

.....

**HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA SALATIGA**

Oleh

Arik Dyah Ayu Lestari<sup>1</sup>, Emmanuel Satyo Yuwono<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana  
 Email: [1arikdyah983@gmail.com](mailto:arikdyah983@gmail.com)

*Abstract*

*This research aims to investigate the relationship between self-concept and consumptive behavior among active students at UKSW Salatiga. This study employs a non-probability sampling technique known as quota sampling. The subjects involved in this research consist of 115 active students at UKSW Salatiga. Data collection methods utilize the Self-Concept Scale and Consumptive Behavior Scale. The data analysis method utilized is the Pearson product-moment correlation. From the analysis results, a correlation coefficient of -0.209 was obtained with a p-value of 0.025 ( $p < 0.05$ ). From these results, it can be concluded that there is a significant negative relationship between self-concept and consumptive behavior among active students at UKSW Salatiga. Thus, it is evident that the higher the level of self-concept among students, the lower their level of consumptive behavior. Conversely, the lower the self-concept among students, the higher their consumptive behavior tends to be.*

**Keywords: Self Concept, Consumptive Behaviour, Student**

**PENDAHULUAN**

Di era globalisasi saat ini, teknologi industri dan ekonomi mengalami perkembangan yang pesat. Pesatnya perkembangan teknologi pada masyarakat membuat gaya hidup masyarakat juga semakin berkembang dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi ini salah satunya adalah pada internet, dimana masyarakat bisa dengan mengakses internet tersebut hanya dalam genggam tangan. Mudahnya informasi yang diterima dan jangkauan yang luas tentunya akan membuat sebuah perubahan, khususnya pada perubahan gaya hidup yang dimiliki oleh masyarakat. Perkembangan *mode fashion*, budaya dari luar yang masuk, berkembangnya *online shopping* membuat perubahan dan menuntut jaman untuk mengikuti keinginan dari masyarakat. Maka jika diamati banyak sekali industri yang bersaing untuk memenuhi keinginan atau permintaan pasar misalnya pada industri fashion, make-up, dan elektronik seperti handphone. Hal tersebut juga berdampak pada

berkembangnya tempat shopping center, waralaba, supermarket dan e-commerce yang saat ini menjadi komoditas utama masyarakat. Menurut KOMINFO (2019) menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara 10 terbesar pertumbuhan 'e-commerce' dengan pertumbuhan 78 persen dan berada di peringkat ke-1. Apalagi di Indonesia sendiri pengguna teknologi dan internet lebih banyak yang berusia remaja.

Remaja merupakan masa dimana seseorang mulai melakukan pencarian identitas serta jati dirinya sendiri. Pada masa ini para remaja memiliki kesempatan yang sebesar-besarnya untuk mengalami hal-hal yang baru serta menemukan sumber baru dari kekuatan, bakat serta kemampuan yang ada didalam dirinya. Sementara itu masa remaja dihadapkan pada tantangan, pembatasan, dan kekangan-kekangan yang datang baik dari dalam dirinya, maupun luar dirinya (lingkungannya). Disadari atau tidak, era globalisasi serta kemudahan untuk memperoleh informasi melalui berbagai

.....

sarana teknologi bisa memberikan pengaruh bagi masyarakat untuk berperilaku konsumtif. Menurut Bush (Hylander, 2013) remaja merupakan salah satu kelompok yang sangat potensial bagi pemasar sebagai target pemasaran barang atau produk yang mereka jual, sehingga membuat remaja tumbuh dan berkembang dalam budaya konsume-risme yang menjadikan remaja terlibat dalam perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif pada remaja sangat sering dianggap sebagai sesuatu hal yang wajar. Jika dipandang lebih jauh, tingkah perilaku konsumtif bagi remaja boleh memberi impas yang lebih serius malah cenderung membahayakan. Bagi remaja yang berasal dari keluarga dengan ekonomi kebawah, akan susah untuk mendapatkan barang yang di inginkan, bila dilihat lebih jauh hal ini dapat membuat remaja melakukan hal yang negatif untuk memenuhi keinginannya, seperti mencuri, mencopet bahkan menjambret. Menurut Faradila (2018) Hal tersebut dapat terjadi karena pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan. Mahendra (2020) menambahkan bahwa perilaku konsumtif ini berkaitan dengan kecenderungan materialistik, kemewahan dan segala hal yang dianggap paling mahal dan memberikan Kepuasan tersendiri bagi seseorang. Remaja dituntut untuk mengikuti tren, agar tidak dianggap kurang gaul, remaja berusaha untuk memenuhi kesenangan dan keinginan demi gengsi, merasa bangga, percaya diri dan dihargai jika ia telah memiliki sesuatu yang atribut dari idolanya (Faradila, 2018). Aspek perilaku konsumtif adanya pembelian yang impulsif, pembelian yang boros, dan pembelian yang tidak rasional. Menurut Monks (2004: 262) diantara mereka yang memiliki perilaku konsumtif di era modern ini adalah seseorang yang memasuki masa remaja hingga dewasa.

Saat ini remaja khususnya mahasiswa mereka ingin diakui eksistensinya di lingkungannya, mereka rela melakukan

berbagai cara hanya untuk berusaha menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda dan tidak bisa disamakan dengan yang lainnya, dan para mahasiswa ingin menunjukkan dirinya bahwa mereka bisa mengikuti mode yang sedang tenar padahal mode tersebut bisa kapan saja berubah, Sehingga para remaja tidak akan pernah puas dengan apa yang dimilikinya yang dapat menimbulkan bagi mereka mengkonsumsi barang-barang tanpa berpikir panjang untuk membelinya. Menurut Bunga dan Endang (2018), kalangan remaja erat hubungannya dengan perilaku konsumtif. Perilaku ini dapat dipahami karena usia mereka tergolong usia peralihan dalam mencari identitas diri, bahwa sikap konsumtif yang tumbuh dikalangan remaja berusia 15-18 tahun dapat diartikan hidup dengan keinginan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan. Fenomena umum perilaku konsumtif yang terjadi dalam kehidupan mahasiswa dimana mereka mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan hanya untuk mencapai kepuasan dan kebahagiaan tersendiri seperti membeli sepatu, tas, pakaian, aksesoris, kuliner/makanan, nonton bioskop, dan lain-lain yang sebenarnya tidak mereka butuhkan dan hanya untuk mencapai kepuasan diri sendiri serta ingin dipuji oleh orang lain.

Seorang mahasiswa biasanya dipandang di kalangan masyarakat sebagai seseorang yang terpelajar, bisa menjadikan panutan, memiliki pemikiran yang baik, wawasan yang luas, dan berakhlak mulia. Pandangan inilah yang menjadikan mahasiswa selalu ingin tampil mewah dihadapan orang lain, dengan begitu mahasiswa akan melakukan segala sesuatu yang menurut mereka cocok untuk dirinya agar dipandang baik oleh masyarakat dimana mereka harus memenuhi kebutuhan untuk dapat diterima dan memenuhi trend yang sedang hits. Kecenderungan perilaku belanja mahasiswa salah satunya karena didukung oleh fasilitas yang ada. Saat ini semua jenis

kafe, tempat pertemuan, toko pakaian, pusat perbelanjaan, toko aksesoris, mini market, dan toko lainnya berkembang pesat. Dengan berkembangnya tempat-tempat tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi tingkat konsumsi mahasiswa.

Munculnya perilaku konsumtif disebabkan adanya beberapa faktor yang memberikan pengaruh pada perilaku konsumtif adalah faktor sosial, faktor pribadi, faktor internal, faktor eksternal dari beberapa faktor tersebut, salah satu faktor yang mempengaruhi adanya perilaku konsumtif di kalangan remaja khususnya bagi mahasiswa adalah konsep diri. Menurut Papalia, dkk, (2008) Konsep diri atau self concept adalah citra total diri individu sendiri. Konsep merupakan keyakinan yang dimiliki seseorang tentang siapa dirinya, menggambarkan keseluruhan diri kemampuan dan sifat yang dimiliki serta menentukan bagaimana perasaan individu terhadap dirinya dan memandu tindakan itu sendiri. Konsep diri yang negatif, cenderung memiliki pandangan yang buruk tentang dirinya. Agar mereka dapat diterima dan menjadi seperti orang lain, hal ini mengarahkan remaja untuk mencoba mengikuti gaya dan perilaku konsumsi yang populer. Kecenderungan perilaku konsumtif mungkin memiliki efek buruk di masa depan. Salah satunya adalah shopaholic. Shopaholic adalah situasi dimana seorang individu tidak dapat lagi untuk menahan hasrat atau keinginannya untuk terus menerus berbelanja. Sehingga menghabiskan banyak waktu dan uang untuk keperluan berbelanja walaupun barang yang dibeli tidak selalu dibutuhkan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wijayanti dan Astiti (2017) menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja dan begitu sebaliknya. Konsep diri berpengaruh sebesar 40% terhadap perilaku konsumtif sedangkan 60% dipengaruhi faktor lain. Penelitian sebelumnya juga pernah dilakukan oleh Disza Alief Faradila (2018)

dengan judul hubungan konsep diri dan perilaku konsumtif online shopping produk pakaian pada wanita. Menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi konsep diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa. Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Apriliana (2021) yang menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik. Berbeda dengan hasil penelitian dari Octaviani dan Kartasasmita (2017) yang menghasilkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antar konsep diri dan perilaku konsumtif.

Dari latar belakang yang diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Hubungan Antara Konsep Diri Dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga”. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu Untuk mengetahui hubungan konsep diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

## LANDASAN TEORI

### Perilaku Konsumtif

Menurut Erich Fromm (dalam Dewinda dan susilarini, 2021:13) perilaku konsumtif sebagai keinginan yang akan terus meningkat guna mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa yang tidak memperdulikan kegunaan, hanya berdasar keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak dan lebih bagus dengan tujuan guna menunjukkan status, prestige, kekayaan, keistimewaan maupun sesuatu yang mencolok.

Menurut Lubis (dalam setiawan, 2021:3), menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional. Dari pengertian diatas dapat

disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang digunakan untuk memenuhi kepuasan semata secara berlebihan tanpa diperhitungkan dan mengkesampingkan kebutuhan diri sendiri.

#### **Aspek Perilaku Konsumtif**

Menurut Lubis (dalam Setiawan, 2019: 3) menyebutkan ada tiga aspek dalam perilaku konsumtif. Aspek pemborosan adalah pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba. Aspek pembelian impulsif adalah spontanitas, kekuatan, kompulsi, intensitas, kegairahan dan stimulasi, ketidakpedulian akan akibat. Aspek pembelian tidak rasional adalah pembelian yang dilakukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode.

#### **Faktor Perilaku Konsumtif**

Menurut Estetika (dalam Mujahidah, 2020: 3) mengemukakan bahwa faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif terbagi atas Faktor internal dan eksternal. Faktor Internal meliputi konsep diri yaitu dalam membeli barang disesuaikan dengan penilaian diri sendiri. Gaya hidup yaitu dalam membeli barang selalu mengikuti perkembangan zaman. Faktor eksternal yang menyebabkan perilaku konsumtif adalah kelompok referensi.

#### **Konsep Diri**

Saad (dalam Lero, tagelan, dan irawan, 2020: 86) Mengatakan bahwa Konsep diri adalah kesadaran atau pengertian tentang diri sendiri, yang mencakup pandangan tentang dunia, kepuasan tentang kehidupan, dapat menghargai atau menyakiti, diri sendiri, mampu mengevaluasi kemampuan sendiri, dan persepsi mengenai diri sendiri. Subyektivitas manusia selalu membedakan cara pandang sesuatu obyek yang di amati.

Sejalan dengan ahli diatas menurut Harlok (dalam Syahraeni, 2020: 63) konsep diri diartikan sebagai persepsi, keyakinan, perasaan atau sikap seseorang tentang dirinya sendiri, kualitas penyikapan individu tentang dirinya sendiri dan suatu system pemaknaan

individu tentang dirinya sendiri dan pandangan orang lain tentang dirinya.

Menurut Burns (dalam Subaryana, 2015) konsep diri dibedakan menjadi dua, yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Konsep diri positif dapat disamakan dengan evaluasi diri yang positif seperti penghargaan diri positif. Konsep diri negatif dapat disamakan dengan evaluasi diri yang negatif seperti membenci diri, perasaan rendah diri dan tiadanya perasaan yang menghargai pribadi dan penerimaan diri. Berdasarkan penjelasan dari para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa konsep diri adalah pengertian mengenai dirinya sendiri yang mencakup pandangan diri, perasaan, sikap, maupun kemampuan atas diri sendiri.

#### **Aspek Konsep Diri**

Menurut Burns (dalam Hartanti, 2018: 6) menjelaskan bahwa aspek – aspek konsep diri terdiri atas: Aspek fisik merupakan penilaian individu terkait kondisi fisik yang dimiliki. Aspek sosial merupakan penilaian terhadap peranan sosial yang dimainkan oleh individu serta sejauh mana individu memainkan peran tersebut di lingkungan sosialnya. Aspek moral-etik merupakan prinsip serta nilai yang terkait dengan keyakinan yang dianut dalam kehidupan individu tersebut. Aspek psikis terkait pikiran, perasaan, serta sikap individu terhadap dirinya sendiri.

#### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian pada penelitian yang dilakukan adalah menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode desain korelasional dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu konsep diri sebagai variabel X dan perilaku konsumtif sebagai variabel Y. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga dan sampel sebanyak 115 orang dengan kriteria usia diatas 18 tahun dan mahasiswa aktif di Universitas

Kristen Satya Wacana Salatiga. Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan skala melalui *google formulir*. Skala yang digunakan yaitu Skala konsep diri dan skala perilaku konsumtif. Metode analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari *Pearson* yang dapat dihitung dengan menggunakan bantuan komputersasi SPSS (*Statistical of Package for Social Science*) versi 25.0 *for windows* untuk melihat hubungan antara konsep diri (X) dengan perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Sebelum uji korelasi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, uji linearitas dan selanjutnya uji korelasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 115 yang merupakan mahasiswa aktif UKSW Salatiga. Partisipan yang mengisi skala merupakan mahasiswa aktif UKSW yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti.

**Tabel 1. Demografi responden**

No	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-Laki	Perempuan	
1.	17	98	115
	Total		115

### Analisis deskriptif

Pengujian statistik deskriptif dilakukan bertujuan untuk mengetahui gambaran dari perhitungan data skala konsep diri dan skala perilaku konsumtif. Pengujian yang dilakukan untuk melihat hasil perhitungan rata-rata, minimal, maksimal dan juga standar deviasi dari ketiga skala.

**Tabel 2. Kategorisasi konsep diri**

Interval	Kategori	Frekuensi	%
36-71	Rendah	0	0
72-107	Sedang	64	55,7
108-144	Tinggi	51	44,3

Jumlah	115	100
--------	-----	-----

Dapat diketahui bahwa sebanyak 0 orang atau 0 persen memiliki konsep diri yang rendah. Sebanyak 64 orang atau 55,7 persen memiliki konsep diri yang sedang. Dan sebanyak 51 orang atau 44,3 persen memiliki konsep diri yang tinggi

**Tabel 3. Kategorisasi perilaku konsumtif**

Interval	Kategori	Frekuensi	%
30-59	Rendah	1	0,9
60-89	Sedang	87	75,7
90-120	Tinggi	27	23,4
Jumlah		115	100

Dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 0,9 persen memiliki perilaku konsumtif yang rendah. Sebanyak 87 orang atau 75,7 persen memiliki perilaku konsumtif yang sedang. Dan sebanyak 27 orang atau 23,4 persen memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

### Analisis data

Analisis data untuk menguji hipotesis dengan penggunaan teknik statistik korelasi *product moment* dari *Pearson*, dan dianggap kedua variabel saling berkaitan apabila nilai signifikansinya kurang dari 0.05 ( $p < 0.05$ ). Sebelum uji korelasi terlebih dahulu dilakukan uji asumsi, yaitu uji normalitas dan uji linearitas.

#### a. Uji normalitas

Normalitas data diuji dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, dan data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ).

**Tabel 4. Uji normalitas**

	Konsep diri	Perilaku konsumtif
N	100	100

<i>Test Statistic</i>	0,059	0,064
<i>Asymp. Sig.</i>	0,200	0,200

Hasil analisis uji normalitas diperoleh sebaran skor konsep diri *Kolmogorov-smirnov* = 0,059 dan nilai signifikansi = 0,200 ( $p < 0,05$ ). Sebaran skor perilaku konsumtif didapatkan *Kolmogorov-smirnov* = 0,064 dan nilai signifikansi = 0,200 ( $p > 0,05$ ). Dari hasil analisis tersebut dapat diasumsikan bahwa skor pada kedua variabel distribusi data normal, karena masing-masing variabel nilai signifikansinya diatas 0,05.

b. Uji linearitas

Uji linieritas menggunakan uji Anova dan data variabel X dan Y dinyatakan linear bila *deviant from linearity* signifikan ( $p > 0.05$ ).

**Tabel 5. Uji linearitas antara konsep diri dan perilaku konsumtif**

Variabel X	Variabel Y	F	signifikasi
Konsep diri	Perilaku konsumtif	0,983	0,514

Berdasarkan hasil uji linearitas antara gegar budaya dan penyesuaian diri diperoleh nilai *deviation from linearity* nilai F beda = 0,983 dan nilai signifikansi = 0,514 ( $p > 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara kedua variabel.

c. Uji hipotesis (korelasi)

Uji hipotesis menggunakan teknik statistik korelasi *product moment* dari *Spearman* karena kedua variabel tidak normal, menunjukkan hasil uji hipotesis menggunakan teknik statistik korelasi *product moment* dari *Pearson* menunjukkan.

**Tabel 6. Uji korelasi antara konsep diri dan perilaku konsumtif**

Konse p diri	Perilaku konsumtif
--------------	--------------------

Perilaku konsumtif	Correlatio n Coefficien t	1.00	-0.209
	Sig. (2-tailed)		0.025
	N	115	115

Hasil yang diperoleh dari hasil korelasi antara konsep diri dan perilaku konsumtif, yaitu nilai  $r = -0,209$  dan nilai signifikansi = 0,025 ( $p < 0.05$ ) yang berarti adanya korelasi negatif signifikan antara konsep diri dan perilaku konsumtif.

**Pembahasan**

Pada analisis hipotesis, peneliti menggunakan uji korelasi *Pearson product moment* dengan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil uji korelasi antara konsep diri dan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa koefisien korelasi memiliki nilai sebesar  $r = -0,209$ , dan nilai signifikansi ( $p$ ) sebesar 0,025 ( $p < 0.05$ ). Hasil hipotesis ini menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif signifikan antara konsep diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa UKSW Salatiga. Artinya, terdapat korelasi antara konsep diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa UKSW. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat konsep diri mahasiswa, maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mereka. Begitupun sebaliknya, semakin rendah konsep diri mahasiswa, maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimilikinya. Hasil ini didukung dengan hasil penelitian Luas, dkk., (2023) yang menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif.

Hasil analisis deskriptif pada variabel konsep diri yang dialami menunjukan bahwa 115 subjek yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki konsep diri dengan kategori sedang sebesar 55,7% atau 64 mahasiswa dan kategori tinggi sebesar 44,3% atau 51 mahasiswa. Nilai rata-rata (mean) variabel konsep diri adalah 106, yang juga

menunjukkan bahwa konsep diri mahasiswa secara keseluruhan berada dalam kategori sedang. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa aktif UKSW Salatiga memiliki konsep diri dalam kategori sedang. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata yang berada dalam kategori sedang.

Sedangkan pada variabel perilaku konsumtif menunjukkan bahwa partisipan yang memiliki penyesuaian diri dengan kategori rendah sebesar 0,9% atau 1 mahasiswa, kategori sedang sebesar 75,7% atau 87 mahasiswa, kategori tinggi sebesar 23,4% atau 27 mahasiswa. Nilai rata-rata (mean) variabel perilaku konsumtif adalah 82, yang menunjukkan bahwa variabel konsumtif secara keseluruhan berada dalam kategori sedang. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa aktif UKSW Salatiga memiliki perilaku konsumtif dalam kategori sedang. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata yang berada dalam kategori sedang.

Dilihat juga dari hasil uji normalitas, variabel konsep diri diketahui berdistribusi normal karena nilai signifikansinya berada diatas 0,05 sehingga memenuhi asumsi normalitas, begitu juga untuk variabel perilaku konsumtif telah memenuhi asumsi normalitas. Hal ini dapat dilihat dari hasil konsep diri dengan nilai  $KS-Z=0,200$  dan perilaku konsumtif nilai signifikansi = 0,200 ( $p>0,05$ ).

Berdasarkan data di atas, maka dapat diketahui bahwa mahasiswa aktif di UKSW Salatiga memiliki konsep diri pada tingkat sedang. Begitu juga perilaku konsumtif pada mahasiswa aktif di UKSW Salatiga memiliki tingkat yang sedang. Terdapat sumbangan pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif dengan nilai  $R^2 = 0,035$ , yang artinya bahwa hanya terdapat 3.5% sumbangan pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 96.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Sebagai mahasiswa harus memiliki konsep diri yang baik, karena dengan

mahasiswa memiliki konsep diri yang baik akan dapat menerima dirinya sendiri. Remaja yang memiliki konsep diri rendah, cenderung mempunyai pandangan yang negatif terhadap dirinya. Sehingga untuk dapat diterima dan menjadi sama dengan orang lain akan memunculkan remaja berusaha mengikuti atribut yang sedang menjadi mode dan berperilaku konsumtif (Tambunan, 2001). Kecenderungan berperilaku konsumtif pada remaja dapat menimbulkan suatu dampak yang buruk dikemudian hari. Semakin mahasiswa memiliki konsep diri yang baik pada dirinya, maka mahasiswa tersebut akan bisa mengontrol perilaku konsumtif pada dirinya (Wijayanti & Astiti, 2017).

Penelitian yang dilakukan ini memiliki kekurangan yaitu penelitian mayoritas didapatkan di Fakultas Psikologi UKSW Salatiga saja, sehingga belum dapat dipastikan apakah hasil penelitian ini dapat menggambarkan subjek secara merata di UKSW Salatiga. Saran praktis yang disajikan oleh penulis untuk mahasiswa adalah untuk meminimalisir perilaku konsumtif yang dimiliki dengan memprioritaskan kebutuhan yang digunakan dan mengontrol diri dalam membeli, sehingga dapat membeli barang yang diperlukan saja. Di sisi lain, saran bagi peneliti selanjutnya dengan topik serupa adalah untuk mengeksplorasi dampak faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dan mempertimbangkan jumlah subjek penelitian untuk ditambahkan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil analisis yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi negatif yang signifikan antara konsep diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa aktif UKSW Salatiga. Artinya, semakin tinggi tingkat konsep diri mahasiswa, maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa. Sebaliknya, apabila tingkat konsep diri mahasiswa rendah, maka

perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa akan cenderung tinggi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- [2] Andaryanti, B. C., & Indrawati, E. S. (2018). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Pakaian Pada Siswi Kelas Xi SMAN 1 Pati* (Doctoral dissertation, Undip).
- [3] Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131-140.
- [4] Fitzz, W.H. (1971). *The Self Concept and Behaviour: Overview and Supplement*. Research Monograph. No VII, Library of Congress Catalog Number 72-80269. California.
- [5] Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01), 126900.
- [6] Hartanti, J. (2018). *Konsep diri: Karakteristik berbagai usia*. Surabaya: Universitas PGRI Adi Buana
- [7] Lina & Rasyid, H.F. (1997). *Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putra*. Jurnal Psikologika, Jakarta.
- [8] Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 13(1), 1-7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- [9] Mangkunegara, A.A A.P. (1988). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Eresco.
- [10] Octaviani, C., & Kartasasmita, S. (2017). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif pembelian produk kosmetik pada wanita dewasa awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(2), 126-133. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.948>
- [11] Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 684-697.
- [12] Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2009). *Human development* (11th ed.). New York: McGraw-Hill International.
- [13] Pohan, M., Jufrizen, J., & Annisa, A. (2021, November). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman Sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 402-419.
- [14] Rahmania, N. A. (2021). Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Wanita di Toko Emas Sumenep, Madura. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*. 1(6), 651-660.
- [15] Ramadhanti, A. S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna iPhone (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- [16] Sari, S. N. (2022). *Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi fakultas tarbiyah dan keguruan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau* (Doctoral dissertation,



---

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU).

- [17] Subaryana. (2015). Konsep diri dan prestasi belajar. *Jurnal Dinamika Pendidikan Dasar*, 7(2).
- [18] Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: CV Alfabeta.
- [19] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)* (A. Nuryanto (ed.); 3rd ed.). CV. Alfabeta.
- [20] Tambunan, T. (2001). *Perekonomian Indonesia: Teori dan temuan empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [21] Widiarti, P. W. (2017). Konsep diri (self concept) dan komunikasi interpersonal dalam pendampingan pada siswa SMP se kota Yogyakarta. *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*, 47(1), 135-148.
- [22] Wijayanti, A., & Astiti, D. P. (2017). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 41-49.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN