

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai makhluk hidup, manusia memiliki berbagai keinginan yang harus terpenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, seseorang perlu melakukan kegiatan jual beli atau. Tindakan ini bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang diperlukan untuk menjaga kelangsungan hidup manusia itu sendiri. Penawaran produk perdagangan mengalami kemajuan di era modern saat ini. Kemajuan ini tidak semata-mata didorong oleh kebutuhan melainkan oleh keinginan untuk membeli produk tertentu seperti *fashion*.¹

Istilah *fashion* sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan sering dikaitkan dengan busana atau pakaian. *Fashion* padahal dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang sedang *trend* di kalangan masyarakat terutama pada kalangan wanita. *Fashion* mencakup lebih dari sekedar pakaian, bisa juga barang- barang seperti tas, sepatu, jam tangan, serta aksesoris lain yang meningkatkan citra seseorang. Dunia *fashion* juga terus berkembang dan mengalami perubahan seiring perkembangan zaman. Namun demikian, beberapa orang yang membeli produk hanya untuk memuaskan keinginan mereka, dan beberapa bahkan meniru saudara atau selebriti favorit tanpa mempertimbangkan biaya dan dampaknya.² Perilaku tersebut mengarah pada perilaku konsumtif dimana perilaku senang membelanjakan uang tanpa

¹ Sinta Dwi Lestari and Helmi Haris, "Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta" *Jurnal Masharif al- Syariah : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024): 391

² V Anggraini, "Pengaruh Self-Control Terhadap Fashion Involvement Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015," 2019.

pertimbangan dengan matang dalam perilaku konsumtif ada kecenderungan atau pola tingkah laku individu dalam melakukan pembelian barang atau jasa dengan intensitas, frekuensi, atau cara yang lebih tinggi daripada kebutuhan dasar atau rasionalitas ekonomi. Perilaku konsumtif sering kali ditandai oleh pemilihan pembelian yang didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan dasar, dan dapat melibatkan pengeluaran yang tidak perlu atau berlebihan.³

Perilaku konsumtif dilakukan secara berlebihan untuk mendapatkan kesenangan atau kebahagiaan, meskipun kebahagiaan yang diperoleh hanyalah bersifat sementara.⁴ Fromm menyatakan, bahwa keinginan masyarakat untuk membeli sesuatu di era modern tampaknya telah berubah. Awalnya membeli karena kebutuhan dan fungsinya tetapi sekarang karena keinginannya.⁵

Perkembangan dalam era modern saat ini memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli dengan menggunakan teknologi *e-commerce*. *E-commerce* merupakan *platform* umum yang digunakan untuk melakukan transaksi antara konsumen dan produsen secara digital. meningkatnya jumlah orang yang melakukan pembelian secara digital daripada pergi ke toko untuk melihatnya secara langsung dipengaruhi oleh peningkatan penggunaan media sosial. Kegiatan bisnis menggunakan media sosial saat ini mengalami pertumbuhan yang tinggi. Media sosial dimanfaatkan untuk

³ Daniel Joel et al., "Hubungan Antara Trent Fashion, Literasi keuangan, Locus Of Control, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Daerah Yogyakarta" 36, no. 2 (1875): 224–43.

⁴ Ghaza Ayeesha dan Asep Miftahul Falah, "Trend Fashion , Aurat Dan Komunitas Emak-Emak Di Lingkungan Ujung Berung," *Jurnal ATRAT* 10 (2), no. 2 (2022): 154–61.

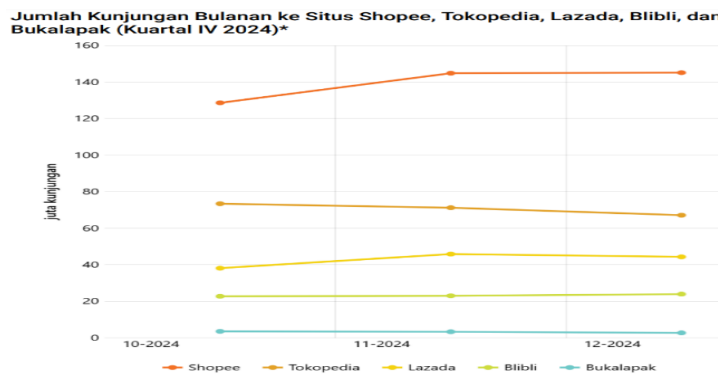
⁵ Erich Fromm, *Revolusi Harapan Menuju Masyarakat Teknologi Yang Manusiawi*, (*Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1996*), hlm. 23

membuat katalog, iklan dan menampilkan produk yang ditawarkan, sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian secara cepat dan efisien.⁶

Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* yang menyediakan berbagai macam produk mulai dari yang paling populer hingga yang lebih umum, seperti pakaian, perlengkapan rumah, tas, sepatu, perlengkapan elektronik, kosmetik, perlengkapan ibu dan anak, otomotif, perlengkapan sekolah, dan masih banyak lainnya.⁷

Shopee merupakan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia mencapai 145,1 juta orang mengunjungi *shopee* pada bulan Desember 2024.⁸

Gambar 1.1 Pengguna *Shopee* 2024



Shopee juga sering mengadakan promosi untuk menarik minat pelanggan, salah satunya adalah dengan mengadakan *event big sale* tanggal kembar dan *event shopee* gajian sale. Beberapa keuntungan yang ditawarkan oleh *event* ini seperti gratis *ongkir*, layanan pembayaran ditempat (COD), *voucher diskon*, *chasback* dan diskon hingga 50%. Produk yang ditawarkan pada

⁶ Nurul Anizah, Yulita Salim, and Lutfi Budi Ilmawan, "Analisis Sentimen Terhadap Event Big Sale 11.11 Shopee Di Media Sosial Instagram Menggunakan Metode Naïve Bayes," *Buletin Sistem Informasi Dan Teknologi Islam* 4, no. 1 (2023): 25–34

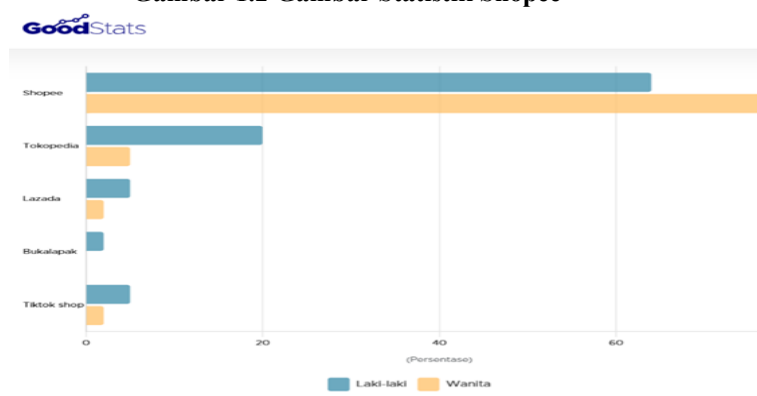
⁷ Clarice Carvalho Garcia, "Fashion Forecasting: An Overview from Material Culture to Industry," *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* 26, no. 3 (January 1, 2022): 436–51.

⁸ Bukalapak Kuartal Iv dan Bukalapak Kuartal Iv, "Tren Pengunjung Situs Shopee , Tokopedia , Lazada , Blibli , dan," 2025, 11–12.

event big sale shopee juga beragam dimana hampir seluruh kategori barang mendapatkan potongan harga.⁹ Semua itu dirancang untuk menciptakan rasa urgensi dan mendorong konsumen agar segera melakukan pembelian. Namun, penting untuk mengevaluasi dampak dari strategi ini terhadap perilaku berbelanja dan pengelolaan keuangan di kalangan semua konsumen baik remaja, orang tua, terutama di kalangan ibu-ibu yang berperan sebagai pengambil keputusan utama dalam pengeluaran rumah tangga.

Berikut adalah data statistik pengunjung *shopee* setiap bulannya di Indonesia

Gambar 1.2 Gambar Statistik Shopee



Berdasarkan data tersebut yang menunjukkan wanita lebih sering berbelanja *online* baik remaja, ibu rumah tangga dan juga wanita yang mengikuti organisasi desa seperti arisan, pengajian dan PKK. Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti pada ibu-ibu PKK Desa Sidomulyo biasanya juga memiliki jadwal pertemuan dan mempunyai *dresscode* setiap pertemuannya. Ibu-ibu ini sering kali menyesuaikan tema *dresscode* sesuai kenyamanan dan sesuai dengan apa yang sedang *trend* pada saat ini. Ibu-ibu sebagai pengelola keuangan bagi

⁹ Anizah, Salim, dan Ilmawan, "Analisis Sentimen Terhadap Event Big Sale 11.11 Shopee di Media Sosial Instagram menggunakan Metode Naïve Bayes," 29.

keluarga sering kali terpengaruh dengan penawaran menarik yang ditawarkan selama *event big sale shopee* ini.¹⁰ Tujuan kebanyakan orang membeli barang tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan melainkan sebuah keinginan untuk terlihat mengikuti gaya *trendy* yang saat ini sedang populer, dengan meniru penampilan orang lain agar mendapatkan pengakuan sosial yang lebih layak, atau keinginan untuk diakui oleh teman organisasinya. Hal ini disebabkan oleh kebanyakan orang saat ini cenderung bertindak tanpa pertimbangan yang matang dan tanpa memikirkan konsekuensinya.¹¹

Hal ini menarik untuk dikaji karena banyak ibu-ibu yang sebelumnya lebih berbelanja secara langsung di pasar atau toko fisik, kini mulai beralih ke belanja *online*. Dalam sebuah wawancara awal yang dilakukan secara informal dengan beberapa anggota PKK ditemukan bahwa, mayoritas di antaranya mengatakan sering tergoda untuk membeli produk *fashion* saat *event big sale shopee* berlangsung, meskipun tidak selalu dalam kondisi membutuhkan barang tersebut.

Salah satu narasumber bernama "SL" yang merupakan anggota dari organisasi PKK, mengatakan bahwa, *Saya biasanya buka Shopee cuma buat lihat-lihat, tapi kalau ada tulisan 'Flash Sale' atau 'diskon yang besar', saya jadi ingin beli. Padahal baju di rumah masih banyak.* Sementara itu narasumber berinisial "SN" mengatakan bahwa, *Kalau sudah lihat diskon besar, rasanya*

¹⁰ Hasil observasi pada anggota PKK Desa Sidomulyo pada tanggal 15 Februari 2025

¹¹ Ghaza Ayeesha dan Asep Miftahul Falah, "Trend Fashion , Aurat Dan Komunitas Emak-Emak Di Lingkungan Ujung Berung," *Jurnal ATRAT* 10 (2), no. 2 (2022): 154–61.

*sayang kalau tidak dibeli. Apalagi kalau barangnya lucu dan kelihatan murah, padahal sebenarnya saya tidak terlalu butuh.*¹²

Gerakan pemberdayaan dan kesejahteraan keluarga (PKK) merupakan gerakan nasional yang lahir dari, oleh dan untuk masyarakat. Menjadikan perempuan sebagai aktor penggerak utama untuk mewujudkan keluarga yang mandiri, sejahtera dan bahagia. Bertujuan untuk mengangkat dan mengembangkan segala potensi yang dimiliki oleh diri perempuan sehingga memungkinkan dirinya dapat mengoptimalkan kesempatan dan hak yang sama untuk menyejahterakan keluarganya yang menjadi tujuan utama PKK.¹³

Desa Sidomulyo merupakan salah satu desa di Kec Wates Kab Kediri yang memiliki berbagai organisasi kemasyarakatan di antaranya adalah PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) yang di ikuti 100 ibu-ibu Desa Sidomulyo. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa beberapa ibu rumah tangga yang tergabung dalam kelompok PKK aktif melakukan pembelian melalui *platform e-commerce Shopee*, tidak hanya setiap minggu, namun bahkan hampir setiap hari. Pembelian yang dilakukan tidak semata-mata berdasarkan kebutuhan, melainkan juga karena keinginan untuk memiliki produk *fashion* seperti tas, pakaian, sepatu, sandal, hijab, dan sejenisnya, meskipun barang-barang tersebut telah dimiliki sebelumnya. Hal ini dilakukan agar mereka dapat memiliki barang yang serupa dengan anggota kelompok lainnya. Bahkan, sebagian dari mereka rela mengatur *alarm* pada pukul 00.00 dini hari agar tidak melewatkan *event big sale* yang

¹² Hasil wawancara dengan anggota organisasi PKK Desa Sidomulyo pada tanggal 20 Februari 2025

¹³ Permendagri, "Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga," *Human Relations* 3, no. 1 (2020): 9–11,.

diselenggarakan oleh *Shopee* setiap bulannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pembelian dilakukan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi lebih didorong oleh keinginan impulsif. Akibatnya, pembelian ini dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif.¹⁴

Al- Qur'an mengajarkan untuk menjalani hidup dengan sederhana, merasa cukup dan seimbang. Sebaliknya Al-Qur'an melarang berlebihan dan boros dalam menggunakan dan mengeluarkan uang harta). Tindakan berlebihan merupakan sesuatu yang tidak rasional, karena didorong oleh keinginan semata, bukan kebutuhan yang sebenarnya. Umumnya, perilaku semacam ini dilakukan hanya untuk mencari kesenangan sesaat, yang pada akhirnya membuat seseorang menjadi boros dan berperilaku konsumtif.

Permasalahan ini telah disinggung Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 26-27.

وَاتِذَا الْقَرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٣٦﴾
 إِنَّ الْمُبْتَدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٣٧﴾

Artinya : Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya. (QS. Al-Isra': 26-27).¹⁵

Ayat ini mengandung pesan penting tentang pengelolaan harta dalam islam, dimana Allah SWT melarang pemborosan dan mendorong untuk memberikan hak kepada yang berhak. Sebagai umat islam penting untuk mempertimbangkan beberapa hal sebelum membeli atau mengonsumsi barang

¹⁴ Lina and Haryanto F. Rosyid, "Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri," *Psikologika* 2, no. 4 (1997): 5–13, *journal.uui.ac.id*.

¹⁵ <https://read.quranexplorer.com/>

apakah barang tersebut penting atau tidak bagi kehidupannya. Sikap ini bertujuan untuk menghindari perilaku konsumtif yang dapat mengarah pada pemborosan, suatu tindakan yang tidak disukai dalam ajaran islam karena termasuk perbuatan yang disukai setan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Andi, dkk) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dan kontrol diri saling berkaitan satu sama lain. Berdasarkan hasil penelitian, ibu-ibu dengan tingkat kontrol diri tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang rendah. Sebaliknya, ibu-ibu yang memiliki kontrol diri rendah menunjukkan tingkat perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Ketika belanja hanya didasari dengan rasa keinginan yang tinggi, hal ini menjadikan seseorang tidak dapat mengontrol perilaku konsumsinya sehingga menimbulkan perilaku yang negatif.¹⁶ Untuk menekan hal tersebut diperlukannya kesadaran penuh dari seseorang tersebut untuk mampu mengontrol dirinya dari perilaku konsumtif.

Kontrol diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengenali serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan dan kondisi sekitarnya. Kemampuan ini juga mengarahkan dan mengendalikan faktor perilaku sesuai dengan situasi yang dihadapi, terlibat dalam pelaksanaan organisasi sosial, kemampuan mengendalikan perilaku, kecenderungan untuk menarik perhatian, menyesuaikan perilaku agar selaras dengan orang lain, menampilkan ekspresi bahagia kepada lingkungan sosial, serta menyembunyikan perasaan pribadi demi menjaga interaksi sosial tetap harmonis.¹⁷ Averil menjelaskan pengendalian diri

¹⁶ Andi Nur Anisah Atmaja, Nani Restati Siregar, and Eva Herik, "Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga," *Jurnal Sublimapsi* 4, no. 2 (2023): 201,.

¹⁷ M. Nur Ghufro dan Rini Risnawita. S., *Teori-Teori Psikologi*, (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2010), 21-22.

sebagai kemampuan seseorang untuk mengubah perilakunya, kemampuan untuk mengatur informasi yang ingin diterima atau ditolak, dan kemampuan untuk memilih tindakan berdasarkan apa yang mereka yakini. Pemahaman yang dikemukakan oleh Averil berfokus pada serangkaian kemampuan untuk menetapkan pilihan tindakan seseorang yang konsisten dengan keyakinannya.¹⁸

Kontrol diri sangat penting bagi wanita khususnya ibu-ibu yang mengikuti organisasi desa seperti PKK untuk mengendalikan keuangan keluarga. Karena ibu adalah pengelola keuangan keluarga. Kontrol diri berperan membantu seseorang mengendalikan dorongan emosional seperti berpikir sebelum bertindak untuk melakukan hal yang benar dan cenderung tidak mengambil tindakan yang menimbulkan dampak negatif. Keterlibatan individu terhadap *fashion* mencerminkan perlunya kemampuan untuk mengontrol diri (kontrol diri) agar keterlibatan tersebut tidak berdampak negatif. Kemampuan kontrol berperan penting dalam membantu seseorang untuk berperilaku lebih terarah. Kontrol diri juga diperlukan untuk mengendalikan perilaku yang tidak diinginkan saat menghadapi suatu stimulus sehingga menimbulkan konsekuensi yang diharapkan serta terhindar dari akibat yang merugikan.¹⁹

Faktor-faktor perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler, khususnya aspek psikologis dan sosial, dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara perilaku konsumtif dan kontrol diri terhadap pembelian produk *fashion* pada *event big sale Shopee* oleh ibu PKK. Menurut Kotler terdapat empat faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu faktor budaya, sosial,

¹⁸ Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Konsep diri: Definisi dan faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, 3(02), 65-69.

¹⁹ Gama Pratama et al., "Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Trend Fashion Studi Kasus Mahasiswi Ciayumajakuning," *Journal of Economics and Business UBS* 13, no. 1 (2024).

pribadi, dan psikologis. Dalam hal ini, kontrol diri merupakan bagian dari faktor psikologis yang mencakup unsur motivasi, persepsi, kontrol diri dan kepercayaan. Ketika kontrol diri tinggi, individu akan mampu mengelola dorongan emosional dan tekanan sosial dengan lebih baik, serta lebih mempertimbangkan kebutuhan secara rasional, sehingga kecenderungan berperilaku konsumtif dapat ditekan. Sebaliknya, dorongan psikologis yang tidak terkontrol akibat rendahnya kontrol diri, ditambah dengan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, dapat membuat ibu PKK lebih rentan terhadap pembelian konsumtif ketika terpapar stimulus eksternal seperti diskon besar dan promosi terbatas.²⁰

Fokus dalam penelitian ini adalah pada produk *fashion* yang berfungsi sebagai penunjang penampilan. Produk *fashion* yang dimaksud mencakup berbagai barang yang digunakan untuk memperindah atau melengkapi penampilan, seperti pakaian, hijab, tas, sepatu, dan sandal. Produk-produk ini dipilih karena sering kali menjadi objek pembelian dalam *event big sale shopee*. Produk penunjang penampilan cenderung memiliki daya tarik emosional bagi konsumen, khususnya ibu-ibu yang mengikuti organisasi PKK, yang ingin tampil menarik atau menyesuaikan diri dengan gaya berbusana di lingkungan sosialnya. Pembelian produk tersebut tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan lebih pada keinginan atau dorongan untuk memiliki barang baru yang dianggap menarik atau sedang *trend*.²¹

²⁰ Kotler, Manajemen pemasaran. PT. Indeks kelompok (2005).

²¹ Rara Adiba et al., "Analisis Perilaku Konsumtif Produk Fashion Pada Mahasiswa UNNES Sebagai Dampak Perkembangan Online Shop," *Jurnal Potensial* 2, no. 2 (2023): 186

Berdasarkan uraian diatas peneliti akan melakukan penelitian lebih lanjut terkait perilaku pembelian produk *fashion* ibu-ibu (PKK) yang hingga kini masih jarang diteliti, khususnya di tingkat desa. Ibu-ibu (PKK) Desa Sidomulyo dipilih sebagai subjek karena sebagian dari mereka menunjukkan indikasi kurangnya kemampuan kontrol diri terkait perilaku konsumtif pembelian produk *fashion*. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul, “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk *Fashion Event Big Sale “Shopee”* Pada Ibu PKK Desa Sidomulyo”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa tingkat kontrol diri terhadap pembelian produk *fashion event big sale shopee* pada ibu PKK Desa Sidomulyo?
2. Seberapa tingkat perilaku konsumtif terhadap pembelian *produk fashion event big sale shopee* pada ibu PKK Desa Sidomulyo?
3. Apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap pembelian produk *fashion event big sale shopee* pada ibu PKK Desa Sidomulyo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kontrol diri terhadap pembelian produk *fashion event big sale shopee* pada ibu PKK Desa Sidomulyo.
2. Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif terhadap pembelian *produk fashion event big sale shopee* pada ibu PKK Desa Sidomulyo.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap pembelian produk *fashion event big sale shopee* pada ibu PKK Desa Sidomulyo.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini di harapan dapat memberikan informasi, referensi, dan menambah literatur yang bermanfaat, khususnya dalam Prodi Psikologi. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih dalam tentang apa saja yang dapat mempengaruhi kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada pembelian produk *fashion* pada *event big sale "Shopee"*.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana pentingnya kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pembelian produk *fashion* di *event big sale "Shopee"*.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini sebagai sumbangsih pengetahuan dalam perkembangan ilmu pengetahuan sosial di masyarakat, serta menjadi bahan pertimbangan dan pengembangan pada penelitian dimasa yang akan datang, serta dapat menjadi salah satu referensi tambahan yang bermanfaat, terutama bagi seluruh mahasiswa, khususnya mahasiswa Psikologi Islam.

- c. Bagi Subjek

Temuan dari penelitian ini dapat menjadi solusi untuk mencegah dan menangani permasalahan yang berkaitan dengan perilaku kontrol diri terhadap pembelian produk *fashion* pada *event big sale "Shopee"* sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk ibu-ibu agar dapat mengontrol perilaku konsumtif dalam pembelian produk *fashion* di *event big sale "Shopee"*.

E. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai referensi tambahan untuk penelitian ini, berdasarkan sumber-sumber yang ditemukan. Berikut beberapa referensi yang dijadikan tolak ukur dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhanti Nabiilah & Tugimin Supriyadi Tahun 2025 yang berjudul "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk *Fashion* Melalui *Shopee Live*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam pembelian produk *fashion* melalui *shopee live*, subjek dari penelitian ini sebanyak 100 orang menggunakan teknik *probability sampling* dengan *purposive sampling* dan hasil penelitian ini terdapat hubungan positif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.²²

Persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan sebelumnya terletak pada variabel X (kontrol diri) variabel Y (perilaku konsumtif) dan metode yang digunakan yaitu kuantitatif dan subjek sebanyak

²² Nabiilah Ramadhanti & Supriadi Tugimin " Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk *Fashion* Melalui *Shopee Live*" Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling vol. 10 no. 5 (2025) h. 1–8.

100 Orang, perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah lokasi penelitian dan subjek penelitian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Andi, dkk pada Tahun 2023 yang berjudul “Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif ibu rumah tangga, adapun lokasi penelitian ini berada pada Kecamatan Kambu. Subjek dari penelitian ini sebanyak 98 menggunakan Teknik cluster untuk pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode *kolerasi pearson's product moment* untuk teknik pengambilan data dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada ibu rumah tangga.²³

Persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan sebelumnya terletak pada variabel X (kontrol diri) variabel Y (perilaku konsumtif) dan metode yang digunakan yaitu kuantitatif, perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah lokasi penelitian dan subjek penelitian.

3. Penelitian yang dilakukan Velda, Al Thuba, Taufiqurrahman yang berjudul “Hubungan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Pengguna *Shopee*”. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 82 anggota komunitas gereja, dengan menggunakan teknik saturation sampling. Uji hipotesis menggunakan *product moment carl pearson*, dengan hasil koefisien

²³ Atmaja Andi, Siregar, dan Herik, “Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga.” *Jurnan Sublimapsi* vol. 4 no. 2 (2023) h. 201-210

-0.805 dan signifikan 0.000. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.²⁴

Persamaan penelitian ini dan penelitian yang dilakukan sebelumnya terletak pada variabel X (kontrol diri) dan Y (Perilaku konsumtif). Perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian dan teknik pengambilan sampel.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Riza yang berjudul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-Commerce Shopee*” Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna *E-commerce Shopee*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi jurusan Psikologi UNESA dengan jumlah sampel 131 mahasiswi. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan menentukan beberapa karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik parametrik *korelasi Product Moment Pearson*. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan hubungan negatif signifikan dengan nilai kolerasi -0.633 dan nilai signifikan 0.00.²⁵

Persamaan penelitian yang dilakukan sebelumnya dan penelitian ini terletak pada teknik analisis data dan pengambilan sampel yang dimana

²⁴ Velda Yolanda et al., “Hubungan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir Pengguna Shopee,” no. September (2022) h. 3670–79.

²⁵ Arum Dewi & Noviana Riza Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-commerce Shopee. Jurnal. Jurnal Penelitian Psikologi Vol. 8 no. 9 (2021) h 92-102.

seluruh anggota populasi dijadikan sampel, adapun perbedaan pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah lokasi penelitian dan subjek penelitian yang dimana penelitian sebelumnya meneliti mahasiswa psikologi dan penelitian ini meneliti Ibu PKK Desa Sidomulyo.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Lea lestari Julita, dkk pada Tahun 2023 yang berjudul “ *Self-control With Online Shopping Consumptive Behavior’s Relationship In Higher Education Student*”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam aktivitas belanja online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jendral Ahcmad Yani Yogyakarta. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui angket atau skala. Penelitian ini melibatkan 132 mahasiswa aktif dari Fakultas Ekonomi dan Sosial yang merupakan pengguna aktif platform belanja *online* seperti *shopee, Lazada, bukalapak, tookpedia*, dan lainnya²⁶

Persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya terletak pada fokus penelitian yaitu perilaku konsumtif dan metode yang digunakan kuantitatif, adapun perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah subjek penelitian, lokasi penelitian dan tahun penelitian.

6. Penelitian yang dilakukan Hayati Amal dkk, pada Tahun 2020 yang berjudul “ *Contibution Of Self Control And Peer Confprimity To Consumptive Behavior*”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kontribusi

²⁶ Julita Lea Lestari et al., “Interdisciplinary Social Studies Self-Control with Online Shopping Consumptive Behavior’s Relationship in Higher Education Students,” *Journal homepage*.2023. 31.

pengendalian diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Swasta IT Kisaran. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif korelasional dan regresi berganda. Populasi penelitian ini adalah siswa SMA Swasta IT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, terdapat kontribusi kontrol diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 51%, terdapat kontribusi konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 34%, dan terdapat kontribusi bersama-sama kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 60%.²⁷

Persamaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya terletak pada variable X yang meneliti tentang kontrol diri dan metode penelitian yang digunakan kuantitatif, adapun perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini adalah subjek penelitian, lokasi penelitian serta tahun penelitian.

²⁷ Amal Hayati, A. Muri Yusuf, dan Megaiswari Biran Asnah, "Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior," *International Journal of Applied Counseling and Social Sciences* 1, no. 2 (2020): 16–24, <https://doi.org/10.24036/005344ijaccs>.