

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Setiap manusia memiliki kebutuhan berupa barang atau jasa yang dibutuhkan untuk mencukupi keberlangsungan hidupnya. Setiap individu mempunyai ukuran kebutuhan hidup yang berbeda-beda, semakin tinggi angka kebutuhan individu maka semakin tinggi pula kebutuhan yang harus dipenuhi. Kegiatan belanja umumnya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang, namun menjadi tidak wajar jika membeli suatu barang atau jasa hanya berdasarkan keinginan untuk memuaskan diri. Belanja yang berlebihan disebabkan keinginan untuk memuaskan diri biasanya dilakukan secara tergesa-gesa dan tanpa pertimbangan yang matang dari segi kegunaan, kebutuhan, maupun harga. Selain kebutuhan sandang, pangan, dan papan yang lazim dibutuhkan manusia, terdapat keinginan berbelanja untuk memuaskan diri seseorang di luar kebutuhan pokok.

Kegiatan belanja berlebihan hanya untuk memuaskan keinginan merupakan perilaku konsumtif. Lubis mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.¹ Kotler berpendapat bahwa perilaku konsumen merupakan sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi dalam memilih, membeli, penggunaan barang dan jasa, gagasan atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan setiap individu.² Fromm menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk

¹ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2002).

² Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, trans. Benyamin Molan, 13th ed. (Jakarta: PT Indeks, 2009), 166.

mengonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.³

Menurut Setiadi perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor budaya dan kelas sosial.⁴ Faktor kebudayaan mempengaruhi pola konsumsi individu melalui sub-budaya yang menentukan produk yang akan dikonsumsi seseorang. Dimana dalam perilaku konsumsi anggota kelompok suatu sub-budaya mendapat identifikasi dan sosialisasi atas perilaku konsumsi tersebut. Lalu pada faktor kelas sosial relatif bertahan lama di suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku yang sama. Status kelas sosial sering menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda-beda. Jadi, perilaku konsumsi seseorang dapat dilihat dari strata sosialnya karena setiap orang akan memiliki kebutuhan dan perilaku yang berbeda-beda.

Sedangkan menurut Tinarbuko faktor-faktor yang melatar belakangi adanya perilaku konsumtif adalah harga diri, gengsi, status sosial, ekonomi, dan pengaruh kelompok. Faktor harga diri mendorong seseorang melakukan perilaku konsumtif untuk mendapat penghargaan dari orang lain, seperti membeli barang-barang mewah yang dapat meningkatkan harga diri seseorang. Lalu faktor gengsi membuat seseorang berperilaku konsumtif akibat gengsi yang didukung oleh tindakan orang lain atau lingkungan sekitarnya yang juga memiliki kebiasaan berperilaku konsumtif.

Hal ini dilakukan hanya untuk menunjukkan bahwa seseorang yang melakukan perilaku konsumtif tersebut merasa mampu melakukan apa yang dilakukan oleh lingkungan sekitarnya juga. Alasan lainnya adalah merasa takut ketinggalan zaman atau dikatakan

³ G. Aryani, "Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMA Negeri 1 Semarang Tahun Ajaran 2005/2006" (Universitas Negeri Semarang, 2006).

⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Gramedia (Jakarta, 2003).

kurang *update*. Jadi harus dapat mengikuti *trend* yang sedang digemari, hal ini dikarenakan mereka ingin selalu tampil beda dari lingkungannya. Lalu faktor sosial, dimana Seseorang yang memiliki status sosial yang dipandang dalam lingkungannya atau seseorang yang sudah memiliki nama di lingkungannya akan mudah terpengaruh pada perilaku konsumtif. Perilaku seperti ini biasanya dilakukan dikalangan orang kaya yang gemar membelanjakan sebagian besar hartanya untuk membeli barang-barang yang diperlukan maupun yang kurang diperlukan hanya sekedar untuk kebanggaan dan bermewah-mewahan. Ketiga faktor tersebut sangat tergantung pada faktor ekonomi karena perilaku konsumtif harus didukung oleh kondisi financial yang memadai, agar tidak berdampak negatif terhadap diri.

Dan terakhir menurut Tinarbuka adalah faktor pengaruh kelompok. Semakin bertambahnya usia seseorang akan memiliki suatu kelompok sosial, dimana di dalamnya terdapat beberapa orang yang memiliki keinginan dan tujuan yang sama. Dalam hal ini kelompok dapat mempengaruhi keinginan seseorang dalam berperilaku konsumtif karena mereka menuntut kesamaan dalam berbagai hal agar tetap menyeimbangkan individu dalam kelompok tersebut.

Dari kelima faktor yang mendorong seseorang berperilaku konsumtif, faktor ekonomi yang menjadi faktor penting seseorang untuk menopang kemampuan berbelanja, tidak heran kemudian perilaku konsumtif banyak terjadi pada seseorang yang memiliki penghasilan, khususnya pada wanita. Menurut Frankel, dibandingkan dengan laki-laki, wanita lebih cenderung untuk membeli bukan berdasarkan kebutuhan, menjadikan kegiatan belanja sebagai metode perayaan, membeli barang sesering mungkin tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu.⁵

Wanita yang memiliki penghasilan dari pekerjaannya atau disebut wanita karier cenderung berperilaku konsumtif disebabkan kemampuan menghasilkan uang sendiri

⁵ L. Frankel, *Nice Girls Don't Get Rich 75 Kesalahan Perempuan Dalam Mengelola Uang* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006).

untuk memenuhi kebutuhannya. Wanita karier adalah wanita yang menekuni suatu atau beberapa pekerjaan dengan dilandasi keahlian tertentu yang dimilikinya untuk mencapai suatu kemajuan dalam hidup. Dalam menjalankan status sosialnya wanita karier kerap dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Untuk itu wanita karier perlu memenuhi kebutuhan hidupnya guna penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial tersebut. Baik dari penampilan maupun seri sarana prasarana penunjang kerja.

Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut, terkadang wanita sering tergoda untuk berpenampilan lebih menarik dibandingkan dengan orang lain. Untuk itu wanita karier sering membeli suatu yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Keinginan untuk membeli sesuatu ini biasa muncul dikarenakan melihat iklan yang diberikan, ikut-ikutan teman yang mengikuti mode yang sedang berkembang, dan seringkali mementingkan gengsinya agar tidak ketinggalan zaman. Misalnya membeli tas, baju, sepatu dengan merk terkenal, padahal telah memiliki yang serupa di rumah. Menurut Ningsih dan Bawono, wanita akan lebih memikirkan untuk tampil cantik dan menarik. Demi menjadi cantik dan menarik para wanita rela menghabiskan uangnya untuk membeli atribut yang mahal dan bermerk, seperti sepatu, tas, pakaian, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilannya.⁶

Perilaku konsumtif pada wanita karier juga di dorong oleh ekonomi dari penghasilan hasil kerjanya. Ditambah saat ini banyak medium untuk dapat berbelanja, bukan hanya secara konvensional datang ke toko fisik tapi juga bisa dilakukan secara *online*. Banyaknya aplikasi belanja online membuat wanita karier lebih mudah berbelanja di tengah kesibukannya bekerja. Ditambah saat ini aplikasi-aplikasi belanja *online* banyak menyediakan diskon, bahkan kredit yang banyak dimanfaatkan wanita karier belanja bahkan saat belum gajian. Hal tersebut membuat wanita karier semakin konsumtif berbelanja barang-barang untuk memuaskan dirinya.

⁶ R. A. Adinah Suryati Ningsih and Yudho Bawono, "Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Pada Produk X Dengan Citra Diri Remaja Putri" 2, no. 1 (2016): 45–50.

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu wanita karier yang bekerja sebagai staff Pengadilan Tinggi Militer III Surabaya, ia menyampaikan:⁷

“Gaji saya sekitar 5 juta per bulan. Suka belanja online, biasanya belanja seperti produk fashion, skincare, dan make up. Biasanya juga belanja apa saja diluar rencana, khususnya produk fashion dan kosmetik yang sebelumnya gak direncanakan malah tiba-tiba beli. Pokok kualitasnya bagus agak mahal sedikit gak masalah, yang penting saya suka.”

Hasil wawancara tersebut menunjukkan wanita karier yang memiliki penghasilan gemar berbelanja, khususnya secara online. Produk yang digemari wanita karier adalah produk fashion dan kecantikan. Tujuan dari aktivitas konsumtif tersebut untuk memuaskan keinginan membeli produk yang disukai. Perilaku konsumtif tersebut tidak direncanakan karena tergoda oleh produk di toko *online*.

Perilaku konsumtif gemar berbelanja yang tidak terkontrol dapat mengakibatkan kecanduan pada wanita karier. Dalam psikologi perilaku ini dikenal dengan istilah *impulsive buying disorder* (kecanduan belanja), orang yang terlanjur masuk terlalu jauh dalam perilaku ini maka mereka akan sulit membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan serta hal ini dapat merugikan diri sendiri. kemudian dari segi sosial cenderung menciptakan kesenjangan antar sesama, seperti menarik diri dari lingkungan karena tidak bisa memenuhi gaya hidup seperti yang lainnya. Maka perlunya kontrol diri untuk mencegah terjadinya perilaku konsumtif.

Wood menyatakan bahwa pembelian impulsif (perilaku konsumtif) akan meningkat pada usia 18 hingga 30 tahun dan akan menurun setelah memasuki usia setelahnya. Usia tersebut termasuk dalam rentang usia dewasa awal.⁸ Dalam hal ini Hurlock juga menyatakan bahwa usia 18 hingga 40 tahun merupakan masa dewasa awal, masa dewasa

⁷ Wawancara dengan AES, Staff di Pengadilan Tinggi Militer III Surabaya pada tanggal 4 Februari 2023.

⁸ M. Wood, “Socioeconomic Status, Delay of Gratification, and Impulse Buying,” *Journal Of Economic Psychology* 19 (1998): 25–320.

awal ditandai dengan karakteristik dalam hal perkembangan fisik, kognitif dan psikososial.⁹

Sumartono menyatakan berbelanja pada saat ini menjadi hal yang sangat menyenangkan bagi banyak orang, berdasarkan hal tersebut terlihat bahwa pengenalan dunia maya dapat mempengaruhi perkembangan kepribadian dan perilaku manusia. Apalagi dilakukan pada perilaku membeli sesuatu yang dilakukan bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan atas dasar untuk memenuhi keinginan dan tuntutan gaya hidup, namun terkadang pembelian yang hanya didasari oleh keinginan dapat mengurangi pengendalian diri sehingga terjadi pembelian yang seharusnya tidak individu lakukan.¹⁰

Seperti yang terjadi pada IIF, owner Angkringan Ismoyo yang berusia 24 tahun.

Dalam wawancara ia mengatakan:¹¹

“Lebih mudah (suka) belanja online, kita langsung bisa pilih apa yang kita mau. Apalagi belanja makanan sama fashion, haduh itu godaan banget. Apalagi kalau diskon itu seperti lupa diri. Pengen ngeborong semuanya. Jujur ya kalau (produk) fashion saya sering kepincut soalnya saya suka jaga penampilan, make up, fashion gitu mesti saya perhatikan untuk branding diri. Apalagi saya suka bosan kalau pakai baju itu-itu saja. Makanya sering kepincut untuk beli barang-barang gak jelas di shopee (online shop). Soalnya liat gitu jadi gemas pengen beli, apalagi pas liat shopee later (kredit) masih ada, yaudah beli saja. Sampai akhirnya mikir beli gitu-gitu saya buat apa, padahal sudah punya, sampai bingung sendiri. Tapi di waktu yang lain ya tetep diulang lagi belanja barang gak jelas.”

Wawancara di atas menunjukkan IIF tidak dapat mengendalikan diri karena sangat konsumtif berbelanja *online*. Sama dengan narasumber sebelumnya produk yang sering dibeli adalah produk *fashion*. Dari penjelasan di atas IIF berpikir apa yang dibeli sebenarnya tidak diperlukan, namun karena sudah kecanduan berbelanja ia mengulangi lagi untuk terus menerus berbelanja guna memuaskan keinginannya.

Perilaku konsumtif yang terjadi secara berulang-ulang membuat kebanyakan orang lalai dalam manajemen keuangannya, ini terjadi karena lemahnya kekuatan seseorang

⁹ E. B Hurlock, *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjangrentang Kehidupan* (Jakarta: Erlangga, 2011).

¹⁰ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*.

¹¹ Wawancara dengan IIF, owner Angkringan Ismoyo pada tanggal 11 Februari 2023.

dalam mengontrol dirinya. Baumeister menegaskan karena kegagalan dalam mengontrol diri ini maka akan menyebabkan terjadinya *impulsif buying*.¹² Averill mendefinisikan kontrol diri sebagai variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk mengendalikan perilaku, kemampuan individu untuk mengelola informasi yang kurang penting dan kemampuan individu untuk memilih perilaku yang diyakininya. Berarti dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dapat mempengaruhi psikologis seseorang dalam melihat sesuatu dari sudut pandang yang dilihatnya.

Menurut Naomi dan Mayasari, kontrol diri merupakan terbentuknya suatu reaksi yang ditujukan untuk mengganti sesuatu dengan yang lain, misalnya reaksi saat mengalihkan perhatian dari suatu hal yang diinginkan, mengubah emosi, menahan dorongan tertentu serta memperbaiki kinerja.¹³ Sedangkan Chita dkk menyatakan bahwa kontrol diri menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan.¹⁴ Kontrol diri menurut Tangney, Bauneister dan Boone adalah kemampuan untuk mengesampingkan atau mengubah respon batin seseorang, serta mencegah kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri dari melakukan perilaku tersebut.¹⁵

Wawancara dengan RA, staff pengajar Yayasan Permata Play House. Ia menyampaikan:¹⁶

“Aku senang banget belanja online seperti (produk) fashion, skincare, sama body care. Sebenarnya sudah ada perencanaan dalam belanja tapi kalau sudah lihat barang-

¹² Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*.

¹³ Prima Naomi and Iin Mayasari, “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif,” *Telaah Bisnis* 8, no. 2 (2008): 179–93.

¹⁴ R Chita, David L C. M., and C Pali, “Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011,” *Jurnal E-Biomedik (Ebm)* 3, no. 1 (2015).

¹⁵ J.P. Tangney, Baumeister. R.F., and A.L Boone, “High Self-Control Predict Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, And Interpersonal Succes,” *Journal Of Personality* 7, no. 2 (2004): 271–82.

¹⁶ Wawancara dengan RA, staff pengajar Yayasan Permata Play House pada tanggal 4 Maret 2023

barang jadi pengen beli. Apalagi gampang terpengaruh influencer, jadi ngikutin untuk beli barang yang dipromoin. Aku gampang pengenalan, parah banget dulu gampang ngeluarin duit buat belanja. Bahkan karena gak bisa nahan belanja sampai pinjam di shopee pay later. Itu sampai banyak hutang cicilan, ada yang 1 bulan, 3 bulan, bahkan sampai 6 bulan gak selesai-selesai. Sekarang sudah mulai bisa kontrol pelan-pelan agar gak banyak belanja soalnya pernah sampai nunggak, itu sampai sering di hubungi pihak shopee, aku takut banget kalau sampai didatangi ke rumah. Sekarang sudah mulai aman mbak bisa ngontrol belanja berlebihan.”

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa RA yang sebelumnya konsumtif dalam berbelanja *online* berusaha untuk mengontrol diri. Hal itu disebabkan ia mendapat masalah karena perilaku konsumtif berbelanja *online*, yaitu memiliki hutang cicilan sampai berbulan-bulan yang membuatnya takut didatangi kreditur. Ketakutan tersebut membuat RA mengontrol diri dan secara pelan-pelan ia dapat mengurangi perilaku konsumtif berbelanja *online*.

Kontrol diri hadir sebagai pengendali terkait keinginan yang datang secara menggebu-gebu. Dengan banyaknya inovasi produk maka tak salah jika keinginan belanja juga semakin menggebu-gebu, hal ini lah yang perlu di kendalikan supaya tidak menjadi kebiasaan yang buruk. Dengan kontrol diri maka kita akan mempertimbangkan banyak hal sebelum mengambil sebuah keputusan.

Penelitian yang dilakukan oleh Baumeister menunjukkan bahwa untuk perilaku konsumerisme, kontrol diri merupakan kapasitas untuk menahan godaan, terutama yang relevan dalam perilaku konsumtif. Faktor-faktor dan proses yang melemahkan kontrol diri berkontribusi menyebabkan seseorang untuk menghabiskan lebih banyak uang.¹⁷

Oleh sebab itu, berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka peneliti mengambil judul penelitian mengenai “Kontrol Diri dalam Membatasi Perilaku Konsumtif pada Wanita Karier di Desa Tegalan Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri”. Dengan

¹⁷ Tangney, R.F., and Boone, “High Self-Control Predict Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, And Interpersonal Success.”

harapan supaya mengetahui benarkah kontrol diri dapat membatasi perilaku konsumtif, khususnya belanja online yang banyak dilakukan oleh wanita karier.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana yang tidak relevan.¹⁸

Fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Kontrol Diri dalam Membatasi Perilaku Konsumtif pada Wanita Karier di Desa Tegalan Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri.”

C. Tujuan Penelitian

Berangkat dari keingintahuan serta untuk menjawab pertanyaan terkait penelitian yang akan dilakukan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui “Bagaimana Kontrol Diri dalam Membatasi Perilaku Konsumtif pada Wanita Karier di Desa Tegalan Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri.”

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

- a. Sebagai alternatif untuk meningkatkan pengetahuan terkait perilaku konsumtif dan kontrol diri.
- b. Sebagai dasar pemikiran guna memudahkan penelitian selanjutnya.
- c. Sebagai tambahan referensi terkait perilaku konsumtif dan kontrol diri
- d. Sebagai sumbangan penelitian ilmiah terkait perilaku konsumtif dan kontrol diri khususnya pada wanita karier.

2. Manfaat praktis

- a. Mempermudah mahasiswa lain dalam mencari informasi terkait perilaku konsumtif dan kontrol diri.

¹⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016).

- b. Sebagai referensi bagi orang yang ingin mengontrol diri terhadap perilaku konsumtif.
- c. Sebagai gambaran cara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

E. Definisi Konsep

Menurut Hamidi definisi konseptual adalah batasan tentang pengertian yang diberikan peneliti terhadap variabel-variabel atau konsep yang hendak diukur, diteliti, dan digali datanya. Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah:

1. Kontrol diri

Kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi, kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian. Keinginan untuk mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain dan menutupi perasaannya.¹⁹

2. Perilaku konsumtif

Lubis mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.²⁰ Sebagaimana Kotler berpendapat bahwa perilaku konsumen merupakan sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi dalam memilih, membeli, penggunaan barang dan jasa, gagasan atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan setiap individu.²¹

¹⁹ M. Nur Ghufroon and Rini Risnawita S, *Teori-Teori Psikologi* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010).

²⁰ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*.

²¹ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, 166.

3. Wanita karier

Menurut kamus besar bahasa Indonesia wanita memiliki arti “perempuan dewasa”. Sedangkan karier berarti “wanita yang berkecimpung dalam kegiatan profesi”. Di dalam Undang-Undang Kerja 1984 No. 12 disebutkan bahwa wanita bekerja atau pekerja wanita adalah seorang wanita yang melakukan aktifitas atau pekerjaan diluar rumah atau diluar urusan keluarganya atau wanita yang bekerja di segala macam perusahaan swasta atau negeri. Wanita karier memiliki manfaat yang besar tidak hanya di rumah tetapi juga di dunia kerja dengan menyalurkan potensi dan bakat. Wanita karier adalah wanita yang memperoleh atau mengalami perkembangan dan kemajuan dalam pekerjaan, jabatan dan lain-lain.

F. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal penelitian Dewi Arum dan Riza Noviana Khoirunnisa (2021) yang berjudul “Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-Commerce* Shopee”. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *e-commerce* Shopee. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi pengguna *e-commerce* Shopee. Semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimunculkan. Persamaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian yaitu perilaku konsumtif dan kontrol diri, dan subjek penelitian berjenis kelamin perempuan. Sedangkan perbedaannya adalah jenis metode penelitian yang dipakai.

2. Jurnal penelitian Hergita Syi Vadila Sudarisman (2019) yang berjudul “Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswi”. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswi. Persamaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian yaitu perilaku konsumtif dan kontrol diri, dan subjek penelitian berjenis kelamin perempuan. Sedangkan perbedaannya adalah jenis metode penelitian yang dipakai, dimana penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.
3. Jurnal penelitian Bintang Prasetya Dewandari dan Elda Trialisa Putri (2021) yang berjudul “Pengaruh Citra Tubuh dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Wanita Dewasa Awal di Kota Samarinda”. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara citra tubuh dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal di Kota Samarinda. Persamaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian yaitu perilaku konsumtif dan kontrol diri, dan subjek penelitian berjenis kelamin perempuan. Sedangkan perbedaannya adalah jenis metode penelitian yang dipakai, dimana penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Selain itu penelitian tersebut menggunakan tiga variabel, sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel. Dan pada subjek penelitian, penelitian ini berfokus pada wanita yang berkarier.
4. Jurnal penelitian Yoseph Nirvana dan M. Lubis (2019) yang berjudul “Gambaran Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pria Dewasa Awal yang Gemar Berbelanja di Mall Kawasan Jakarta”. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri kontrol diri yang dibawa oleh beberapa subjek berbeda-beda salah satunya adalah kemampuan mengontrol perilaku impulsif ditandai dengan kemampuan menghadapi

stimulus yang tidak diinginkannya, sehingga individu tersebut mampu mengendalikan keinginan yang hanya sesaat dirasakannya. Persamaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian yaitu kontrol diri dan perilaku konsumtif, dan metode penelitian yang digunakan. Perbedaannya adalah subjek penelitian pada penelitian tersebut berjenis kelamin pria, sedangkan pada penelitian ini berjenis kelamin wanita.

