

Pengaruh Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Remaja Akhir

¹Selfi Anggraini, ²Evi Syafrida Nasution
Fakultas Psikologi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I^{1,2}
Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat, Indonesia

E-mail: ¹selfi.anggraini@upi-yai.ac.id, ²evi.syafrida.nasution@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* remaja akhir di Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan metode analisis regresi. Populasinya adalah remaja akhir berusia 18–21 tahun di Kecamatan Kramat Jati, yang berjumlah 120 orang diperoleh dengan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana dan linier berganda. Hasil penelitian ini adalah Terdapat pengaruh negatif signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, Terdapat pengaruh positif signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, dan Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja akhir. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,479 dan nilai signifikansi (p) = 0,000 < 0,05, yang berarti kontrol diri dan konformitas teman sebaya secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja akhir di Kecamatan Kramat Jati.

Kata kunci : *Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri, Konformitas Teman Sebaya, Remaja Akhir, Regresi, Accidental Sampling.*

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of self-control and peer conformity on the online shopping consumptive behavior of late adolescents in Kramat Jati District, East Jakarta. This research is quantitative with a regression analysis method. The population consists of late adolescents aged 18–21 years in Kramat Jati District, totaling 120 people obtained using the accidental sampling technique. The data analysis techniques used are simple linear regression and multiple linear regression. The results of this study show: there is a significant negative influence of self-control on consumptive behavior; there is a significant positive influence of peer conformity on consumptive behavior; and there is a simultaneous significant influence of self-control and peer conformity on the consumptive behavior of late adolescents. The coefficient of determination (R^2) is 0.479 and the significance value (p) = 0.000 < 0.05, which means that self-control and peer conformity together have a significant effect on the consumptive behavior of late adolescents in Kramat Jati District.

Keywords : *Consumptive Behavior, Self-Control, Peer Conformity, Late Adolescents, Regression, Accidental Sampling.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kini membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia, beberapa diantaranya aktivitas belanja. Berbelanja kini dapat dilakukan dengan mudah lewat platform digital tanpa perlu datang ke toko. Belanja online semakin diminati karena menawarkan kemudahan, kecepatan, serta varian produk yang beragam. Kondisi ini juga terjadi pada remaja akhir, yang merupakan kelompok usia dengan tingkat penggunaan internet yang tinggi. Remaja menggunakan internet tidak hanya untuk belajar dan bersosialisasi, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumtifnya.

Usia remaja akhir berada pada rentang 18 tahun sampai 21 tahun. Di usia itu remaja sedang dalam proses mencari identitas diri serta mengembangkan kemandirian. Pada tahap perkembangan ini, remaja memiliki kecenderungan untuk menunjukkan eksistensinya melalui barang-barang yang dimiliki dan dibeli. Perilaku konsumtif remaja akhir muncul dikarenakan adanya rasa ingin memperlihatkan diri sebagai pribadi yang menarik perhatian orang lain. Perilaku konsumtif sendiri didefinisikan sebagai tindakan membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, lebih menekankan pada keinginan, dan bertujuan untuk memenuhi kepuasan emosional. Jika tidak dikendalikan hal ini dapat berdampak negatif apabila remaja tidak mampu mengontrol perilaku belanjanya.

Salah satu faktor penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif adalah kontrol diri. Kontrol diri diartikan sebagai kapasitas individu untuk mengatur perilaku dan responnya agar selaras dengan norma, nilai, serta keyakinan yang berlaku dalam masyarakat. Individu dengan kontrol diri rendah cenderung sulit untuk

mengendalikan dorongan konsumtif, sehingga lebih mudah melakukan pembelian impulsif.

Di sisi lain, konformitas juga memainkan peran dalam perilaku konsumtif remaja. Konformitas merupakan dorongan individu untuk menyesuaikan sikap dan perilakunya demi sejalan dengan norma kelompok sosialnya. Pada remaja akhir, kecenderungan ini terlihat saat remaja akhir membeli barang yang sama seperti teman sebaya demi memperoleh penerimaan, menghindari rasa tertinggal, serta mendapatkan pengakuan sosial. Remaja dengan kontrol diri lemah cenderung akan mudah tergoda untuk membeli barang yang sedang populer ketika ditekan oleh kelompok sebaya, meskipun barang tersebut tidak diperlukan. Interaksi kedua faktor ini memperlihatkan kompleksitas perilaku konsumtif remaja akhir.

Fenomena Perilaku konsumtif ditemukan oleh peneliti ketika melaksanakan magang di komnas perlindungan anak yang dilaksanakan selama 3 bulan dari bulan Oktober 2024 sampai Januari 2025. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan beberapa remaja akhir di Kecamatan Kramat Jati, diketahui bahwa banyak di antaranya sering melakukan pembelian barang secara online, meskipun barang yang dibeli bukan merupakan kebutuhan mendesak. Oleh karena itu sebagai bentuk upaya untuk berkontribusi dalam memperkaya literatur psikologi sosial mengenai faktor-faktor perilaku konsumtif remaja dan sebagai upaya membantu orang tua, guru, dan sekolah serta masyarakat luas dalam merancang intervensi pengendalian perilaku konsumtif di kalangan remaja akhir. Maka peneliti ingin melakukan sebuah penelitian mengenai hal tersebut

2. LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menjadi salah satu fenomena yang menjadi fokus utama masyarakat modern. Perilaku ini menggambarkan kebiasaan seorang yang cenderung melakukan pembelian berulang tanpa pertimbangan apakah pembelian tersebut benar-benar dibutuhkan. Meningkatnya perilaku konsumtif pada masyarakat ditandai oleh kecenderungan individu melakukan pembelian melebihi dari kebutuhannya (Rachmatika dkk 2020). Istilah konsumtif merujuk pada sifat boros, yaitu kecenderungan individu dalam mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebih-lebihan Gumulya & Widiastuti (dalam Khoiriyah & Hakim, 2023). Sementara itu, menurut Suminar dan Meiyuntari (2015), perilaku konsumtif ditunjukkan melalui kebiasaan membeli barang-barang mewah atau mahal secara terus-menerus demi memperoleh sesuatu yang paling bagus, paling baru, dan lebih banyak, meskipun tidak sesuai dengan kebutuhan sebenarnya.

Sianturi dkk (2019) menyatakan perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang yang dilakukan secara berlebihan, di mana individu tidak lagi mempertimbangkan aspek rasional dan malah lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan hanya demi mencapai kepuasan dan kesenangan, yang pada akhirnya menyebabkan pemborosan. Sementara itu, menurut Fromm (2008), perilaku konsumtif merupakan aktivitas mengkonsumsi secara berlebihan dengan tujuan memperoleh rasa senang atau bahagia yang sifatnya sementara dan tidak nyata.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli yang telah dikemukakan perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kebiasaan membeli barang-barang secara berlebihan untuk memuaskan keinginannya daripada memenuhi

kebutuhannya, hingga menimbulkan pemborosan dan keefisienan biaya.

Menurut Engel, Blackwell, & Miniard, (1995) mengemukakan aspek yang melatarbelakangi perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Munculnya keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan
 - 1) Impulsif, Pembelian impulsif merujuk pada tindakan membeli yang terjadi secara spontan, dipicu oleh dorongan sesaat atau keinginan mendadak, tanpa melalui pertimbangan matang dan cenderung dipengaruhi oleh emosi.
 - 2) Pemborosan, Merupakan perilaku membeli produk secara berlebihan yang menyebabkan pengeluaran meningkat, ditandai dengan keinginan besar yang tidak dilandasi oleh kebutuhan yang nyata.
- b. Perilaku yang didasarkan oleh keinginan (*wants*) atau kepuasan semata
 - 1) Mengikuti gaya terkini (*trend*). Individu cenderung terdorong untuk selalu mengikuti gaya atau mode terbaru, terutama di lingkungan perkotaan. Remaja kerap membeli barang-barang baru demi mendapatkan kesenangan dan mempertahankan eksistensinya dalam kelompok sosial, meskipun tren tersebut terus berubah.
 - 2) Memperoleh atau mendapatkan pengakuan sosial Perilaku konsumtif juga sering muncul pada kalangan remaja, yang berada dalam fase pencarian jati diri. Ketidakpuasan terhadap diri sendiri mendorong remaja untuk mendapatkan penerimaan sosial dengan mengikuti atribut atau gaya yang digunakan oleh lingkungan sekitarnya.

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1995), terdapat beberapa faktor yang berpengaruh dalam terbentuknya perilaku konsumtif, di antaranya:

- a. Kebudayaan, merupakan hasil dari kreativitas manusia yang diwariskan antar generasi, dan berperan penting dalam membentuk pola perilaku individu sebagai bagian dari masyarakat.
- b. Kelas Sosial, berpengaruh pada kebiasaan individu dalam mengalokasikan waktu, memilih produk, serta kebiasaan berbelanja.
- c. Kelompok Referensi, yaitu sekelompok orang yang memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan dan perilaku konsumsi individu. Kelompok ini bisa berupa selebritis, teman sebaya, selebritis dan komunitas. Seseorang cenderung menjadikan kelompok ini sebagai acuan dalam memilih dan menggunakan produk tertentu.
- d. Situasi, mencakup waktu, kondisi sosial dan lingkungan, keadaan pribadi, serta suasana hati, yang semuanya dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang.
- e. Keluarga, memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku anggotanya, termasuk membentuk kepercayaan dan keputusan memilih barang atau jasa yang dikonsumsi.
- f. Gaya Hidup Hedonis, ialah gaya atau pola hidup yang berfokus pada pencarian kesenangan. Gaya hidup ini mendorong individu untuk menghabiskan lebih banyak waktu atau melakukan kegiatan di luar rumah, menikmati hiburan, serta membeli produk barang yang kurang dibutuhkan demi mendapatkan perhatian dari lingkungan sosial.
- g. Kontrol Diri, kemampuan dalam mengendalikan perilaku, mengelola informasi yang tidak diinginkan, serta menentukan tindakan yang sesuai dengan keyakinannya.

Dari penjelasan tersebut diambil kesimpulan yang memengaruhi pembentukannya perilaku konsumtif ini

adalah penting dalam memahami dinamika perilaku konsumen. Dari penjelasan sebelumnya dapat diidentifikasi bahwa kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi atau kelompok anutan, situasi, keluarga, gaya hidup hedonis, dan kontrol diri merupakan faktor-faktor kunci yang berkontribusi terhadap bagaimana individu mengkonsumsi barang dan jasa.

2.2 Kontrol Diri

Menurut Chaplin (dalam Anjani & Astiti, 2020), “kontrol diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengarahkan perilaku sendiri, yaitu dengan cara menahan dorongan atau kecenderungan impulsif”. Selanjutnya, Ghufro dan Risnawati (dalam Dewinda & Susilarini, 2021) menjelaskan kontrol diri mencakup kemampuan individu atau seseorang dalam mengenali kondisi diri dan lingkungan sekitarnya, serta mengatur respons perilaku yang sesuai dengan situasi sosial. Menurut Averill (dalam Arum & khoirunnisa, 2021), “kontrol diri merupakan salah satu variabel psikologis yang mencakup tiga kemampuan utama, yaitu kemampuan untuk mengubah perilaku, kemampuan dalam menafsirkan serta mengelola informasi yang tidak diharapkan, dan kemampuan untuk menentukan tindakan berdasarkan keyakinan pribadi”. Borba (dalam Sari & Irmayanti, 2021) menambahkan bahwa kontrol diri ialah kemampuan fisik dan mental seseorang, terutama saat menghadapi godaan, meskipun dalam pikirannya muncul dorongan atau ide negatif.

Dari berbagai pendapat yang telah dikemukakan sebelumnya, disimpulkan kontrol diri adalah kemampuan individu atau seseorang dalam mengendalikan dorongan internal dan mengatur emosi sebagai upaya mencapai standar perilaku yang positif dalam membentuk kepribadian dirinya.

Aspek-aspek kontrol diri Averill (1973), yaitu:

- a. Kontrol Perilaku (*Behavior Control*), kesiapan individu dalam memberikan respons dapat memengaruhi ataupun mengubah situasi yang tidak disukai.
 - 1) Kemampuan seorang individu dalam mengatur pelaksanaan, yaitu kemampuan seorang individu dalam merencanakan, mengelola situasi, serta menetapkan aturan baginya sendiri.
 - 2) Kemampuan memodifikasi stimulus, kemampuan seorang ketika membuat pilihan, mengenali, serta menghadapi stimulus yang kurang disukai atau tidak dikehendaki.
- b. Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*) Mengacu pada kemampuan seorang mengelola informasi yang tidak diinginkannya melalui beberapa proses seperti penilaian, interpretasi, ataupun mengaitkan suatu peristiwa dalam kerangka berpikir tertentu guna beradaptasi secara psikologis atau mengurangi tekanan. Komponennya meliputi:
 - 1) Kemampuan memperoleh informasi, yaitu kemampuan dalam mengantisipasi situasi dengan menggunakan informasi yang telah dikumpulkan.
 - 2) Kemampuan seorang individu dalam melakukan penilaian, yaitu kemampuan yang dimiliki ketika mengevaluasi peristiwa dan mengambil pelajaran darinya dengan memperhatikan aspek positif secara subjektif.
- c. Kontrol Keputusan (*Decisional Control*), kemampuan seorang pada saat menentukan tindakan yang akan diambil, berdasarkan keyakinan atau-hal-hal yang diyakininya benar.

2.3 Konformitas Teman Sebaya

Menurut Santrock (2018), teman sebaya merujuk pada individu, baik

anak-anak maupun remaja, yang berada pada rentang usia atau tingkat kematangan yang sebanding. Sementara itu, Mulindra dan Ariani (2023) menyatakan bahwa remaja cenderung berupaya untuk memperoleh penerimaan dari lingkungan sosialnya karena adanya kebutuhan untuk diakui dan dianggap eksistensinya. Konformitas merupakan wujud pengaruh lingkungan sekitar atau sosial yang akan mendorong seorang individu untuk menyesuaikan sikap perilakunya supaya sejalan dengan norma atau peraturan yang berlaku didalam masyarakat (Sarwono & Meinarno, 2009). Ramadhani (2016) menambahkan bahwa konformitas terjadi ketika seseorang menyesuaikan diri dengan kondisi atau aturan dalam kelompok sosialnya karena adanya tekanan, tuntutan, atau dorongan tertentu. Menurut Sears dkk (2009), konformitas terjadi ketika individu melakukan suatu tindakan tanpa adanya paksaan, melainkan karena pengaruh dari perilaku orang lain. Sementara itu, Baron dan Byrne (2005) menyatakan bahwa individu dikatakan konform apabila tindakannya didasarkan pada harapan atau ekspektasi dari kelompok atau lingkungan sosialnya.

Berdasarkan berbagai pandangan ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa konformitas ialah fenomena psikologis dan sosial yang signifikan, terutama di kalangan remaja. konformitas merupakan cara remaja menyesuaikan diri dengan teman-teman seusianya agar diterima dan diakui.

Menurut Sears, Fredman, dan Peplau (2000), konformitas terdiri atas tiga aspek utama, yaitu:

- a. Kompak atau ke-kompakan, yaitu ketika seseorang mulai tertarik untuk bergabung dan menyesuaikan diri dengan suatu kelompok, sehingga individu cenderung meniru perilaku anggota kelompok lainnya. Semakin kuat rasa kebersamaan atau

kekompakan dengan kelompok, maka tingkat konformitas individu juga semakin tinggi, demi mempertahankan posisinya dalam kelompok tersebut.

- b. Kesepakatan, mengacu pada adanya kesamaan pandangan antara individu dan anggota kelompok lainnya. Kesepahaman ini biasanya bertujuan untuk menghindari tekanan sosial yang muncul apabila individu menyampaikan pendapat yang berbeda.
- c. Ketaatan, yakni kecenderungan individu untuk menyetujui dan mengikuti aturan atau keputusan dalam kelompok, meskipun secara pribadi ia mungkin tidak sependapat.

Berdasarkan aspek-aspek tersebut dapat disimpulkan bahwa Konformitas merupakan fenomena kompleks yang didorong oleh motivasi fundamental individu untuk berinteraksi sosial secara efektif. Lebih dari sekadar meniru, konformitas adalah respons strategis terhadap kebutuhan untuk diterima dan mendapatkan informasi yang valid dalam konteks kelompok.

3. METODOLOGI

Populasi merupakan generalisasi item atau subjek dengan jumlah dan ciri yang ditentukan dan diperiksa sebelumnya diperiksa untuk mendapatkan kesimpulan, Sugiyono (2020). Populasi penelitian ini ialah remaja akhir usia 18-21 tahun yang bertempat tinggal di Kecamatan Kramat Jati. Sampel adalah representatif dari populasi yang akan diteliti, Azwar, S. (2018). Penelitian ini menggunakan accidental sampling dalam pelaksanaan pengumpulan data, sesuai dengan teknik sampling non probability menurut Sugiyono (2023). Hal ini terjadi karena Populasi penelitian tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, sehingga peneliti menggunakan *accidental sampling*.

Peneliti menggunakan 3 skala pada penelitian ini, diantaranya skala perilaku konsumtif, skala kontrol diri dan skala konformitas teman sebaya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner berbentuk skala Likert. Menurut Sugiyono (2020), pengumpulan data dengan kuesioner digunakan dengan memberikan pernyataan-pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab jujur oleh responden. Data yang didapat dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan dari penelitian ini dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dan regresi linear berganda, oleh operasi program JASP versi 0.17.3 macOS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data, didapatkan jumlah responden dengan data usia dan data jenis kelamin yang valid sebanyak 120 orang yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Distribusi Usia Responden.

Usia	Frekuensi	Persentase
18 Tahun	23	19,2 %
19 Tahun	24	20 %
20 Tahun	27	22,5 %
21 Tahun	46	38,3 %

Tabel 2. Distribusi jenis kelamin.

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	16	13,3 %
Perempuan	104	86,7 %

Pengujian hipotesis pertama (Ha1) dengan menggunakan metode Regresi linear sederhana diperoleh $B = -0,470$ dengan skor $P < 0,001$ yang menunjukkan terdapat pengaruh signifikan ke arah yang negatif. Maka dari itu Ha1 : “Terdapat pengaruh kontrol

diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* remaja akhir di Kecamatan Kramat Jati” diterima dan H_01 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Syariifah dan yuliana (2023) yaitu “adanya pengaruh negatif signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, artinya semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki maka semakin rendah perilaku konsumtifnya”.

Pengujian hipotesis kedua (H_{a2}) dengan menggunakan metode Regresi linear sederhana diperoleh $B = 0,704$ dengan skor $P < 0,001$ yang menunjukkan terdapat pengaruh signifikan ke arah yang positif. Maka dari H_{a2} : “Terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* remaja akhir di Kecamatan Kramat Jati” diterima dan H_02 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Febriyanty & Faizin (2022) menunjukkan Terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada generasi z di kota Madiun.

pengujian hipotesis ketiga (H_{a3}) dilakukan dengan metode regresi linear berganda diperoleh $F = 53,719$ dan $R^2 = 47,9$ dan skor $p = < 0,001$ yang menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan, maka H_{a3} : “Terdapat Pengaruh kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* remaja akhir di Kecamatan Kramat Jati” diterima dan H_03 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Afisti, Sujadi, dan Ahmad (2024) menyatakan “terdapat pengaruh signifikan antara kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja online mahasiswa”.

Kemudian dilakukan uji normalitas dengan hasil variabel perilaku konsumtif memiliki asumsi distribusi

data normal dengan taraf signifikansi sebesar $p = 0,073$; $> p = 0,05$. Lalu uji normalitas pada variabel kontrol diri diperoleh hasil $p = 0,095$; $> p = 0,05$ sehingga hasil tersebut dapat diasumsikan berdistribusi data normal. Terakhir pada variabel konformitas teman sebaya diperoleh hasil $p = 0,088$; $> p = 0,05$, dengan asumsi distribusi data normal.

Berdasarkan hasil kategorisasi, variabel Perilaku konsumtif memiliki pengelompokan nilai kategorisasi dengan $X < 25,67$ untuk kategori skor rendah, $25,67 \geq X \leq 40,33$ untuk kategori skor sedang dan $X > 40,33$ untuk kategori skor sedang. Mean temuan yang didapatkan sebesar 28,41. Maka disimpulkan perilaku konsumtif pada remaja akhir di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur berada pada taraf sedang. Pada perhitungan kategorisasi, variabel kontrol diri memiliki pengelompokan nilai kategorisasi dengan $X < 32,67$ untuk kategori skor rendah, $32,67 \geq X \leq 51,33$ untuk kategori skor sedang dan $X > 51,33$ untuk kategori skor tinggi. Mean temuan yang didapatkan adalah sebesar 54,38. Maka dapat disimpulkan bahwa kontrol diri pada remaja akhir di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur berada pada taraf tinggi.

Sedangkan hasil kategorisasi, variabel konformitas memiliki pengelompokan nilai kategorisasi dengan $X < 23,34$ untuk kategori skor rendah, $23,34 \geq X \leq 36,66$ untuk kategori skor sedang dan $X > 36,66$ untuk kategori skor sedang. Mean temuan yang didapatkan adalah sebesar 29,62. Maka disimpulkan konformitas teman sebaya pada remaja akhir di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur berada pada taraf sedang. Pada uji hasil analisis regresi linear berganda dengan output metode stepwise diperoleh hasil $R^2 = 0,434$ kontribusi terhadap perilaku konsumtif sebesar 43.4% Lalu variabel kontrol diri meningkatkan R^2 sebesar 4.5% tambahan sehingga

sehingga total kontribusi kedua variabel menjadi 47.9% dan sisanya 52.1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dipaparkan, disimpulkan :

1. Terdapat pengaruh negatif signifikan pada kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* remaja akhir di kecamatan Kramat Jati. Menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtif yang dilakukan begitu pula sebaliknya.
2. Terdapat pengaruh positif yang signifikan pada konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* remaja akhir di kecamatan Kramat Jati. hal ini menunjukkan semakin tinggi komunitas teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya begitupun sebaliknya.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* remaja akhir di Kecamatan Kramat Jati. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif remaja dipengaruhi oleh seberapa baik remaja mengendalikan diri serta seberapa besar pengaruh teman sebayanya; semakin tinggi kontrol diri maka perilaku konsumtif akan menurun, sedangkan semakin tinggi konformitas teman sebaya maka perilaku konsumtif akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Afisti, E, Sujadi, E, & Ahmad, B. (2024). Pengaruh Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada

Mahasiswa. *Psikodidaktika: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling*, 9(2), 597-616.

Anjani, P. S., & Astiti, D. P. (2020). Hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi Jepang (anime) di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1, 144-155.

Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi pengguna e-commerce shopee. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92-102.

Aurelia, F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Self Control terhadap Perilaku konsumtif Mahasiswa Kos. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 7-14

Averill, J. R. 1973. Personal Control Over Aversive Stimuli and its Relationship stress. *Jurnal Psychological Bulletin*, Vol. 80, No. 4, 286-303.

Azwar, S. (2018). Metode penelitian psikologi / Saifuddin Azwar edisi II. Yogyakarta Pustaka Pelajar, 2017, ISBN 978-602-229-732-1.

Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). Psikologi sosial (Edisi ke-10, terj). Jakarta Erlangga

Dewinda, C., & Susilarini, T. (2021). Hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik lipstick maybelline. *IKRAITH Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2), 1-7.

Dezianti, D. A. N., & Hidayati, F. (2021). Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Journal of Psychological Science and Profession*, 5(2), 151-158.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard,

- P. W. (1995). Perilaku konsumen (Ed ke-6 terjemahan). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Febriyanty,N&Faizin,M.(2022).Pengaruh Gaya Hidup, Konformitas Teman sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Madiun. *Jurnal Ekonomi Syariah Vol*, 7(2).
- Fromm,E. (1995). Masyarakat yang sehat (Thomas Bambang Murtianto, penerjemah)Yayasan Obor Indonesia. (Karya asli diterbitkan tahun 1955).
- Khoiriyah, S. F.,& HakimZ.A. (2023). perilaku Konsumtif Produk Kosmetik ditinjau dari Konsep Diri pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi Terapan JPT*, 4(-1), 21-37.
- Mulindra, A. B., & Ariani, L. (2023). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K)*, 4(2), 54-60.
- Nurhaini, D.(2018).Pengaruh konsep diri dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget. Psikoborneo: *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 92-100.
- Rachmatika, Aghesna Fadhila & Kusmar-yani, Rosita Endang. (2020). Relationship Between Conformity and Consumptive Behavior in Female Adolescents, 11, (3): 177-182. 0
- Ramadhani, A. (2016). Hubungan Konformitas dengan Prokrastinasi dalam menyelesaikan Skripsi Pada Mahasiswa Tingkat Akhir yang Tidak Bekerja. *Psikoborneo : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(3).
- Santrock, J.W.(2018). Life Span Development:perkembangan masa hidup jilid 1 Ed 13. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, Sarlito W. & Eko A.Meinarno (2009). Psikologi Sosial. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Sari, N. N., & Irmayanti, N.(2021). Hubungan self control terhadap perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Wijaya Putra (Psikowipa)*, 2 (2), 32-41.
- Sears, D. O., Peplau, L.A., Taylor, S. E., & Friedman, H. S. (2009). Psikologi sosial (Edisi ke-12, terj). Jakarta: Kencana.
- Sears, D. O., Peplau, L.A., & Taylor, S.E (2000). Social psychology (10th editon). Australia: Prentice Hall.
- Sianturi, J. V. M., Marpaung, W., & Man-urung, Y. (2019). Perilaku Konsumtif ditinjau Dari Harga Diri Pada Siswa-Siswi SMA Negeri 4 Medan. *Jurnal Diversita*, 5(1), 58-66.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Sumartini, S., Harahap, K.S., & Sthevany S 2020. Kajian pengendalian mutu produk tuna loin precooked frozen menggunakan metode skala likert di perusahaan pembekuan tuna. *Aurelia Journal*, 2(1), 29-38.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02).
- Syariifah, E. N., & Yuliana, I. (2023). Literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif melalui rasionalitas pada mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Malang. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 12(2), 202-211.