

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN DI *MARKETPLACE*
PADA MAHASISWA**

SKRIPSI

Imelda Styhpane
20.E1.0209



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG 2025

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN DI *MARKETPLACE*
PADA MAHASISWA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan Diterima untuk
Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Psikologi

Oleh:

Imelda Styhpane
20.E1.0209



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2025

Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Pembelian di *Marketplace* pada Mahasiswa

Imelda Styphane, Kristiana Haryanti

Unika Soegijapranata, Kota Semarang, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam pembelian di *marketplace* pada mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa menjadi perhatian penting di era digital, di mana kemudahan akses dan promosi online seringkali mendorong pembelian impulsif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Sampel terdiri dari 101 mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata yang pernah berbelanja di e-commerce minimal 3 kali, dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berupa g-form. Alat ukur penelitian ini yaitu skala kontrol diri (Self-Control Scale) oleh Tangney, Baumeister, dan Boone (2004) yang dimodifikasi oleh Anggraini (2019) dan skala perilaku konsumtif oleh Engel & Blackwell Miniard (2008) yang dikembangkan oleh Sipayung (2023). Hasil uji korelasi menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif ($r_{xy} = -0.345$, $p < 0.01$), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima. Sebanyak 11.9% variabilitas perilaku konsumtif dijelaskan oleh kontrol diri, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini menegaskan pentingnya kontrol diri dalam menekan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa dan pihak kampus untuk meningkatkan literasi keuangan dan pengelolaan kontrol diri.

Kata kunci: kontrol diri, perilaku konsumtif, *marketplace*, mahasiswa

Abstract

This study aims to examine the relationship between self-control and consumptive behavior in marketplace purchase among university student. The background of this research highlights the increasing trend of online shopping among students, driven by easy access, promotions, and emotional pressure that trigger impulsive buying. A quantitative approach with a correlational method was used. The sample consisted of 101 active psychology student from Soegijapranata Catholic University who had made at least three e-commerce purchases. The instrument used were a self-control scale and a consumptive behavior scale. Data were analyzed using Pearson Product Moment correlation with the help of SPSS. The results showed a significant negative relationship between self-control and consumptive behavior ($r = -0.345$; $p < 0.01$), with non-impulsive action being the

most influential aspect. Self-control contribute 11.9% to consumptive behavior in the digital era

Keywords: *self-control, consumptive behavior, marketplace, university students*

