

Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif (*Compulsive Buying*) pada Mahasiswa UKSW Etnis Minahasa

*Syeren Christi Lanes Sangian*¹, *Fitrah Afriana*², *Afiyah Nurisnaini*³, *Abri*⁴, *Lia Alifiani*⁵, *Rini Sugiarti*⁶, *Fendy Suhariadi*⁷

Email: *syerensangian@gmail.com*¹, *firta.apriana@gmail.com*²,
*afiyahnusriani@gmail.com*³, *abrigiswa@gmail.com*⁴, *lia.alifiani@gmail.com*⁵
*riendoe@usm.ac.id*⁶

Fakultas Psikologi Universitas Semarang

Abstrak

Mahasiswa perantau memiliki banyak kebutuhan yang harus dipenuhi walaupun masih dalam tanggung jawab orang tua masing-masing. Pola gaya hidup yang tercipta pada mahasiswa perantau salah satunya yaitu perilaku konsumtif (*compulsive buying*). Pengembangan gaya hidup pada mahasiswa perantau ini termasuk pada pengembangan identitas diri dan penilaian diri yang merupakan aspek dari konsep diri. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa etnis Minahasa yang berkuliah di UKSW. Partisipan penelitian adalah mahasiswa UKSW Etnis Minahasa berjumlah 30 orang. Pengumpulan data menggunakan skala Konsep Diri yang terdiri dari 11 aitem dan skala Perilaku Konsumtif (*Compulsive Buying*) yang terdiri dari 22 aitem yang keduanya telah memenuhi syarat reliabilitas yang baik. Analisis data menggunakan analisis korelasi *product moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konsep Diri dan Perilaku Konsumtif (*Compulsive Buying*) memiliki hubungan positif yang tidak signifikan dengan hasil $r = 0,019$ dengan nilai sig 0,459 ($p < 0,05$). Melalui penelitian ini diharapkan dapat membantu mengembangkan konsep diri yang positif sehingga dapat meminimalisir munculnya perilaku konsumtif (*compulsive buying*).

Kata Kunci : Konsep Diri; Perilaku Konsumtif (*Compulsive Buying*); Etnis Minahasa

Abstract

A sojourner students have many needs that must being fulfilled even though they are still under the responsibility of their parents. One of the lifestyle patterns created by a sojourner students is compulsive buying. Lifestyle development for the sojourner students includes the development of self-identity and self-assessment which are aspects of self-concept. This research aims to determine the relationship between self-concept and consumer behavior in Minahasa ethnic students studying at UKSW. The research participants were 30 SWCU students from Minahasan ethnicity. Data were collected using a Self Concept scale consisting of 11 items and a Consumer Behavior (Compulsive Buying) scale consisting of 22 items, both of which met the requirements for good reliability. Data analysis uses product moment correlation analysis. The results of this study show that Self-Concept and Consumptive Behavior (Compulsive Buying) have a positive relationship that is not significant with the result $r = 0.019$ with a sig value of 0.459 ($p < 0.05$). Through this research, it is hoped that it can help develop a positive self-concept so that it can minimize the emergence of consumptive behavior (compulsive buying).

Keywords: *Self-concept; Compulsive Buying; Ethnic Minahasa*

PENDAHULUAN

Dewasa ini ada berbagai macam hal yang mampu mempengaruhi kehidupan manusia salah satunya kebutuhan. Salah satu kelompok

manusia yang juga memiliki kebutuhan untuk dipenuhi yaitu mahasiswa. Usia mahasiswa yang berkisar antara 18-22 tahun menurut Mappiare (1982) termasuk dalam proses perkembangan

remaja akhir. Loudon & Bitta (2014) mengatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang dianggap baru. Demi mencapai pola diri yang ideal, banyak dari mereka yang terpengaruh oleh promosi-promosi yang dipaparkan melalui berbagai media masa. Produk-produk yang dihasilkan pun menargetkan Mahasiswa itu sendiri, sehingga di zaman modern ini banyak Mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif yang tidak menutup kemungkinan dapat menjadi pola atau gaya hidup konsumtif.

Keadaan yang sama juga dialami oleh mahasiswa perantau. Para mahasiswa ini juga memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi walaupun masih ada dalam tanggung jawab orang tua masing-masing. Mahasiswa perantau diharapkan untuk lebih selektif dalam mengambil keputusan untuk membeli barang, sehingga dapat *me-management* keuangan dengan baik sehingga terhindar dari perilaku boros, dan dapat mengatur segala kebutuhan tidak hanya berdasarkan keinginan melainkan karena suatu kebutuhan. Kebutuhan dari mahasiswa perantau ini juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar kampus yang tentunya menciptakan suatu pola gaya

hidup yang '*khas*' dikalangan mahasiswa dan tidak sedikit yang mempertahankan pola perilaku konsumtifnya. Para mahasiswa yang merantau ini menggunakan uang saku mereka demi kepentingan membeli barang-barang terbaru, seperti pakaian, tas, sepatu, *accessories*, bahkan ada beberapa dari mereka karena mengikuti suatu *trend* yaitu mencoba berbagai macam kue yang *owner*-nya adalah para *public figure*. Kemudian ada juga yang lebih sering pergi ke café terbaru berdasarkan informasi dari sosial media mereka. Jika dirasa café tersebut merupakan salah satu tempat yang dapat dikatakan *hits*, maka mereka berbondong-bondong pergi ke tempat tersebut hanya untuk sekedar selfie dan kemudian memamerkannya ke sosial media mereka masing-masing.

Gaya hidup yang terbentuk pada lingkungan Mahasiswa cenderung menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri dan dapat menimbulkan gejala konsumtifme. Konsumtifme (Lestari, 2006) adalah suatu pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan. Membeli merupakan kegiatan yang seringkali

dilakukan seseorang secara berlebihan sebagai salah satu cara memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun kesenangan yang diperoleh hanya bersifat semu. Fromm (1995) mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan sesungguhnya. Pendapat lainnya dikemukakan oleh Setiaji (1995) bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Edwards (1993) yang menyatakan bahwa pembelian kompulsif yaitu perilaku yang mempunyai karakteristik menyibukkan diri dengan pembelian atau dorongan untuk membeli yang tidak tertahankan, mengganggu dan tidak terkendali yang diasosiasikan dengan pembelian secara berulang dari barang yang diluar kemampuan atau berbelanja dengan jangka waktu yang lebih lama dari yang direncanakan. Dari beberapa definisi para ahli diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan pola hidup yang melekat pada individu ketika ia mempunyai keinginan atau hasrat berlebih untuk memiliki, membeli,

menggunakan suatu barang atau jasa yang tidak terlalu dibutuhkan dan tidak dengan terencana berdasarkan keinginan individu tersebut.

Edwards (1993) menyatakan bahwa *compulsive buying* yaitu perilaku yang mempunyai karakteristik menyibukkan diri dengan pembelian atau dorongan untuk membeli yang tidak tertahankan, mengganggu dan tidak terkendali yang diasosiasikan dengan pembelian secara berulang dari barang yang diluar kemampuan atau berbelanja dengan jangka waktu yang lebih lama dari yang direncanakan. Perilaku Konsumtif menurut Kotler (1997) dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor budaya, sosial dan psikologis seseorang. Dimana pada faktor psikologis terdapat motivasi, kepribadian dan konsep diri. Faktor budaya terdiri dari peran budaya, sub budaya, dan kelas sosial pembeli. Faktor sosial dipengaruhi oleh kelompok acuan, keluarga peran dan status. Selanjutnya faktor pribadi dipengaruhi juga oleh usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Kemudian yang terakhir faktor psikologis yang dipengaruhi oleh enam faktor utama yaitu motivasi, persepsi, konsep diri, kepribadian,

pengalaman belajar serta sikap keyakinan terhadap agama. Terdapat lima aspek perilaku konsumtif menurut Edward (1995), yaitu kecedenderungan untuk berbelanja, paksaan (*drive to spend*), perasaan gembira (*joy*) tentang belanja, pengeluaran yang disfungsional, dan rasa bersalah pasca pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan pada mahasiswa-i UKSW etnis Minahasa, dengan partisipan berjumlah 7 orang terdapat dugaan bahwa adanya gaya hidup yang konsumtif dari kalangan Mahasiswa etnis Minahasa ini. Kesimpulan yang didapat oleh peneliti saat mewawancarai para mahasiswa-i etnis Minahasa ini sebagian besar pada malam hari mengajak teman-temannya untuk sekedar menongkrong di café, bahkan jika ada café yang baru dibuka mereka bersama-sama pergi ketempat tersebut. Kemudian saat ini banyak mahasiswa etnis Minahasa ini sangat mengikuti penampilan seperti artis korea mulai dari *fashion*, makanan, minuman, *accessories*, dan masih banyak lagi. Ada juga yang rela pergi keluar kota demi mancicipi dan membeli kue yang pemiliknya adalah para *public figure*. Merka bahkan tak tanggung-tanggung menghabiskan uang jajan mereka agar

tetap terlihat eksis dan memiliki banyak teman. Namun ada juga beberapa yang mampu mengontrol dirinya dan mempergunakan uang saku dengan baik.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Darmawan & Wijono (2022) yang melakukan penelitian terkait hubungan antara konsep diri dengan impulsive buying pada produk pakaian mahasiswa dengan hasil adanya hubungan negative yang signifikan antara konsep diri dengan impulsive buying. Penelitian yang lain juga dilakukan oleh Fitriani & Romas (2014) juga mendapat hasil hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif, artinya semakin tinggi konsep diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gumulya & Widiastuti (2013) dengan hasil bahwa ada hubungan yang signifikan positif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif, dengan arti konsep diri yang tinggi maka perilaku konsumtifnya juga tinggi. Berdasarkan fenomena dan adanya kesenjangan antara hasil penelitian dari peneliti-peneliti sebelumnya maka kami akan meneliti lebih lanjut mengenai seperti apa korelasi yang tercipta antara konsep diri dengan perilaku konsumtif

(*compulsive buying*) pada Mahasiswa UKSW etnis Minahasa.

Brotoharsojo (2005) berpendapat bahwa konsep diri merupakan suatu aspek penting pada masa remaja (mahasiswa) karena pada masa ini remaja mulai mengembangkan identitas diri dan penilaian diri. Konsep diri menurut Brigham (dalam Suryanto dkk., 2009) mendefinisikan sebagai asumsi individu mengenai kualitas personal oleh skema diri. Konsep diri menurut Mead (dalam Burns, 1993) menjelaskan pandangan, penilaian, dan perasaan individu mengenai dirinya yang timbul sebagai hasil dari suatu interaksi sosial sebagai konsep diri. Kemudian berlandaskan teori dan pendapat dari para ahli diatas, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa konsep diri merupakan aspek penting yang ada pada diri masing-masing individu yang meliputi cara pandang, penilaian, bahkan perasan individu mengenai gambaran dirinya yang dipengaruhi oleh hasil dari interaksi sosial. Kemudian Hurlock (1992), mengemukakan bahwa konsep diri memiliki dua aspek yaitu Fisik dan Psikologis.

Konsep diri dapat mempengaruhi *compulsive buying* karena konsep diri merupakan salah satu faktor yang ketika

individu mempunyai kecenderungan perilaku konsumtif (*compulsive buying*) menurut Kotler (1997). Faktor Psikologis merupakan salah satu faktor yang menjelaskan bahwa konsep diri merupakan cara bagaimana seseorang dapat melihat dirinya sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkannya. Setiap orang memiliki suatu konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan-pandangan atau persepsi yang berbeda-beda pula terhadap suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa (Kotler, 1997). Individu akan merasa gambaran dirinya akan lebih baik berdasarkan pandangan-pandangan atau persepsi orang disekitarnya maka ia merasa perlu untuk mengkonsumsi barang atau jasa untuk membuat gambaran dirinya terlihat sesuai.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian dengan hasil data yang berbentuk angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2011). Pendekatan ini dipilih karena peneliti mengolah data dalam bentuk angka-angka ke dalam analisis

statistik. Sedangkan untuk jenis penelitian adalah jenis penelitian korelasional, yaitu penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi. Pengukuran korelasional digunakan untuk menentukan besarnya arah hubungan (Sevilla, dkk, 1993). Alasan peneliti menggunakan penelitian korelasi adalah karena penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara dua variabel yaitu antara konsep diri dan perilaku konsumtif (*compulsive buying*). Penelitian ini merupakan studi korelasi dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel.

Sugiyono (2005) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi berarti keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti. Dari populasi ini dapat diambil sampel yang diharapkan mampu mewakili populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh mahasiswa etnis Minahasa UKSW Salatiga. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2003).

Sedangkan menurut Gulo (2010) sampel penelitian adalah sebagian dari populasi, sampel memberikan gambaran yang benar tentang populasi.

Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi etnis Minahasa di UKSW yang memiliki karakteristik sebagai berikut: 1) Harus etnis/suku Minahasa; 2) Remaja laki-laki dan perempuan (usia 17-22 tahun); 3) Belum menikah; 4) Melakukan perilaku *compulsive buying*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik sampling siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono. 2004). Sedangkan untuk penarikan sampel jumlahnya harus representatif agar hasilnya dapat digeneralisasi. Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat ada tidaknya hubungan antara konsep diri dengan *compulsive buying*, peneliti menggunakan analisis korelasi *product moment*. Analisis korelasi *product moment* untuk penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi 16.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif dari variabel konsep diri dan perilaku konsumtif (*compulsive buying*) adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Skor Konsep Diri

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%	Mean	Standar deviasi
1.	$37,4 \leq x \leq 44$	Sangat Tinggi	2	7%		
2.	$30,8 \leq x < 37,4$	Tinggi	14	47%	31	4.03
3.	$24,2 \leq x < 30,8$	Sedang	13	43%		
4.	$17,6 \leq x < 24,2$	Rendah	1	3%		
5.	$11 \leq x < 17,6$	Sangat Rendah	0	0%		

Data di atas menunjukkan tingkat konsep diri dari 30 subjek yang berbeda-beda, mulai dari tingkat sangat rendah hingga sangat tinggi. Pada kategori sangat rendah didapati persentase sebesar 0%, kategori rendah 3%, kategori sedang sebesar 43%, kategori tinggi sebesar 47% dan kategori sangat tinggi sebesar 7%. *Mean* / Rata-rata yang diperoleh adalah 31 dengan standar deviasi sebesar 4,03. Berdasarkan *mean* yang diperoleh, konsep diri yang dimiliki oleh Mahasiswa etnis Minahasa UKSW Salatiga ini berada pada kriteria yang tinggi.

Tabel 2. Kriteria Skor *Compulsive Buying*

No.	Interval	Kategori	Frekuensi	%	Mean	Standar deviasi
1.	$74,8 \leq x < 88$	Sangat Tinggi	0	0%		
2.	$61,6 \leq x < 74,8$	Tinggi	6	20%		
3.	$48,4 \leq x < 61,6$	Sedang	12	40%	52	9,72
4.	$35,2 \leq x < 48,4$	Rendah	11	37%		
5.	$22 \leq x < 35,2$	Sangat Rendah	1	3%		

Data di atas menunjukkan tingkat *compulsive buying* dari 30 subjek yang berbeda-beda, mulai dari tingkat sangat rendah, hingga sangat tinggi. Pada kategori sangat rendah didapati persentase sebesar 3%, kategori rendah sebesar 37%, dan kategori sedang sebesar 40%, kategori tinggi sebesar 20%, dan kategori sangat tinggi sebesar 0%. *Mean* atau rata-rata yang diperoleh adalah 52 dengan standar deviasi sebesar 9,72. Berdasarkan *mean compulsive buying* mahasiswa UKSW etnis Minahasa di Salatiga berada pada kriteria sedang.

Tabel 3. *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

	COMPULSIV KONSEP EBUYING DIRI	
N		30 30
Normal Parameters ^a	Mean	52.00 31.00
	Std. Deviation	9.717 4.026
Most Extreme Differences	Absolute	.088 .100
	Positive	.088 .100
	Negative	-.060 -.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.482 .548
Asymp. Sig. (2-tailed)		.975 .925

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil uji *one-sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai signifikansi pada variable *compulsive buying* sebesar 0.975 dan pada variable konsep diri diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.925 ($P > 0,05$) maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Tabel 4. ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
COMPULSIVEBUYING *	Between Groups	1364.167	15	90.944	.927	.559
	Linearity	1.030	1	1.030	.010	.920
KONSEPDIRI	Deviation from Linearity	1363.137	14	97.367	.992	.508
	Within Groups	1373.833	14	98.131		
Total		2738.000	29			

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hubungan konsep diri dan *compulsive buying* adalah linear, karena dari hasil uji linearitas diperoleh F beda = 0,992 dan nilai signifikansi sebesar 0,506 ($p > 0,05$). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hubungan antara konsep diri dengan *compulsive buying* menunjukkan garis yang sejajar atau linear.

Tabel 5. Correlations Variable

		COMPULSIVE BUYING	Perilaku seksual
COMPULSIVEBUYING *	Pearson Correlation	1	.019
	Sig. (1-tailed)		.459
	N	30	30
KONSEPDIRI	Pearson Correlation	0.19	1
	Sig. (1-tailed)	.459	
	N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan *pearson correlation* didapati nilai r sebesar 0,019 dengan nilai signifikansi 0,459 ($p < 0,05$) maka dapat dikatakan tidak ada hubungan yang signifikan antara konsep diri dan *compulsive buying*. Arah hubungan kedua variable adalah positif.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel X (konsep diri) dan variabel Y (*compulsive buying*) memiliki hubungan positif yang tidak signifikan. Hubungan tersebut dapat terjadi karena mahasiswa etnis Minahasa dengan konsep diri yang tinggi, mempunyai kecenderungan untuk berbelanja secara tidak terkontrol.

Compulsive buying (perilaku konsumtif) merupakan salah satu perilaku yang tidak tertahankan dengan adanya dorongan dari dalam diri untuk terus berbelanja dan berbelanja secara berlebihan, namun setelah itu di dalam

diri individu akan muncul perasaan bersalah setelah berbelanja atau membeli sesuatu. Pada mahasiswa etnis Minahasa, muncul kecenderungan untuk terus berbelanja, tetapi tidak diikuti dengan rasa bersalah pasca pembelian. Ada faktor lain selain konsep diri yang dapat mempengaruhi mahasiswa etnis Minahasa untuk berperilaku konsumtif, yaitu harga diri.

Harga diri yang ada pada mahasiswa etnis Minahasa, memacunya untuk berbelanja secara terus menerus karena lingkungan sekitar yang mendorong untuk tetap *style* dalam segala keadaan serta situasi. Perilaku konsumtif etnis Minahasa ini juga, sudah dapat dikatakan sebagai gaya hidup yang hedonis, karena tidak adanya rasa menyesal dalam diri mereka ketika terus menghabiskan uang, waktu, untuk berbelanja.

Hasil penelitian ini juga mengungkapkan bahwa konsep diri dari mahasiswa etnis Minahasa tergolong tinggi dengan presentase 47%, maka dapat dikatakan para mahasiswa ini memiliki seperangkat sifat yang relative stabil yang mencerminkan perilaku serta evaluasi perilaku individu itu sendiri. Sehingga membuat perilaku konsumtif dari individu menjadi suatu kebiasaan

tersendiri. *Compulsive buying* pada mahasiswa etnis Minahasa di UKSW dapat dikategorikan sedang dengan presentase sebesar 40%.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian yang telah disampaikan, maka terdapat kesimpulan sebagai berikut: Tidak terdapat hubungan antara konsep diri dengan *compulsive buying* pada mahasiswa UKSW etnis Minahasa dengan $r = 0,019$ dengan $\text{sig.} = 0,459$ ($p > 0,05$). Berdasarkan *Mean* skor yang diperoleh, konsep diri yang dimiliki oleh mahasiswa UKSW etnis Minahasa termasuk kedalam kriteria yang tinggi dengan dengan *mean* 31 dengan persentase 47%, sedangkan untuk *compulsive buying mean* yang diperoleh adalah 52 sehingga mahasiswa UKSW etnis Minahasa tergolong ke dalam kriteria yang sedang .dengan persentase 40%.

Saran

Dengan adanya hasil dari penelitian yang sudah dilakukan maka peneliti menyadari ada beberapa keterbatasan dari penelitian ini, maka ada beberapa saran yang akan diberikan antara lain: berdasarkan hasil penelitian perilaku kompulsif buying tergolong sedang,

mungkin dalam mengatur pengeluaran serta mempertimbangkan pembelian barang secara bulanan lebih diperhatikan sehingga dapat mengatur dengan baik uang saku tersebut. Penelitian ini masih terbatas, karena hanya meneliti hubungan konsep diri dengan compulsive buying. Dengan demikian masih ada variabel lain yang turut memberi pengaruh pada compulsive buying misalnya harga diri. Serta terdapat perilaku lain yang ada pada mahasiswa etnis Minahasa ketika membelanjakan uang mereka yaitu kecenderungan gaya hidup yang hedonis.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, M. S. D., & Wijono S. (2022). Konsep diri dengan *impulsive buying* produk pakaian pada mahasiswa. *Jurnal ilmiah bimbingan konseling undiksha*, 13(3), 1-10.
- Edwards, A. E. (1993). Development of new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial counseling and planning*, 4, 67-85.
- Ermawati, E., & Indriyanti, E. P. (2011). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMP N 1 Piyungan. *Jurnal spirits*, 2, 1-12.
- Fitriani, & Romas, Z. M. (2014). Hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMK Kesehatan. *Jurnal Psikologi*, 10, 16-22.
- Indah, KS. (2013). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk Fashion Bermerk*. Universitas Muhammadiyah. Surakarta. Skripsi. Diambil kembali dari :
- Jessica, G., & Mariyana, W. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11, 50-65.
- Kurnia, L. (2012). *Hubungan antara self-esteem dan compulsive buying pada wanita dewasa muda*. Universitas Indonesia. Jakarta. Skripsi. Diambil kembali dari :
- Piers, V. E., & Harris, B. D. (1964). Age and other correlates of self-concept in children. *Journal of educational psychology*, 55, 91-95.
- Piers, V. E., & Herzberg, D. S. (2001). *Piers-Harris Children's Self-concept Scale, Second edition*. Pennsylvania : WPS publisher distributor.
- Rahajeng, MA. (2015). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa* Universitas Muhammadiyah. Universitas Muhammadiyah. Surakarta. Skripsi. Diambil kembali dari :
- Sari, R. K. (2016). Kecenderungan perilaku compulsive buying (pembelian kompulsif) pada remaja akhir di Samarinda. *eJournal Psikologi*, 4, 361-372.
- Suminar, E., & Meiyunantari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*, 4, 145-15