda dengan fungsi uang tunai. Penggunaan uang elektronik (*e-money*) dilakukan dengan pemindahan dana secara elektronik pada *merchant* dengan mengurangi secara langsung nilai uang elektronik pada media yang dikelola oleh pemegang uang elektronik (Usman, 2017).

Dewasa ini telah bermunculan perusahaan yang menggunakan *fintech* di Indonesia. Sektor inilah yang paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan serta meningkatkan efisiensi layanan keuangan (Schueffel, 2016). Berdasarkan data statistik Bank Indonesia (BI), volume dan nilai transaksi *e-money* (uang elektronik) menunjukkan pertumbuhan yang signifikan hingga akhir November 2018, dengan total nominal transaksi Rp. 5,9 triliun atau naik 216,46% dibandingkan November 2017 (Sari, 2019). Data ini menunjukkan bahwa *e-money* (uang elektronik) sudah banyak digunakan di Indonesia.

Semakin mudahnya transaksi jual-beli saat ini dengan keberadaan *e-money* membuat masyarakat rentan dengan berperilaku konsumtif khususnya remaja. Remaja perlu mengontrol diri dengan budaya konsumtif yang semakin berkembang. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan penggunaan uang elektronik terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa (Ramadani, 2016).

Mahasiswa merupakan kelompok konsumen remaja (Lisma & Haryono, 2016). Remaja adalah periode transisi perkembangan antara masa anak-anak dengan masa dewasa, yang melibatkan perubahan kognitif, biologis, serta sosio-emosional (Santrock, 2010). Remaja dibagi menjadi tiga tahap yaitu, remaja awal 12-15 tahun, remaja tengah 15-18 tahun, dan remaja akhir 18-21 tahun. Remaja merupakan fase usia dimana individu menjadi terintegrasi dengan masyarakat dewasa. Remaja merasa bahwa dirinya setingkat dan sejajar dengan orang dewasa (Monks, Knoers, & Haditono, 2006). Pada masa remaja, individu mulai mencari identitas diri sehingga sangat mudah dipengaruhi oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu positif maupun yang negatif.

Remaja tidak terlepas dari karakteristik individu yang mudah terbuju oleh hal-hal yang menyenangkan dan memiliki tingkat konformitas yang tinggi, alasan tersebut menjadi pelaku utama dalam gaya hidup konsumtif. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Loudon dan Bitta (dalam Suminar & Meiyuntari, 2016), remaja merupakan individu yang mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan serta tidak berpikir hemat. Tambunan (2001) menyatakan bahwa pola konsumsi individu terbentuk pada usia remaja. Remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena individu dalam fase ini suka mencoba hal – hal baru yang sedang berkembang di sekitarnya (Sitorus, 2013). Remaja memiliki kemampuan berkonsumsi yang irasional dan cenderung berperilaku konsumtif (Kanserina, 2015). Fakta ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa remaja merupakan usia yang konsumtif (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013). Menurut Monks dkk (2006) remaja mempunyai kemampuan membeli yang cukup tinggi, karena remaja umumnya berpakaian berdandan, bertingkah laku, mempunyai karakteristik tersendiri dan mereka membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Tidak jarang remaja mengatakan bahwa pola hidup konsumtif yang sudah melekat dalam kehidupan sehari-hari.

Perilaku konsumtif yang tinggi dapat menimbulkan dampak merugikan. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Nina dan Koentjoro (dalam Astuti, 2013) perilaku konsumtif yang berlebihan menimbulkan masalah keuangan yang berkepanjangan. Perilaku konsumtif yang hanya didasari keinginan sesaat bukan kebutuhan menimbulkan dampak negatif yaitu pemborosan (Fransisca & Suyasa, 2005). Perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam jangka panjang akan menyebabkan keuangan yang tidak terkontrol dan dapat merugikan orang tua, karena sebagian besar mahasiswa secara finansial bergantung pada orang tua (Muliana, 2018). Survey dari Sitohang (dalam Fitriyani dkk., 2013) terhadap 1.074 pelajar di Jakarta dan Surabaya ditemukan 20.9% pelajar sangat menyukai kegiatan berbelanja dan membeli barang-barang yang mereka inginkan dan digunakan hanya untuk bersenang-senang atau memenuhi kepuasannya dengan menggunakan uang spp yang seharusnya tidak digunakan.

Prelec dan Loewenstein (dalam Runnemark, Hedman, & Xiao, 2015) mengemukakan konsep “*the pain of paying*” yaitu, individu akan menghabiskan lebih banyak uang dengan sistem *e-money* dibandingkan uang tunai. Individu akan lebih merasakan kehilangan uang saat memilah secara langsung uang tunai. Semakin tidak transparan suatu pembayaran (berkurangnya individu merasakan arus keluarnya uang), semakin tidak terasa individu untuk mengeluarkan uang. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Citibank India, menyatakan bahwa penggunaan transaksi non-tunai atau *e-money* akan meningkatkan pengeluaran rata-rata 230 cent lebih banyak dibandingkan dengan penggunaan uang cash (Johnson, 2011).

Individu akan cenderung menghabiskan lebih banyak uang jika bertransaksi menggunakan *e-money* dibandingkan dengan uang cash. Oleh karena itu, pengeluaran dengan uang cash dianggap lebih bisa dikontrol dibanding dengan *e-money*. Keinginan individu untuk melakukan pembelian dengan *e-money* meningkat 22-54% dibandingkan dengan uang cash. Hal ini menyebabkan, banyak individu yang lebih memilih untuk tetap menggunakan uang cash untuk mengontrol pengeluaran mereka. *E-money* dianggap dapat meningkatkan resiko hilang kontrol dalam mengeluarkan uang serta menyebabkan *impulsive buying*. (Runnemark dkk., 2015).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi sesuatu secara berlebihan atau tidak terencana. Lina dan Rosyid (1997) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan dorongan untuk membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional. Fitri (dalam Lestari & Budiani, 2014) menyatakan bahwa sebagian masyarakat melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhannya lagi, namun hanya ingin memenuhi hasrat yang timbul dari dalam diri. Hasil Penelitian sebelumnya mengenai makna dari perilaku konsumtif, termanifestasi dalam bentuk kegemarannya berbelanja, berbelanja bukan hanya sekedar membeli barang, memakai atau menghabiskan barang tersebut. Namun, belanja adalah cara untuk dapat dihargai dan diakui keberadaannya di lingkungan sosial (Umami & Nurcahyati, 2013).

Salah satu aspek dalam perilaku konsumtif yaitu *impulsive buying*. Rook (dalam Verplanken, 2001) mendefinisikan *impulsive buying* (pembelian impulsif) sebagai pembelian yang tidak rasional dan pembelian yang cepat serta tidak direncanakan. Menurut Rook dan Fisher (dalam Solomon, 2009) *Impulsive buying* merupakan dorongan emosional untuk membeli secara spontan dan merasa bahwa tindakan tersebut adalah wajar. Menurut Kharis (2011) menyebutkan bahwa *impulsive buying* atau biasa disebut dengan *unplanned purchase*, adalah perilaku orang dimana orang tersebut tidak merencanakan sesuatu dalam berbelanja. Dapat disimpulkan bahwa pembelian impulsif merupakan tindakan pembelian tak terduga yang didasarkan pada perasaan yang kuat dan terjadi secara tiba-tiba tanpa direncanakan sebelumnya (Hoyer & Macinnis, 2008).

Menurut Rodin (dalam Larasati & Budiani, 2014) kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif dapat dikurangi apabila mahasiswa memiliki sistem pengendalian yang berasal dari dalam diri. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Larasati dan Budiani (2014) bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif membeli pakaian diskon pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan pembelian secara online. Perilaku belanja konsumen di Indonesia juga tidak hanya berfokus pada satu jenis produk saja, namun juga pada jenis produk lainnya seperti pakaian, buku, barang elektronik, keperluan hobi, kosmetik, hingga aksesoris (Techinasia, 2018). Salah satu faktor yang menentukan kecenderungan perilaku konsumtif pada pengguna *e-money* adalah kepribadian (Dharmmesta & Handoko, 2013). Kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian (Munandar, 2001). Menurut penelitian Antonides (dalam Fitriana & Koenjoro, 2009) kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu. Thompson (dalam Lestari & Budiani, 2014) menyatakan bahwa unsur utama dalam kontrol diri adalah keyakinan individu terhadap dirinya dalam mencapai hasil yang diinginkan dengan cara mengendalikan emosi dan dorongan dalam diri. Menurut O'Keefe (2005) kepribadian merupakan karakteristik berpikir, prasangka, dan cara perilaku untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan dalam menghadapi situasi.

Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro termasuk pengguna aktif *e-money*. Berdasarkan penggalan data awal yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro dengan metode survey, diperoleh data bahwa presentase intensitas penggunaan *e-money* terbesar yaitu 7 kali atau lebih dalam sebulan sebesar 62,4%, presentase intensitas penggunaan kedua terbesar sebanyak 5 kali dalam sebulan sebanyak 17,6%, posisi ketiga presentase intensitas penggunaan sebanyak 3 kali sebesar 14,9%, dan posisi terakhir intensitas penggunaan 1 kali perbulan sebanyak 4,9%.

Berdasarkan penggalan data awal yang dilakukan dalam bentuk wawancara kepada 10 mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, sebagian besar menyatakan bahwa mereka pengguna aktif *e-money* dan memiliki beberapa aplikasi serta kartu elektronik sebagai alat pembayaran utama. Dalam hasil wawancara didapatkan bahwa mahasiswa sangat terbantu dengan adanya *e-money* karena sangat praktis serta memudahkan untuk melakukan pembayaran dimana saja dan kapan saja. Selain itu, promo dan *cashback* yang diberikan oleh penyedia jasa layanan *e-money* cukup berpengaruh dalam keputusan pembelian karena mahasiswa merasa lebih menguntungkan. Kemudahan serta promosi yang diberikan penyedia jasa *e-money* menyebabkan sebagian besar mahasiswa kurang dapat mengontrol pengeluaran, menurut hasil wawancara beberapa mahasiswa setelah melihat promosi atau *cashback* yang diberikan cenderung akan langsung membeli tanpa berpikir panjang tentang kegunaan produk tersebut serta kebutuhan lain.

Menurut Averill (dalam Ghufroon & Risnawati, 2016) kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam memodifikasi perilaku, kemampuan untuk mengelola informasi, serta kemampuan individu dalam memilih suatu tindakan. Individu dengan kontrol diri yang rendah sangat impulsif, cepat menanggapi, rangsangan lingkungan, cepat mencari kepuasan kerja, dan lebih memilih tugas yang sederhana (Kim, Hong, Lee, & Hyun, 2017). Secara umum, orang yang mempunyai kontrol diri yang tinggi mampu mengatur tindakannya agar tidak konsumtif. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Sultan, Joireman dan Sprott (2012) untuk menguji efek latihan *self-control* mendapatkan bahwa latihan dalam

meningkatkan *self-control* mengurangi tindakan *impulsive buying* (membeli sesuatu secara spontan).

Penelitian mengenai *self-control* perilaku konsumtif pengguna *e-money* merupakan topik yang menarik untuk diteliti. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa saat ini masalah yang menyangkut tentang perilaku konsumtif pengguna *e-money* sangat kompleks. *Self-Control* yang ada di dalam diri individu diharapkan dapat mengendalikan tindakan irasional dalam perilaku membeli dan menentukan skala prioritas atas dasar kebutuhan individu. Sehingga, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif antara *self-control* perilaku konsumtif pengguna *e-money*. Semakin tinggi *self-control*, maka semakin rendah perilaku konsumtif yang dialami, sebaliknya jika semakin rendah *self-control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

METODE

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 860 mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Subjek dipilih berdasarkan karakteristik yaitu, mahasiswa aktif fakultas psikologi angkatan 2015 hingga 2018, berusia remaja dengan rentang usia 18-22 tahun, dan memiliki serta menggunakan *e-money*.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 221 mahasiswa dengan karakteristik mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Alat ukur penelitian menggunakan skala model Likert dengan Skala Perilaku Konsumtif berdasarkan aspek yang disusun oleh Lina dan Rosyid (1997) dan Skala *Self-Control* berdasarkan aspek yang disusun oleh Averill, Cohen et al (1973). Skala *Self-Control* (29 aitem, $\alpha = 0,930$) dan Skala Perilaku Konsumtif (33 aitem, $\alpha = 0,940$). Contoh aitem Skala Perilaku Konsumtif: "Saya dapat menahan diri untuk membeli produk yang sedang diskon"; dan contoh aitem Skala *Self-Control*: "Saya memandang bahwa kemudahan bertransaksi menggunakan *e-money* tidak mempengaruhi intensitas saya berbelanja". Analisis regresi sederhana digunakan sebagai teknik analisis pada penelitian ini untuk mengetahui hubungan antar variabel menggunakan program komputer *Statistical Packages for Social Sciences* (SPSS) versi 24.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana, diperoleh hasil koefisien korelasi (r_{xy}) antara dukungan sosial orangtua dengan keraguan mengambil keputusan karier sebesar -0,869 dengan signifikansi $p=0,000$ ($p<0,05$). Koefisien korelasi tersebut menunjukkan adanya hubungan negatif antara kedua variabel, yang berarti semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah perilaku konsumtif pengguna *e-money*. Begitupun sebaliknya, jika semakin rendah *self-control* maka perilaku konsumtif pengguna *e-money* akan semakin tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan adanya hubungan negatif antara *self-control* dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro dapat diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro memiliki tingkat *self-control* yang tinggi yaitu sebesar 66,5% dan tingkat perilaku konsumtif sebesar 64,2% yang termasuk rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya

self-control mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro diikuti dengan rendahnya perilaku konsumtif pengguna *e-money*.

Hubungan yang negatif dan signifikan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif ditunjukkan berdasarkan data yang diperoleh, dimana mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro memiliki tingkat *self-control* yang tinggi. Mahasiswa yang memiliki tingkat *self-control* yang tinggi mendorong mahasiswa untuk mengendalikan perilaku serta mempertimbangkan konsekuensi untuk melakukan perilaku tersebut. Adanya pertimbangan secara rasional sebelum melakukan pembelian dapat menekan perilaku konsumtif seseorang. Utami dan Sumaryono (2008) mengemukakan bahwa *self-control* merupakan sistem pengendalian diri dalam individu yang dapat menekan hingga menghindari perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya Robert dan Manolis (dalam Afandi & Hartati, 2017) bahwa kontrol diri memiliki hubungan negatif dengan pembelian impulsif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro menunjukkan tingkat perilaku konsumtif yang tergolong rendah dan tingkat *self-control* yang tinggi. Hal ini ditunjukkan karena tingginya *self-control* mahasiswa yang dapat mengendalikan perilaku konsumtif dengan mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya tidak hanya mementingkan faktor emosi untuk memenuhi keinginan sesaat. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian Nofsinger (dalam Chita, Lydia, & Cicilia, 2015) bahwa individu melawan dorongan untuk membelanjakan uang secara irasional untuk mengontrol pengeluarannya, sehingga pengendalian diri berhubungan langsung dengan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa 24,4% mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro memiliki tingkat perilaku konsumtif yang sangat rendah, 64,2% mahasiswa berada pada kategori rendah, 11,3% mahasiswa berada pada kategori tinggi, dan tidak terdapat mahasiswa yang berada pada kategori sangat tinggi. Hasil dari kategorisasi tersebut menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro mayoritas berada pada kategori rendah. Hasil ini menunjukkan fakta yang berbeda dari penggalan data awal sebelumnya yang menyatakan bahwa tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa tergolong tinggi. Mahasiswa pada umumnya berusia 18 -22 tahun. Pada usia tersebut individu berada pada masa remaja akhir dan dewasa awal. Kemampuan remaja untuk mengontrol dirinya akan bertambah seiring dengan bertambahnya usia (Monahan, Steinberg, Cauffman, & Mulvey, 2009). Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya, yang menyatakan bahwa tingkat *self-control* pada remaja berpengaruh positif dengan tingkat pendidikan yang ditempuh. (Allen & Glanzer, 2017). Hal ini sesuai dengan pernyataan Baumeister, Vohs, dan Tice (2007) yang menyatakan bahwa lingkungan perkuliahan dapat mempengaruhi perkembangan kontrol diri pada mahasiswa.

Pada hasil penelitian ini diperoleh bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa berjenis kelamin laki-laki dan perempuan di Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang berada pada kategori yang rendah. Namun, nilai rata-rata yang diperoleh laki-laki sebesar 59,45 dan perempuan sebesar 68,57 dengan $p= 0,000$. Ini artinya terdapat perbedaan yang signifikan perilaku konsumtif antara laki-laki dan perempuan. Hurlock (dalam Mustika & Astiti, 2017), remaja putri cenderung tidak mampu untuk mengendalikan dorongan untuk berbelanja. Hasil penelitian ini mendukung pernyataan Lina dan Rosyid (dalam Devya, 2015) bahwa remaja putri membelanjakan uangnya dua kali lipat lebih banyak daripada remaja pria.

Tingkat perilaku konsumtif ditinjau dari jumlah uang saku menghasilkan nilai $F= 18,628$ $p= 0,000$. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan positif yang signifikan dengan peningkatan uang saku mahasiswa. Semakin tinggi uang saku yang dimiliki maka perilaku konsumtif bertambah. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan uang saku dengan tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. (Hidayah & Bowo, 2018). Mahasiswa dengan uang saku yang tergolong tinggi cenderung untuk membelanjakan seluruh uang saku tanpa memperhatikan skala prioritas dan mengakibatkan pembelian irasional (Lutfiah, Hadi, & Rokhmani, 2015).

Koefisien determinasi (*R Square*) pada penelitian ini sebesar 0,689. Koefisien korelasi menunjukkan tingkat *self-control* memiliki sumbangan efektif sebesar 68,9% terhadap tingkat perilaku konsumtif pada pengguna *e-money*. Kondisi ini menjelaskan bahwa tingkat perilaku konsumtif diprediksi oleh variabel *self-control* sebesar 75,3%, sedangkan sisanya yaitu 24,7% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self-control* dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang negatif dan signifikan. Dimana semakin tinggi tingkat *self-control*, maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, jika tingkat *self-control* rendah, maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa adanya *self-control* yang baik dalam individu dimana mahasiswa dapat memiliki sikap mengenai stimulus serta mempertimbangkan konsekuensi dalam keputusan pembelian dapat menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang negatif yang signifikan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif pengguna *e-money* pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Artinya, semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah perilaku konsumtif pengguna *e-money*. Begitupun sebaliknya, jika semakin rendah *self-control* maka tingkat perilaku konsumtif pengguna *e-money* akan semakin tinggi. *Self-control* memberikan sumbangan efektif sebesar 75,3% perilaku konsumtif pengguna *e-money* pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2017). Pembelian impulsif pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 123-130.
- Allen, C. C. & Glanzer, P. L. (2017). How college student understand their self-control development: A qualitative analysis. *Journal of College and Character*, 18(3), 187-201.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. *E-Journal Psikologi*, 1(2), 148-156.
- Bank Indonesia. (2014). *Siaran pers: Bank Indonesia mencanangkan gerakan nasional non tunai*. Diunduh dari https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp_165814.aspx
- Bank Indonesia. (2016). *Sistem pembayaran: Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran*. Diunduh dari https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Pages/pbi_184016.asp
- Baumeister, R., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The strength model of self-control. *Current Directions in Psychological Science*, 16(6), 351-355.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T.H. (2013). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Fitriyani, N., Widodo, B. P., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1). 56-86.
- Fransisca, & Suyasa, P. T. (2005). Perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7(2), 172-199.
- Ghufron & Risnawita (2011). *Teori-teori psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hoyer, W. D. & Macinnis, D.J. (2008). *Consumer behavior*. Massachusetts, MA: South-Western Cengage Learning.
- Johnson, B. (2011). *2020 tech: Digital wallets will empty faster*. Diunduh dari <https://www.newscientist.com/article/mg21028122-000-2020-vision-digital-wallets-will-empty-faster/>
- Kanserina, D. (2015). Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undhiksa*, 5(1), 1-10.
- Kim, J., Hong, H., Lee, J., & Hyun, M.-H. (2017). Effects of time perspective and self-control on procrastination and internet addiction. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(2), 229–236. doi:10.1556/2006.6.2017.017
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). Mahasiswa psikologi universitas negeri surabaya yang melakukan pembelian secara online. *Psikologi*, 2(3), 1–8.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putri. *Psikologika*, 2(4), 5-13.
- Lisma, N. & Haryono, A. (2016). Analisis perilaku konsumsi ditinjau dari motif bertransaksi. *JPE*, 9(1), 41-50.
- Lutfiah, U., Hadi, Y., & Rokhmani, L. (2015). Pengaruh jumlah uang saku dan kontrol diri terhadap pola konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *JPE*, 8(1). 48-56.
- Maulana, R. (2018). *Tren perilaku konsumen belanja online Indonesia tahun 2018 menurut Iprice*. Diunduh dari <https://id.techinasia.com/tren-perilaku-konsumen-online-indonesia-menurut-iprice>
- Monks, F.J., Knoers, A.M. P. & Haditono, S. (2006). *Psikologi perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Monahan, K., Steinberg, L., Cauffman, E., & Mulvey, E. (2009). Trajectories of antisocial behavior and psychosocial maturity from adolescence to young adulthood. *Developmental Psychology, 45*(6), 1654-1668. Doi: 10.1037/a0015862.
- Munandar, A. S. (2001). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Mustika, W. F., & Astiti, D. P. (2017). Gambaran pengambilan keputusan remaja putri dalam perilaku belanja online. *Jurnal Psikologi Udayana, 4*(2), 379-389.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (e-money) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. *JESP, 8*(1), 1-8.
- Runnemark, E., Hedman, J., & Xiao, X. (2015). Do consumers pay more using debit cards than cash? *Electronic Commerce Research and Applications, 14*(5), 285-291. Doi: 10.1016/j.elerap.2015.03.002
- Santrock, J. W. (2010). *Life span development* (13th ed.). New York, NY: Mc Graw Hill.
- Sari, T. Y. (2009). *Hubungan antara perilaku konsumtif dengan body image pada remaja putri*. (Skripsi tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Sumatera Utara, Medan.
- Sitorus, R. J. (2013). Dampak penggunaan blackberry messenger terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMK Negeri 1 Samarinda dalam berbelanja online. *eJournal Ilmu Komunikasi, 1*(4), 28-37.
- Solomon, M.R. & Rabolt, N. (2009). *Consumer behaviour in fashion* (2nd Edition). New Jersey, NJ: Prentice Hall.
- Sultan, A. J., Joireman, J., & Sprott, D. E. (2012). Building consumer self-control: The effect of self-control exercises on impulse buying urges. *Marketing Letters, 23*(1), 61-72. Doi: 10.1007/s11002-011-9135-4
- Suminar, E. & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konsformitas, dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona, 4*(2), 145-152.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan perilaku konsumtif*. Diunduh dari <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>.
- Umami, R., & Nurcahyati. (2013). Gambaran perilaku konsumsi pada perempuan dewasa awal, sebuah life history. *Jurnal Penelitian Psikologi, 1*(2), 1-6.
- Usman, R. (2017). Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran. *Yuridika, 32*(1). 134-164.
- Utami, F. A. & Sumaryono. (2008). Pembelian impulsif ditinjau dari kontrol diri dan jenis kelamin pada remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi, 3*(1), 46-57
- Verplanken, B., & Herabadi, A. G. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: feeling and no thinking. *European Journal of Personality, 15*(1), 71-83