



## Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion di Online Shop

Ririn Ayu Mailina<sup>1</sup>, Linda Aryani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Psikologi Psikologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, Indonesia

### Article Info

**Received:**  
15 November 2025

**Accepted:**  
11 Januari 2026  
**Published:**  
30 Januari 2026

**Abstract.** Consumer Behavior of Fashion Products in Online Shops is an individual's action in buying fashion products through online shops that are not based on needs but only to achieve a sense of pleasure, happiness or satisfaction that is felt after buying or owning the product. This study aims to determine the relationship between conformity and self-control with the consumptive behavior of fashion products in online shops among students of UIN Suska Riau. The subjects of this study consisted of 112 students, selected using the purposive sampling technique. Data collection was carried out using the consumptive behavior scale ( $\alpha=0.879$ ), the conformity scale ( $\alpha=0.894$ ), and the self-control scale ( $\alpha=0.892$ ). Data analysis was conducted using multiple regression analysis and Pearson product-moment correlation. The analysis results showed a p-value of 0.000, indicating a significant relationship between conformity and self-control with the consumptive behavior of fashion products in online shops among UIN Suska Riau students. There is a significant positive correlation ( $r=0.399$ ) between conformity and consumptive behavior of fashion products in online shops among UIN Suska Riau students. Furthermore, there is a significant negative correlation ( $r=-0.616$ ) between self-control and consumptive behavior of fashion products in online shops among UIN Suska Riau students. Conformity and self-control together contribute 40.9% to consumptive behavior. These findings imply that interventions aimed at reducing consumptive behavior among students should focus not only on enhancing self control abilities but also on managing social pressure and conformity tendencies within their peer environment.

**Keywords:** Conformity, self-control, consumptive behavior

**Abstrak.** Perilaku konsumtif produk fashion di online shop merupakan tindakan individu dalam membeli produk fashion melalui online shop yang tidak didasari oleh kebutuhan melainkan hanya untuk mencapai rasa senang, bahagia atau puas yang dirasakan setelah membeli atau memiliki produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif produk fashion di online shop pada mahasiswa UIN Suska Riau. Subjek berjumlah 112 mahasiswa UIN Suska Riau, yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan skala perilaku konsumtif ( $\alpha=0,879$ ), skala konformitas ( $\alpha=0,894$ ), dan skala kontrol diri ( $\alpha=0,892$ ). Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan nilai  $p=0,000$  yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif produk fashion di online shop pada mahasiswa UIN Suska Riau. Hasil penelitian juga menunjukkan hubungan positif ( $r=0,399$ ) yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif produk fashion di online shop pada mahasiswa UIN Suska Riau, dan hubungan negatif ( $r=-0,616$ ) yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif produk fashion di online shop pada mahasiswa UIN Suska Riau. Konformitas dan kontrol diri secara bersama-sama memberikan sumbang sebesar 40,9% terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mengimplikasikan bahwa intervensi untuk menurunkan perilaku konsumtif pada mahasiswa perlu berfokus tidak hanya pada peningkatan kemampuan control diri, tetapi juga pada pengelolaan tekanan dan kecenderungan konformitas dalam lingkungan pergaulan mereka.

**Kata kunci:** konformitas, kontrol diri, perilaku konsumtif

Copyright © 2024 The Author(s). Published by Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia.

This is an Open Access article under the CC BY 4.0 license

\* Corresponding author: Ririn Ayu Mailina  
E-mail: [ririnayumailina03@gmail.com](mailto:ririnayumailina03@gmail.com)

### Pendahuluan

Pada era digital ini, penggunaan internet sangat pesat salah satunya internet digunakan sebagai tempat jual beli kebutuhan konsumen yang sering disebut online shop. *We Are Social* (dalam Lidwina, 2021)

menyebutkan hasil survei pengguna layanan online shop di Indonesia dalam pembelian produk tertentu sebanyak 88,1%. Hadirnya online shop menjadikan konsumen lebih mudah untuk mendapatkan produk-produk yang diinginkannya terutama produk fashion. Produk fashion sampai saat ini masih sangat digemari oleh konsumen, karena produk fashion merupakan suatu barang yang popular atau sering disebut trend pada jangka waktu tertentu dan mempunyai karakteristik atau ciri khas tersendiri (Andriani, dkk, 2023). Produk fashion merupakan produk semacam, pakaian, aksesoris, sepatu, dan lain sebagainya. Menurut Hemphill dan Suk (dalam Hidayah, 2015) bahwa produk fashion merupakan alasan yang menjadikan individu itu menjadi konsumtif atau cenderung menghabiskan uang demi mengkonsumsi barang-barang yang diinginkannya.

Pada tahun 2022 tercatat 28,1% konsumen Indonesia yang berbelanja di online shop berada pada rentang usia 18-25 tahun (Kredivo, 2023). Data ini menunjukkan bahwa remaja sampai dewasa awal gemar berbelanja secara online. Menurut Yahya (2021) masa remaja menuju ke masa dewasa merupakan masa dimana seseorang mencari jati dirinya, sehingga mahasiswa menginginkan penampilan yang menarik supaya dapat diterima di lingkungannya, hal ini dimanfaatkan oleh pemasar dalam menawarkan produk-produknya yang ditargetkan kepada remaja atau mahasiswa, salah satu produknya adalah fashion.

Pra-riset yang dilakukan pada 24-27 Mei 2024 melalui *google form* pada 35 mahasiswa UIN Suska Riau, menunjukkan bahwa mahasiswa melakukan belanja online rata-rata sebanyak dua kali hingga lebih dari tiga kali dalam sebulan. Produk yang sering dibeli di online shop adalah pakaian, sepatu, aksesoris dan tas yang merupakan produk fashion. Penelitian Meilinda (2021) menjelaskan bahwa mahasiswa UIN Suska Riau 67,5% perilaku konsumtifnya tergolong tinggi dan 32,5% lainnya perilaku konsumtifnya sedang. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa banyak mahasiswa yang sering melakukan pembelian produk fashion di online shop sehingga hal tersebut membuat mahasiswa berpeluang menjadi konsumtif pada produk fashion.

Fromm (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif terdiri dari tiga aspek, yaitu: (1) Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*), yakni tindakan pembelian yang tidak terencana, spontan atau tiba-tiba, yang muncul sebagai keinginan sesaat tanpa mempertimbangkan konsekuensi di masa depan; (2) Pembelian Tidak Rasional (*Non Rational Buying*), yaitu pembelian yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, serta bertujuan menciptakan perasaan senang, bangga, percaya diri, diterima, atau dihargai oleh lingkungan; dan (3) Pembelian Berlebihan (*Wasteful Buying*), yaitu kecenderungan membeli secara berlebihan tanpa mempertimbangkan jumlah uang yang dikeluarkan untuk memuaskan keinginan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif adalah konformitas.

Baron & Byrne (2005) mendefinisikan konformitas sebagai perubahan atau pernyesaian perilaku individu agar selaras dengan norma kelompok acuan, termasuk penerimaan terhadap ide maupun aturan perilaku yang berlaku dalam kelompok tersebut. Sejalan dengan itu Feldman (dalam Triningtyas & Margawati ,2019) menjelaskan bahwa konformitas merupakan proses perubahan perilaku atau sikap agar sesuai dengan keyakinan atau norma yang dianut kelompok. Baron & Byrne (2005) mengemukakan bahwa konformitas memiliki dua aspek utama, yaitu : (1) pengaruh sosial normatif, yakni dorongan untuk diterima dan disukai oleh kelompok, sehingga individu menyesuaikan perilakunya guna menghindari penolakan atau memperoleh persetujuan; dan (2) pengaruh sosial informasional, yaitu perubahan perilaku yang didasarkan pada anggapan bahwa pendapat atau informasi dari orang lain atau kelompok dianggap benar, sehingga individu menerima dan membenarkan pandangan tersebut.

Perilaku konsumtif dapat muncul sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan sosial maupun psikologis seseorang, misalnya individu berkonformitas dengan membeli produk bukan berdasarkan kebutuhan namun supaya sama dengan kelompok atau lingkungan sosialnya, sehingga dengan begitu individu tersebut merasa diterima dan tidak akan takut untuk dikucilkan oleh kelompok atau lingkungan sekitarnya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pradipta & Kustanti (2021) bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Selain konformitas faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kontrol diri. Kontrol diri dapat membantu seseorang untuk mengarahkan dan mengatur seseorang dalam berbelanja, supaya terhindar dari perilaku konsumtif (Islamia & Purnama, 2022). Menurut Averill (Ghufron & Risnawati, 2012) kontrol diri mengacu pada kemampuan seseorang untuk mengubah perilakunya, menangani informasi yang diinginkan dan tidak diinginkan, dan memilih tindakan berdasarkan apa yang diyakininya. Oleh karena itu kontrol diri dapat

membuat seseorang untuk memilih keputusan yang lebih tepat saat dihadapi dengan godaan yang ada, seperti keinginan membeli produk fashion dalam rangka tidak memiliki kepentingan ataupun kebutuhan pada produk tersebut.

Averil (dalam, Ghufron & Risnawita, 2012) menyebutkan bahwa terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu (1) Kontrol perilaku (*Behavior control*), merupakan kesediaan untuk memberikan respon secara langsung yang dapat memengaruhi atau mengubah situasi yang tidak menyenangkan (2) Kontrol kognitif (*Cognitive control*), yaitu kemampuan individu untuk memproses informasi yang tidak diinginkan dengan menafsirkan, mengevaluasi atau mengintegrasikan peristiwa tersebut ke dalam kerangka kognitif seperti adaptasi psikologis atau pengurangan stres atau mengurangi tekanan; (3) Kontrol keputusan (*Decesional control*), yaitu kemampuan individu untuk memilih hasil atau tindakan berdasarkan apa yang mereka yakini atau setuju.

Kontrol diri sangat berperan penting dalam diri seseorang supaya tidak menjadi pribadi yang konsumtif, karena ketika seseorang mempunyai kontrol diri yang rendah maka ia akan kesulitan untuk mengendalikan diri dari keinginannya dan pengaruh dari lingkungan sosialnya, seperti tidak bisa mengontrol nafsu untuk berbelanja produk yang tidak dibutuhkan melainkan hanya karena menginginkan produk tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudarisma (2019), bahwa kontrol diri memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif. Sedangkan hasil penelitian dari Erlyanawati (2016), menemukan bahwa tidak terdapat hubungan antar kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian di atas serta adanya perbedaan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil pro dan kontra, penelitian ini dilakukan untuk memperjelas dan memperkuat pemahaman mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui lebih dalam apakah ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk fashion di *online shop* pada mahasiswa UIN Suska Riau.

## Metode

Penelitian ini menggunakan design kuantitatif korelasi untuk menganalisis konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Roscoe (dalam Sugiyono, 2015) bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500, jadi peneliti mendapatkan jumlah sampel sebanyak 112 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan karakteristik antara lain, mahasiswa UIN Suska Riau, berbelanja produk fashion di online shop, dan memiliki uang saku >Rp.2.000.000. kalderanews (2024) menyatakan bahwa biaya hidup mahasiswa di Riau yang tinggal di kos sebesar Rp.1.500.000 atau lebih dalam sebulan. Penetapan kriteria tersebut didasarkan pada kebutuhan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman konsumsinya yang memadai dalam konteks perilaku konsumtif. Hal ini relevan mengingat kondisi biaya hidup mahasiswa di Riau, di mana komponen biaya kos dan kebutuhan hidup lain dapat mencapai kisaran tersebut, sehingga memberi peluang untuk perilaku konsumtif atas produk non-pokok seperti fashion. Sehingga responden dengan uang saku >Rp.2.000.000 dipandang relevan untuk mengukur kecenderungan konsumtif di luar kebutuhan pokok.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga skala psikologi. Pertama, peneliti memodifikasi skala perilaku konsumtif dari Prisilla (2020), yang terdiri dari 19 aitem sesuai dengan aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Fromm (1995), dengan reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,879. Kedua, skala konformitas disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek konformitas dari Baron & Byrne (2005), yaitu pengaruh social normative dan pengaruh sosial informasional. Pernyataan-pernyataan skala ini dibuat sesuai dengan kedua aspek tersebut dan terdiri dari 11 aitem, dengan reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0.894. Ketiga, peneliti memodifikasi skala control diri dari Putri (2022) yang terdiri dari 22 aitem sesuai dengan aspek-aspek control diri menurut Averill (dalam Ghufron & Risnawita, 2012), dengan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,892.

Ketiga skala tersebut menggunakan format Likert dengan kategori aitem, yaitu favorable (pernyataan yang sesuai dengan indicator) dan unfavorable (pernyataan bertentangan dengan indicator (Azwar, 2021).

Skala ini memiliki empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

Penelitian ini dilaksanakan dengan memberikan ketiga skala kepada sampel penelitian secara langsung maupun melalui Google Form. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Proses analisis dilakukan menggunakan program Statistical Package for the Social Science (SPSS)versi 25.00 for Windows.

## Hasil

Subjek penelitian ini berjumlah 112 mahasiswa UIN Suska Riau, dengan gambaran demografi subjek pada tabel 1.

Tabel 1

Gambaran demografi subjek

Kategori	Sub kategori	Jumlah	Percentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	39	34,8%
	Perempuan	73	65,2%
Pendapatan/Uang Saku	Rp.2 jt - 5jt	100	89,3%
	>5 jt	12	10,7%
Intensitas belanja Online Dalam 1 Bulan	1-2 kali	45	40,2%
	3-5 kali	51	45,5%
	>5 kali	16	14,3%
Pengeluaran Belanja Online Dalam 1 Bulan	<Rp.500.000	40	36,7%
	Rp.500.000 – 1jt	60	53,6%
	>Rp.1jt	12	10,7%

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas subjek penelitian ini merupakan mahasiswa berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 73 orang (65,2%). Diketahui bahwa mahasiswa dengan pendapatan atau uang saku perbulan Rp.2.000.000 – Rp.5.000.000 memiliki prosentase tertinggi, yaitu 50% atau 100 mahasiswa. Mayoritas mahasiswa melakukan belanja online sebanyak 3-5 kali dalam sebulan, dengan jumlah 51 orang atau 45,5%. Pengeluaran mahasiswa dalam berbelanja online dalam sebulan sebanyak Rp.500.000 – 1jt memiliki prosentase tertinggi, yaitu 53,6% atau 60 mahasiswa.

Tabel 2

Kategorisasi Variabel Penelitian

Kategori	Perilaku Konsumtif		Konformitas		Kontrol Diri	
	F	%	F	%	F	%
Sangat Rendah	9	8%	9	8%	2	1,8%
Rendah	20	17,9%	19	17%	44	39,3%
Sedang	41	36,6%	44	39,3%	40	35,7%
Tinggi	42	37,5%	34	30,4%	19	17,0%
Sangat Tinggi	-	0%	6	5,4%	7	6,3%

Tabel 2 menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Suska Riau, perilaku konsumtif berada pada kategori tinggi (37,5%), konformitas berada pada kategori sedang (39,3%), dan kontrol diri pada kategori rendah (39,3%).

Berdasarkan uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test*, signifikansi yang dihasilkan adalah 0,77 yang lebih besar dari 0,05 (0,77 >0,05) jadi ketiga variabel dikatakan normal.

Tabel 3

Uji Linearitas

Variabel	F	Sig
Konformitas dengan perilaku konsumtif	21.222	0.000
Kontrol diri dengan perilaku konsumtif	76.415	0.000

Tabel 3 menunjukkan bahwa uji linearitas konformitas dengan perilaku konsumtif memiliki nilai,  $F = 21,222$  ( $p = 0,000 \leq 0,05$ ), demikian pula kontrol diri dengan perilaku konsumtif memiliki nilai,  $F = 76,415$  ( $p = 0,000 \leq 0,05$ ). Dengan demikian, kedua hubungan tersebut bersifat linear.

Tabel 4

Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Konformitas	0.844	1.184
Kontrol diri	0.844	1.184

Berdasarkan tabel 4 hasil uji multikolinearitas dapat diketahui bahwa konformitas dan kontrol diri memiliki nilai tolerance sama-sama sebesar 0,844 yang artinya lebih  $>0,10$ , serta nilai VIF sama-sama sebesar 1,184 yang artinya  $<10$ , sehingga dapat diartikan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen.

Tabel 5

Uji Hipotesis (Regresi Berganda)

Variabel	R Square	F	Sig
Konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif	0.409	37.662	0.000

Uji Hipotesis (Korelasi Pearson Product Moment)		
Variabel	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
Konformitas dengan perilaku konsumtif	0.399	0.000
Kontrol diri dengan perilaku konsumtif	-0.616	0.000

Berdasarkan Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa,  $F = 37,662$  ( $p = 0,000 \leq 0,05$ ), artinya terdapat hubungan signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Suska Riau. Selain itu, nilai R square sebesar 0,409 atau 40,9% menunjukkan bahwa konformitas dan kontrol diri memberikan pengaruh sebesar 40,9% terhadap perilaku konsumtif, sementara sisanya, yaitu 59,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Hasil analisis Korelasi Pearson Product Moment menunjukkan konformitas dengan perilaku konsumtif nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ), nilai Pearson Correlation ( $r$ ) bernilai positif yaitu 0,399 yang berarti terdapat hubungan signifikan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif, dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Kekuatan koefisien  $r$  0,399 dalam kategori rendah (Sprinthall dalam Agung, 2016).

Selanjutnya, untuk kontrol diri dengan perilaku konsumtif didapatkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ), nilai Pearson Correlation ( $r$ ) bernilai negatif yaitu -0,616 yang berarti terdapat hubungan signifikan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, dengan demikian hipotesis ketiga dari penelitian ini diterima. Kekuatan koefisien  $r$  -0,616 dalam kategori moderate (Sprinthall dalam Agung, 2016).

Tabel 6

Uji Levene's Test

		Levene's Test for equality of variances		t-test for Equality of		
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2- tailed)
Perilaku konsumtif	Equal variance assumed	0.521	0.472	1.041	110	0.300
	Equal variance not assumed			1.030	75.428	0.306

Menurut Rosalina, dkk (2023), data dapat dikatakan homogen apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 (sig >0,05), jika nilai *Levene's Test* tidak signifikan maka uji t menggunakan nilai pada *equal variance not assumed*, sedangkan jika nilai *Levene's Test* signifikan maka uji t menggunakan nilai pada *equal variance assumed*. Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui hasil uji *Levene's Test* pada perilaku konsumtif diperoleh nilai signifikansi sebesar  $p=0,472>0,05$  yang artinya homogen, sehingga menggunakan nilai signifikansi dari *equal variance assumed*. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $p=0,300>0,05$ , ini dapat diartikan bahwa tidak ada perbedaan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN SUSKA Riau antara laki-laki dan perempuan.

## Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konformitas dan kontrol diri berhubungan signifikan dengan perilaku konsumtif produk fashion di online shop pada mahasiswa UIN SUSKA Riau. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lorenza dan Lestari (2023) yang menyatakan bahwa kecenderungan mengikuti norma kelompok serta kemampuan mengendalikan diri berkontribusi langsung terhadap perilaku konsumtif. Secara spesifik, konformitas memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi kecenderungan mahasiswa menyesuaikan diri dengan norma kelompok, semakin besar pula kemungkinan mereka melakukan pembelian fashion secara berlebihan. Hal ini konsisten dengan normative social influence (Deutch & Gerard, 1955), yang menjelaskan bahwa individu sering mengikuti perilaku kelompok untuk memperoleh penerimaan social.

Menurut Deviyanti & Jannah (2022) apabila individu terlalu bergantung pada kelompok, maka hal tersebut justru akan mengarahkan mereka pada perilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki konformitas yang tinggi akan berusaha terlihat kompak dan mengikuti apapun kesepakatan yang berlaku dalam kelompoknya termasuk dalam perilaku membeli, begitu juga sebaliknya apabila mahasiswa yang memiliki konformitas yang rendah maka mahasiswa tersebut tidak berusaha untuk mengikuti norma yang ada dalam kelompoknya.

Selain itu, *Social Identity Theory* (Tajfel & Turner, 1979) menjelaskan bahwa mahasiswa cenderung mengekspresikan identitas kelompok melalui simbol-simbol tertentu, termasuk fashion. Dorongan ini semakin diperkuat oleh proses *social comparison* (Festinger, 1954), di mana mahasiswa membandingkan dirinya dengan teman sebaya dan meniru pola konsumsi yang dianggap meningkatkan citra diri.

Temuan penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan bersifat negative antara control diri dan perilaku konsumtif, artinya semakin tinggi control diri individu, maka semakin rendah perilaku konsumtifnya, dan sebaliknya, individu dengan control diri yang rendah cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Berdasarkan kriteria kekuatan korelasi, nilai  $r=-0,616$  termasuk dalam kategori hubungan kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa control diri merupakan faktor psikologis yang penting dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks pembelian produk, termasuk pada lingkungan belanja daring yang menawarkan kemudahan, diskon, dan impulsivitas tinggi.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan teori control diri yang dikemukakan oleh Baumeister dan Vols (2007), yang menjelaskan bahwa control diri merupakan kemampuan individu untuk mengatur dorongan, keinginan, serta perilaku agar selaras dengan tujuan jangka panjang. Individu dengan control diri yang baik mampu menahan impuls membeli, mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan, serta mengevaluasi konsekuensi finansial dari keputusan konsumsi. Sebaliknya, rendahnya control diri menyebabkan individu lebih mudah terpengaruh oleh rangsangan eksternal seperti promosi, tren, dan tekanan sosial, sehingga meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Selain itu, menurut Ainslie (1975) dalam teori self control dan impulsiveness, perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai bentuk kegagalan pengendalian diri dalam menghadapi konflik antara kepuasan jangka pendek dan manfaat jangka panjang. Individu dengan control diri rendah cenderung memilih kepuasan instan melalui pembelian, meskipun berpotensi menimbulkan dampak negative di kemudian hari, seperti pemborosan atau masalah keuangan.

Hasil penelitian ini mendukung pandangan Tangney, Baumeister, dan Boone (2004) yang menyatakan bahwa control diri berperan penting dalam regulasi perilaku sehari-hari, termasuk perilaku konsumsi. Individu

dengan tingkat control diri yang tinggi cenderung memiliki kebiasaan finansial yang lebih sehat, seperti perencanaan pengeluaran dan kemampuan menunda pembelian yang tidak diperlukan.

Menurut Siallagan (2021) kontrol diri yang tinggi selama masa perkuliahan memiliki peran penting dalam mencegah munculnya perilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan memiliki kemampuan untuk mengatur dan mengendalikan pikiran, emosi, dan perilaku mereka secara efektif dalam berbagai situasi, sehingga mahasiswa tersebut dapat membedakan mana barang yang harus dibeli dan barang yang tidak harus dibeli sehingga terhindar dari perilaku konsumtif. Menurut Anggraini & Hudaniah (2023) kontrol diri yang rendah ditandai oleh kesulitan menahan dorongan atau godaan sehingga sering terjebak dalam perilaku konsumtif, seperti berbelanja secara berlebihan untuk memenuhi keinginan sesaat.

Tidak ada perbedaan yang signifikan pada perilaku konsumtif antara mahasiswa laki-laki dan perempuan. Artinya mahasiswa laki-laki dan perempuan memiliki kecenderungan yang sama terhadap perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan pengaruh pergaulan, informasi, dan akses internet yang memengaruhi keputusan pembelian mereka, sehingga tidak ditemukan perbedaan (Wahyudi, 2013).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa UIN SUSKA Riau berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung melakukan pembelian yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan lebih dipengaruhi oleh keinginan, tren, promosi, dan aspek simbolik dari produk yang dikonsumsi. Kondisi ini sejalan dengan hasil penelitian Lubis dkk. (2025) yang menyatakan bahwa mayoritas mahasiswa berada pada kategori perilaku konsumtif tinggi. Tingginya perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat dipahami sebagai dampak dari perkembangan gaya hidup modern, kemudahan akses belanja online, serta paparan media sosial yang mendorong pembelian impulsif dan keinginan untuk mengikuti tren.

Rendahnya kontrol diri pada mahasiswa dapat dipahami sebagai karakteristik fase dewasa awal, di mana individu masih berada dalam proses pembelajaran regulasi diri dan sering kali dihadapkan pada berbagai godaan eksternal, seperti diskon, flash sale, dan promosi digital. Menurut Ainslie (1975), individu dengan kontrol diri rendah lebih cenderung memilih kepuasan jangka pendek dibandingkan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang, sehingga meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Secara keseluruhan, kombinasi tingginya perilaku konsumtif, konformitas pada tingkat sedang, dan rendahnya kontrol diri menunjukkan bahwa mahasiswa berada pada kondisi yang cukup rentan terhadap perilaku konsumsi berlebihan. Pengaruh sosial masih berperan, namun keterbatasan kontrol diri menjadi faktor dominan yang mendorong perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penguatan kontrol diri dan literasi keuangan menjadi penting sebagai upaya preventif dalam menekan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa konformitas dan kontrol diri secara bersama-sama memberi sumbangan efektif atau kontribusi sebesar 40,9% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan 59,1% dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya hidup, uang saku, dan media informasi (Fahira & Taufan, 2023).

## Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif produk fashion di *online shop* pada mahasiswa UIN Suska Riau. Konformitas memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif, artinya semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif, begitu juga sebaliknya. Sedangkan kontrol diri memiliki hubungan yang negatif dengan perilaku konsumtif, artinya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif, begitu juga sebaliknya.

Penelitian ini menyarankan pentingnya penguatan kontrol diri serta pengelolaan pengaruh konformitas pada mahasiswa untuk menekan perilaku konsumtif. Selain itu, pihak kampus diharapkan berperan aktif melalui program edukasi, literasi keuangan, dan pengembangan karakter mahasiswa guna membantu mengendalikan perilaku konsumtif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel lain serta melibatkan subjek yang lebih beragam agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan

## Daftar Pustaka

Agung, IM. (2016). Aplikasi SPSS Pada Penelitian Psikologi. Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press.

Apriyani, Tiara. (2024). Biaya Hidup Mahasiswa di Riau, Bisa Habis Berapa Per Bulannya? Yuk, Hitung Kisarannya di Sini!. Retrieved from <https://www.kalderanews.com/2024/09/22/biaya-hidup-mahasiswa-di-riau-bisa-habis-berapa-per-bulannya-yuk-hitung-kisarannya-di-sini/>

Andriani, F., Rahmani, N. A. B., & Aslami, N. (2023). Pengaruh Tampilan Produk Dan Gratis Ongkir Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Dengan Diskon Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus: Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(1), 311-330. DOI: <https://doi.org/10.36987/jumsi.v2i4.3769>

Anggraini, L. P., & Hudaniah, H. (2023). Hubungan self control dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa rantau. *Cognicia*, 11(2), 140-148. DOI: <https://doi.org/10.22219/cognicia.v11i2.28074>

Baron, R.A., dan Bryne, D. (2005). *Psikologi Sosial Jilid 2* (Penerjemah: Djuwita, R. dkk). Jakarta: Erlangga.

Deviyanti, N., & Jannah, M. (2022). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Atlet Mahasiswa. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(3), 13-22. DOI: <https://doi.org/10.26740/cjpp.v9i3.45804>

Erlyanawati, E., & Permadi, A. S. (2016). *Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Fromm, Erich. (1995). *The Sane Society*. London and New York: British Library

Ghozali, I. (2011). Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghufron, M.N., & Risnawati, Rini. (2012). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

KalderaNews. (2024). *Biaya Hidup Mahasiswa di Riau, Bisa Habis Berapa Per Bulannya? Yuk, Hitung Kisarannya di Sini!*. KalderaNews.com. <https://www.kalderanews.com/2024/09/22/biaya-hidup-mahasiswa-di-riau-bisa-habis-berapa-per-bulannya-yuk-hitung-kisarannya-di-sini/>

Kredivo. (2023). Laporan Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia 2023: Pemulihan Ekonomi dan Tren Belanja Pasca Pandemi. Retrieved from <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2023/06/2023-Indonesia-e-Commerce-Behavior-Report.pdf>

Meilinda, Y. (2021). Hubungan Konformitas Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Uin SUSKA Riau. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Islamia, I., & Purnama, M. P. (2022). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(1). DOI : [10.33024/jpm.v4i1.6026](https://doi.org/10.33024/jpm.v4i1.6026)

Lidwina, Andrea. (2021). Penggunaan *E-Commerce* Indonesia Tertinggi di Dunia. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

Lorenza, R. Y., & Lestari, S. (2023). Kontrol Diri Dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berbelanja Di E-Commerce. *Psycho Idea*, 21(1), 1-12. DOI: <https://doi.org/10.30595/psychoidea.v21i1.15752>

Lubis, A. F., Dania, I. A., Susanti, M., Akbar, S., & Lestari, I. C. (2025). Gambaran Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Ko-Asisten Universitas X. Ibnu Sina: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan-Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara, 24(1), 8-13. DOI: <https://doi.org/10.30743/ibnusina.v24i1.660>

Pradipta, P., & Kustanti, E. R. (2021). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Coffeeshop Semarang. *Jurnal Empati*, 10(3), 167-174.  
DOI: <https://doi.org/10.14710/empati.2021.31280>

Prisillia, B. T. (2020). *Hubungan Antara Harga Diri dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Siswi SMA Negri 9 Pekanbaru*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Putri, T. A. (2022). *Hubungan Antara Self Control dan Kecerdasan Emosi dengan Impulsive Buying Produk Fashion*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Renaldy, M., Dewi, R. S., & Hidayatullah, M. S. (2020). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif konsumen online shop melalui sosial media pada mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Lambung Mangkurat. *Jurnal Kognisia*, 1(1), 94-97. DOI: <https://doi.org/10.20527/kognisia.2018.04.015>

Rosalina, L., dkk. (2023). Buku ajar statistika. Padang: CV Muharika Rumah Ilmiah.

Siallagan, A. M., Derang, I., & Nazara, P. G. (2021). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal dharma agung husada*, 8(1), 54-61. DOI: <https://jurnal.universitasdarmaagung.ac.id/dharmaagunghusada/article/view/952>

Solichah, N., & Dewi, D. K. (2019). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk fashion pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 6(3), 1-8. DOI: <https://doi.org/10.26740/cjpp.v6i3.29215>

Sudaryono & Cemerlang, P. D. (2015). Hubungan Antara Kelompok Konformitas dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Untiversitas Airlangga. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial*, 4(16), 52-29.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Triningtyas, D. A., & Margawati, T. M. (2019). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap online shopping pada remaja. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*, 5(1), 16-20. DOI: <https://doi.org/10.33394/jk.v5i1.1388>

Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. E-Jurnal Sosiologi, 1(4), 26-36.

Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 231), 37. DOI: <http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>