

Pengaruh Gaya Hidup *Brand Minded* dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal

Rika Aulia Sari¹

*Program Studi Psikologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman Samarinda*

ABSTRACT. *This study aims to determine the effect of lifestyle brand minded and controversy on consumptive behavior in early adults in Samarinda. This study used a quantitative approach. The subjects of this study were 40 early adults in Samarinda who were selected using purposive sampling technique. Data collection methods used are the scale of consumptive behavior, lifestyle brand minded and self control. The collected data was analyzed by testing multiple linear regression analysis with the help of Statistical Package for Social Sciences (SPSS) program for Windows. The results showed that: (1) there was a positive effect of lifestyle brand minded on consumptive behavior with beta coefficients = 0.271, and the value of $t_{count} > t_{table}$ (2,192 > 2,024 and p value = 0.035 ($p < 0.05$); (2) there negative influence of self control on consumptive behavior with beta coefficient = -0.575, and $t_{count} > t_{table}$ (-4.654 > 2.024) and $p = 0.000$ ($p < 0.05$); (3) there is influence of lifestyle brand minded and self control towards consumptive behavior with $f_{count} > f_{table}$ (21,259 > 3.25) and $p = 0,000$ ($p < 0.05$). Contributions in lifestyle brand minded and self-control with consumptive behavior in early adulthood were 0.535 (53 percent).*

Keywords: *lifestyle brand minded, self control, and consumptive behavior*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup brand minded dan kontroversi terhadap perilaku konsumtif pada orang dewasa awal di Samarinda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah 40 orang dewasa awal di Samarinda yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala perilaku konsumtif, gaya hidup brand minded dan kontrol diri. Data yang terkumpul dianalisis dengan menguji analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS untuk Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif gaya hidup brand minded terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien beta = 0,271, dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,192 > 2,024 dan nilai $p = 0,035$ ($p < 0,05$); (2) terdapat pengaruh negatif pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien beta = -0.575, dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (-4.654 > 2.024) dan $p = 0.000$ ($p < 0,05$); (3) terdapat pengaruh gaya hidup merek minded dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$ (21,259 > 3,25) dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Kontribusi gaya hidup brand minded dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada awal masa dewasa adalah 0,535 (53 persen).

Kata Kunci: gaya hidup brand minded, kontrol diri, dan perilaku konsumtif

¹ Email: auliarika96@gmail.com

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan (Hariyono, 2015). Perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001).

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan peneliti pada dewasa awal umur 20-30 tahun di Samarinda dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui seberapa besar dewasa awal yang memiliki perilaku konsumtif diperoleh data yang gemar berbelanja melebihi dari kebutuhan dengan persentase 70 persen dan tidak gemar belanja sebanyak 30 persen. Berikut adalah hasil survei mengenai intensitas pembelian barang dalam 1 bulan:

Berdasarkan Intensitas Pembelian Barang menunjukkan bahwa dari 70 responden, intensitas paling sering ialah 2 – 4 kali dalam 1 bulan sebanyak 44 responden, kurang dari 1 kali oleh 9 responden, 5 – 7 kali oleh 14 responden, 8–10 kali oleh 2 responden, dan lebih dari 10 kali oleh 1 responden.

Berdasarkan Presentase Barang yang Sering Dibeli menunjukkan bahwa dari 70 responden, paling sering membeli pakaian seperti baju, jaket dan celana sebesar 39%, kemudian kosmetik sebesar 22%, tas sebesar 21%, aksesoris 11% dan terakhir sepatu 7%.

Kemudian berdasarkan Alasan membeli barang sejenis dengan fungsi yang sama menunjukkan bahwa dari 70 responden, kategori yang paling banyak menjadi alasan ialah koleksi sebanyak 32 responden, untuk kombinasi oleh 14 responden, keinginan oleh 13 responden, kebutuhan 12 oleh responden, dan lainnya oleh 9 responden.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ada beberapa, salah satunya adalah gaya hidup (Mangkunegara, 2002). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Triyaningsih (dalam Patricia, 2014) bahwa kebanyakan orang yang melakukan perilaku konsumtif dikarenakan keinginan mengikuti trend gaya hidup.

Gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang mereka konsumsi, dan bagaimana cara mereka bersikap atau berperilaku ketika di hadapan orang lain. Suyanto (2013) menyatakan bahwa gaya hidup mengandung

pengertian sebagai cara hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan hidup. Salah satunya adalah dengan menggunakan barang-barang yang memiliki merek yang bergensi dan mahal dimana barang-barang bermerek tersebut juga digunakan untuk melihat dan menilai rekan-rekannya Susianto (dalam Hasibuan, 2010). Gaya hidup mengutamakan merek seperti itu disebut sebagai gaya hidup *brand minded*. *Brand minded* adalah pola pikir seseorang terhadap objek-objek komersil yang cenderung berorientasi pada merek eksklusif dan terkenal (McNeal, 2007). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahidah (2013) terdapat pengaruh perilaku konsumtif terhadap gaya hidup mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan peneliti pada dewasa awal umur 20-30 tahun di Samarinda dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui seberapa besar dewasa awal yang memiliki gaya hidup *Brand Minded*.

Berdasarkan hasil wawancara, ARN mengatakan memang sangat suka dengan barang bermerek terkenal dan asli. ARN mengaku bahwa kualitas barang bermerek sangat bagus. Dan dengan membeli barang bermerek juga sebagai penghargaan terhadap diri sendiri setelah lelah bekerja selama 1 bulan penuh. ARN juga mengaku ia sangat percaya diri apabila mengenakan barang bermerek Berbeda dengan ARN, SL yang diwawancarai pada hari yang sama mengatakan bahwa SL senang membeli kosmetik yang asli dan bermerek dari luar negeri. SL tidak terlalu tertarik dengan kosmetik merek lokal. Karena menurutnya kualitas nya sangat jauh dibanding dengan merek terkenal dari luar negeri. Selain itu SL juga mengoleksi warna yang hampir mirip dan memiliki barang dengan berbeda merek.

Selain gaya hidup, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ialah kontrol diri. Menurut Munandar (2006) bahwa kontrol diri yaitu kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa. Anggreini (2014) dalam penelitiannya menyimpulkan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin kuat kontrol diri seseorang maka semakin rendah perilaku konsumtif seseorang tersebut. Sebaliknya semakin lemah kontrol diri

seseorang maka semakin tinggi perilaku konsumtif seseorang.

Hasil wawancara ARN mengatakan ketika melihat barang yang ia sukai seperti sepatu, terlebih ketika diskon ARN sangat sulit untuk menahan diri untuk tidak membelinya dan akan selalu terbayang-bayang sepatu tersebut. ARN seringkali langsung membeli barang yang disukai tanpa pikir panjang. Sehingga uang gaji yang seharusnya disisihkan untuk ditabung menjadi habis.

Sependapat dengan ARN, SL yang diwawancarai pada hari yang sama mengaku selalu sulit untuk tidak langsung membeli barang diinginkan. Menurut SL, produk tersebut jika tidak langsung dibeli akan cepat habis terjual. Biasanya barang yang dibeli berupa lipstik dengan berbagai macam merek dengan warna yang hampir sama. SL mengaku mudah bosan jika hanya memiliki 1 merek.

Penelitian yang telah ada sebelumnya berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariyono (2015). Menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMAN 5 Samarinda. Artinya semakin tinggi gaya hidup dan konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu terletak pada *setting*, dasar teori, subjek penelitian, instrumen, serta analisis data. Penelitian diatas memiliki variabel penghubung gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif, sedangkan penelitian ini memiliki variabel pengaruh gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan dari rangkaian permasalahan yang diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) adalah tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas yang artinya bahwa belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak yang menggunakan produk tersebut.

Perilaku konsumtif sering kali dikaitkan dengan aktivitas mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Sabirin (2005) memberikan definisi perilaku konsumtif sebagai suatu keinginan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Konsumsi secara berlebihan ini menurut Veblen (2003) mengacu pada perilaku konsumen yang membeli barang-barang mahal untuk menunjukkan kekayaan dan status sosial, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya. Sementara itu, Fromm (2008) juga menggambarkan perilaku konsumtif sebagai keinginan membeli yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa tanpa mpedulikan kegunaan, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status, prestige, kekayaan, keistimewaan dan sesuatu yang mencolok.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah diungkap, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang sebenarnya untuk menunjukkan status sosial, prestige, kekayaan dan keistimewaan, juga untuk mendapatkan kepuasan akan kepemilikan.

Gaya Hidup *Brand Minded*

Mowen & Minor (2002) mengatakan bahwa gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana individu membelanjakan uangnya, dan bagaimana individu mengalokasikan waktu. Hal ini sesuai dengan Setiadi (2010) yang mengatakan bahwa gaya hidup secara luas diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang individu anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang individu pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).

Hawkins (2007) menyatakan gaya hidup sebagai bagaimana individu menjalankan proses kehidupan. Gaya hidup merupakan fungsi dari ciri-ciri dalam diri individu yang terbentuk melalui interaksi sosial sewaktu individu bergerak melalui daur hidupnya. Gaya hidup itu bersifat dinamis dan secara konstan mengalami perubahan. Gaya hidup merupakan dasar motivasi yang mempengaruhi sikap dan kebutuhan individu, yang pada akhirnya mempengaruhi pembelian dan aktivitas yang digunakan individu. Hawkins (2007) juga

menambahkan bahwa gaya hidup mencakup produk apa yang individu beli, bagaimana individu menggunakannya, dan apa yang akan individu pikirkan tentang produk tersebut.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup meliputi minat yang dapat diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut memperhatikannya. Selanjutnya aktivitas cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Dan opini pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi.

Kontrol Diri

Chaplin (2011) mendefinisikan kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dalam artian kemampuan seseorang untuk menekan atau merintang impuls-impuls atau tingkah laku impuls. Kontrol diri ini menyangkut seberapa kuat seseorang memegang nilai dan kepercayaan untuk dijadikan acuan ketika bertindak atau mengambil suatu keputusan. Kontrol diri merupakan suatu kapasitas untuk memberikan alternatif kondisi dan respon tertentu.

Menurut Baumiester (2002) kontrol diri merupakan pola respon yang baru dimulai untuk menggantikan sesuatu dengan yang lain, misalnya respon yang berkaitan dengan mengalihkan perhatian dari sesuatu yang diinginkan, mengubah emosi, menahan dorongan tertentu dengan memperbaiki kinerja. Tangney (2004) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilakunya berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai dan aturan dimasyarakat agar mengarah pada perilaku positif.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam memiliki kepekaan dalam membaca berbagai situasi diri dan lingkungan serta kemampuan untuk mengontrol dan mengelola perilaku sesuai dengan situasi yang dihadapi dan dapat menjadi acuan ketika bertindak.

Menurut Ghufroon & Rini (2011) faktor - faktor yang memengaruhi kontrol diri ini terdiri dari dua faktor, yaitu:

a. Faktor internal

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang itu.

b. Faktor eksternal.

Diantaranya adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orangtua

menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang.

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri adalah faktor internal usia dan faktor eksternal lingkungan keluarga.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data serta penampilan dari hasilnya (Arikunto, 2010).

Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deksriptif dan inferensial. Statistik deksriptif disebut juga sebagai statistik deduktif yaitu statistik yang berkenaan dengan metode atau cara mendeskripsikan, menggambarkan, menjabarkan, atau menguraikan data sehingga mudah dipahami dengan membuat tabel, distribusi frekuensi dan diagram atau grafik. Sementara itu, statistik inferensial disebut juga sebagai statistik induktif yaitu statistik yang berkenaan dengan cara penarikan simpulan berdasarkan data yang diperoleh dari sampel untuk menggambarkan karakteristik atau ciri dari suatu populasi (Rohmad & Supriyanto, 2015).

Rancangan penelitian statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran kondisi sebaran data Gaya Hidup *Brand Minded* dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada dewasa awal. Sedangkan statistik inferensial digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Gaya Hidup *Brand Minded* dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Dewasa Awal.

Populasi dalam penelitian ini adalah dewasa awal yang berumur 20 sampai 30 tahun. Sampel penelitian ini adalah bercirikan sebagai berikut:

a. Usia 20-30 tahun

Individu yang berusia 20-30 tahun sudah tergolong dewasa, peran dan tanggung jawabnya tentu semakin bertambah besar (Santrock, 2012). Tidak lagi harus bergantung secara ekonomis, sosiologis maupun psikologis pada orang tuanya (Dariyo, 2003).

b. Memiliki penghasilan sendiri

Pada umumnya, mereka sudah memiliki tanggung jawab untuk mengelola keuangan yang didapatkan dari hasil bekerja. Individu yang bekerja ini cenderung mengalami kesulitan untuk mengatur keuangannya karena mereka terkadang mendahulukan semua keinginan pada

suatu hal yang ingin dimiliki dibandingkan dengan membeli kebutuhan untuk dirinya. Hal ini dapat memengaruhi diri mereka untuk memiliki perilaku yang berlebihan dalam berbelanja.

c. Belum menikah

Individu yang belum menikah cenderung memiliki kebebasan dalam mengatur dirinya sendiri serta menghabiskan penghasilannya tanpa terbebani oleh keluarga (Yehoshua, 2009). Hal tersebut dapat memengaruhi diri mereka untuk memiliki perilaku yang berlebihan dalam berbelanja.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu alat pengukuran atau instrumen. Instrumen penelitian yang digunakan ada tiga yaitu skala gaya hidup *brand minded*, kontrol diri dan perilaku konsumtif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik uji coba atau *try out* kepada dewasa awal berumur 20-30 tahun. Uji tersebut dilakukan untuk memperoleh ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Deskriptif

Deskriptif data digunakan untuk menggambarkan kondisi sebaran data pada dewasa awal di Samarinda. Mean empiris dan mean hipotesis diperoleh dari respon sampel penelitian melalui tiga skala penelitian yaitu skala perilaku konsumtif, gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri.

Melalui tabel Mean Empirik dan Mean Hipotesis diketahui gambaran sebaran data pada subjek penelitian dewasa awal di Samarinda. Berdasarkan hasil pengukuran melalui skala perilaku konsumtif yang telah terisi diperoleh rerata empirik 93.55 lebih tinggi dari rerata hipotetik 92.5 dengan kategori tinggi. Hal ini membuktikan bahwa subjek berada pada kategori tingkat perilaku konsumtif tinggi. Adapun sebaran frekuensi data untuk skala tersebut sebagai berikut:

Berdasarkan Kategorisasi Skor Skala Perilaku Konsumtif, maka dapat dilihat bahwa subjek yang memiliki rentang nilai skala perilaku konsumtif yang berada pada kategori sangat tinggi sebanyak 1 orang (2.5%), tinggi sebanyak 18 orang (45%), sedang sebanyak 12 orang (30%), rendah sebanyak 7 orang (17.5%) dan sangat rendah sebanyak 2 orang (5%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian

besar subjek penelitian ini menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi.

Pada skala gaya hidup *brand minded* yang telah terisi diperoleh rerata empirik 98.98 lebih tinggi dari rerata hipotetik 97.5 dengan kategori tinggi. Hal ini membuktikan bahwa subjek berada pada kategori tingkat gaya hidup *brand minded* yang tinggi. Adapun sebaran frekuensi data untuk skala tersebut sebagai berikut:

Berdasarkan Kategorisasi Skor Skala Gaya Hidup *Brand Minded*, maka dapat dilihat bahwa subjek yang memiliki rentang nilai skala gaya hidup *brand minded* yang berada pada sangat tinggi sebanyak 1 orang (2.5%), tinggi sebanyak 14 orang (35%), sedang sebanyak 17 orang (42.5%), rendah sebanyak 2 orang (5%) dan kategori sangat rendah 6 orang (15%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar subjek penelitian ini menunjukkan gaya hidup *brand minded* sedang.

Pada skala kontrol yang telah diriterisi diperoleh rerata empirik 98.8 lebih rendah dari rerata hipotetik 100 dengan kategori rendah. Hal ini membuktikan bahwa subjek berada pada kategori tingkat kontrol diri yang rendah. Adapun sebaran frekuensi data untuk skala tersebut sebagai berikut:

Berdasarkan Kategorisasi Skor Skala Kontrol Diri, maka dapat dilihat bahwa subjek yang memiliki rentang nilai skala kontrol diri yang berada pada kategori sangat tinggi sebanyak 1 orang (2.5%), tinggi sebanyak 9 orang (22.5%)

sedang sebanyak 11 orang (27.5%), dan rendah sebanyak 19 orang (47.5%) . Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar subjek penelitian ini menunjukkan kontrol diri yang rendah.

Hasil Uji Asumsi

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi. Sebelum dilakukan perhitungan dengan metode analisis regresi, terlebih dahulu perlu dilakukan uji asumsi berupa uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji homoskedastik dan uji autokorelasi sebagai syarat dalam penggunaan analisis regresi.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal. Jika distribusi dari nilai-nilai

residual tersebut tidak dapat dianggap berdistribusi normal, maka dikatakan ada masalah terhadap asumsi normalitas (Santoso, 2015). Adapun kaidah yang digunakan dalam uji normalitas adalah jika $p > 0.05$ maka sebaran datanya normal, sebaliknya jika $p < 0.05$ maka sebaran datanya tidak normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Berdasarkan Hasil Uji Normalitas maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hasil uji asumsi normalitas sebaran terhadap perilaku konsumtif menghasilkan nilai $Z = 0.949$ dan $p = 0.070 > 0.05$. Hasil uji normalitas berdasarkan kaidah menunjukkan bahwa sebaran butir-butir perilaku konsumtif adalah normal.
- 2) Hasil uji asumsi normalitas sebaran terhadap variabel gaya hidup *brand minded* menghasilkan nilai $Z = 0.828$ dan $p = 0.218 > 0.05$. Hasil uji normalitas berdasarkan kaidah menunjukkan bahwa sebaran butir-butir gaya hidup *brand minded* adalah normal.
- 3) Hasil uji asumsi normalitas sebaran terhadap variabel kontrol diri menghasilkan nilai $Z = 0.981$ dan $p = 0.735 > 0.05$. Hasil uji normalitas berdasarkan kaidah menunjukkan bahwa sebaran butir-butir kontrol diri adalah normal.

Berdasarkan tabel 36 maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel yaitu perilaku konsumtif, gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri memiliki sebaran data yang normal.

Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji linieritas dapat juga untuk mengetahui taraf penyimpangan dari linieritas hubungan tersebut. Adapun kaidah yang digunakan dalam uji linieritas hubungan adalah bila nilai *deviant from linierity* yaitu jika $p > 0.05$ maka hubungan dinyatakan linier (Sugiyono, 2014). Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Berdasarkan Hasil Uji Linieritas Hubungan maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hasil uji linieritas hubungan antara perilaku konsumtif terhadap gaya hidup *brand minded* menunjukkan F Hitung (1.063) $<$ F Tabel (2.16) dan p (0.448) $>$ 0.05 berarti data dinyatakan linier.
- 2) Hasil uji linieritas hubungan antara variabel perilaku konsumtif terhadap kontrol diri menunjukkan F Hitung (0.996) $<$ F Tabel (0.527)

dan p (0.527) $>$ 0.05 berarti data dinyatakan linier.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar-variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multikol) (Santoso, 2015). Adapun kaidah yang digunakan dalam uji multikolinieritas adalah bila nilai koefisiensi tolerance variabel kurang dari 1 dan nilai *variance inflantion factor* (VIF) variabel kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Berdasarkan Hasil Uji Multikolinieritas maka dapat disimpulkan bahwa nilai koefisiensi *tolerance* variabel perilaku konsumtif terhadap gaya hidup *brqnd mind* sebesar 0.824 atau kurang dari 1 dan nilai *variance inflantion factor* (VIF) variabel sebesar 1.214 atau kurang dari 10 sehingga pada model regresi yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Nilai koefisiensi *tolerance* variabel perilaku konsumtif terhadap kontrol diri sebesar 0.824 atau kurang dari 1 dan nilai *variance inflantion factor* (VIF) variabel sebesar 1.214 atau kurang dari 10 sehingga pada model regresi yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Homoskedastik

Uji homoskedastik adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji homoskedastis memiliki sebutan lain yaitu uji heteroskedastis dimana heteroskedastis adalah kebalikan dari homoskedastis. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka hal tersebut disebut homoskedastik. Namun jika varians berbeda, disebut sebagai heteroskedastisitas (Santoso, 2015). Adapun kaidah yang digunakan dalam uji homoskedastik adalah bila nilai $p > 0.05$ dan t hitung $<$ t tabel, maka hubungan dinyatakan homoskedastik. Hasil uji homoskedastik dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Berdasarkan Hasil Uji Homoskedastik maka dapat disimpulkan bahwa dari pengujian dengan metode *Glejser* dari variabel gaya hidup *brand minded* terhadap absolut residual (*absres1*) diperoleh nilai koefisien t hitung (0.447) $<$ t tabel (2.024) dan nilai p (0.658) $>$ 0.05 maka data dinyatakan homoskedastik. Kemudian dari variabel

kontrol diri terhadap absolut residual (*absres1*) diperoleh nilai koefisien t hitung $(2.105) < t$ tabel (2.024) dan nilai p $(0.422) > 0.05$ maka data dinyatakan homoskedastik.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya gejala autokorelasi antara variabel-variabel independen yang berasal dari data *time series* (Santoso, 2015). Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan Uji Durbin- Watson. Adapun kaidah dari uji autokorelasi adalah:

$du < d < 4-du$ = tidak terdapat autokorelasi
 $d < dl < \text{atau } d > 4-dl$ = terdapat autokorelasi
 $dl < d < du$ atau $4-du < d < 4-dl$ = tidak ada kesimpulan

Nilai yang terdapat pada tabel Durbin Watson yaitu $\alpha = 5\%$; $n = 40$; $k-2$ adalah $dL = 2.025$ dan $dU = 2.400$. Hasil pengolahan data menunjukkan nilai dU (2.400) lebih rendah dari nilai Durbin Watson atau d (1.600) dan nilai lebih kecil dari nilai $4-dU$ ($4 - 2.400 = 2.025$), sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi linier tersebut tidak terdapat autokorelasi.

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri terhadap kontrol diri. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi.

Berdasarkan hasil pengujian regresi model penuh atas variabel-variabel gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif secara bersama-sama didapatkan hasil yaitu:

Berdasarkan Hasil Uji Analisis Regresi Model Penuh, menunjukkan bahwa F hitung $> F$ tabel dan $P < 0.05$ yang artinya bahwa gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan yaitu dengan nilai $F = 21.259$, $R^2 = 0.535$, dan $p = 0.000$. Hal tersebut bermakna bahwa hipotesis mayor dalam penelitian ini diterima.

Selanjutnya teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi model bertahap. Adapun kaidah yang digunakan dalam analisis regresi model bertahap adalah jika nilai t hitung $> t$ tabel pada taraf signifikansi 0.05 dan nilai $p < 0.05$ maka H_1 diterima, H_0 ditolak. Sebaliknya, jika nilai t hitung $< t$ tabel pada taraf signifikansi 0.05 dan nilai $p > 0.05$ maka H_1 ditolak, H_0 diterima. Sementara itu, untuk melihat regresi yang dihasilkan berpengaruh positif atau negatif adalah melalui koefisien beta (β).

Apabila koefisien beta memiliki tanda minus (-) berarti pengaruh yang dihasilkan adalah negatif, sebaliknya apabila koefisien beta tidak memiliki tanda minus (-), maka arah pengaruh yang dihasilkan adalah positif (Santoso, 2012). Berikut rangkuman hasil analisis regresi berganda model bertahap disajikan dalam tabel di bawah ini:

Berdasarkan Hasil Uji Analisis Regresi Model Bertahap, diketahui bahwa gaya hidup *brand minded* terdapat pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup *brand minded* maka semakin tinggi perilaku konsumtif dan begitu pula sebaliknya. Dibuktikan dengan koefisien beta (β) sebesar 0.271 , serta t hitung $2.192 > t$ tabel 2.024 dan p $0.035 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh gaya hidup *brand minded*.

Kemudian pada kontrol diri terdapat pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda, hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Dibuktikan dengan koefisien beta (β) sebesar -0.575 , serta t hitung $-4.654 < t$ tabel 2.024 dan p $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh kontrol diri.

Berdasarkan Hasil Uji Analisis Regresi Multivariat Model Penuh Aspek-Aspek Variabel Bebas dengan Aspek-Aspek Variabel Terikat dapat diketahui bahwa faktor-faktor dalam variabel X yaitu aktivitas (X_1), minat (X_2), opini (X_3), disiplin diri (X_4), perilaku tidak impulsif (X_5), kebiasaan sehat (X_6), etika kerja (X_7), kehandalan (X_8) memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan pemenuhan keinginan (Y_1), barang diluar jangkauan (Y_2), barang tidak produktif (Y_3) dan status (Y_4). Kemudian dari hasil analisis regresi parsial pada faktor pemenuhan keinginan (Y_1) dapat diketahui sebagai berikut:

Pada Hasil Uji Analisis Regresi Parsial Terhadap Pemenuhan Keinginan dapat diketahui bahwa faktor minat (X_2) dan opini (X_3) memiliki hubungan positif dan signifikan dengan pemenuhan keinginan (Y_1). Sedangkan aktivitas (X_1), disiplin diri (X_4), perilaku tidak impulsif (X_5), kebiasaan sehat (X_6), etika kerja (X_7), kehandalan (X_8) tidak berkorelasi signifikan dengan pemenuhan keinginan (Y_1). Lebih lanjut pada hasil uji analisis regresi model *stepwise* didapatkan hasil sebagai berikut:

Pada Rangkuman Hasil Uji Analisis Regresi Model *Stepwise* dengan Pemenuhan Keinginan (Y_1) dapat diketahui bahwa terdapat 5 faktor yang tidak signifikan dengan pemenuhan keinginan (Y_1) yaitu aktivitas (X_1), disiplin diri (X_4), kebiasaan sehat (X_6), etika kerja (X_7), dan kehandalan (X_8). Adapun faktor yang signifikan dengan pemenuhan keinginan (Y_1) adalah faktor perilaku tidak impulsif (X_5), opini (X_3) dan minat (X_2). Signifikansi dari 3 faktor tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi model akhir sebagai berikut:

Pada Hasil Uji Analisis Regresi Model Akhir (Y_1) didapatkan hasil nilai regresi model akhir (Y_1) dengan 3X yaitu faktor disiplin diri, perilaku tidak impulsif, dan kebiasaan sehat dengan $F = 23.378$, $R^2 = 0.661$ dan $P = 0.000$. Hal ini berarti faktor disiplin diri, perilaku tidak impulsif, dan kebiasaan sehat berpengaruh sangat signifikan dengan faktor pemenuhan keinginan. Lebih lanjut pada pengujian analisis regresi parsial pada faktor pemenuhan keinginan (Y_2) dapat diketahui sebagai berikut:

Pada Hasil Uji Analisis Regresi Parsial Terhadap Barang diluar Jangkauan (Y_2) dapat diketahui bahwa faktor perilaku tidak impulsif (X_5) memiliki hubungan negatif dan signifikan dengan barang diluar jangkauan (Y_2). Sedangkan aktivitas (X_1), minat (X_2), opini (X_3), disiplin diri (X_4), kebiasaan sehat (X_6), etika kerja (X_7), kehandalan (X_8) tidak berkolerasi signifikan dengan barang diluar jangkauan (Y_2). Lebih lanjut pada hasil uji analisis regresi model *stepwise* didapatkan hasil sebagai berikut:

Pada Rangkuman Hasil Uji Analisis Regresi Model *Stepwise* dengan Barang diluar Jangkauan (Y_2) dapat diketahui bahwa terdapat 6 faktor yang tidak signifikan dengan barang diluar jangkauan (Y_2) yaitu aktivitas (X_1), minat (X_2), opini (X_3), disiplin diri (X_4), kebiasaan sehat (X_6), etika kerja (X_7), kehandalan. Adapun faktor yang signifikan dengan barang diluar jangkauan (Y_2) adalah faktor kehandalan (X_8) dan perilaku tidak impulsif (X_5). Signifikansi dari 2 faktor tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi model akhir sebagai berikut:

Pada Hasil Uji Analisis Regresi Model Akhir (Y_2) didapatkan hasil nilai regresi model akhir (Y_2) dengan 2X yaitu faktor perilaku tidak impulsif dan kehandalan dengan $F = 38.276$, $R^2 = 0.674$ dan $P = 0.000$. Hal ini berarti faktor perilaku tidak impulsif dan kehandalan berpengaruh sangat signifikan dengan faktor barang diluar jangkauan. Lebih lanjut pada pengujian analisis regresi parsial pada faktor melakukan (Y_3) dapat diketahui sebagai berikut:

Pada Hasil Uji Analisis Regresi Parsial Terhadap Barang tidak Produktif (Y_3) dapat diketahui bahwa faktor perilaku tidak impulsif (X_5) memiliki hubungan negatif dan signifikan dengan barang tidak produktif (Y_3) dan kebiasaan sehat (X_6) memiliki hubungan positif dan signifikan dengan barang tidak produktif (Y_3). Sedangkan faktor aktivitas (X_1), minat (X_2), opini (X_3), disiplin diri (X_4), etika kerja (X_7), kehandalan (X_8) tidak berkolerasi signifikan dengan barang tidak produktif (Y_3). Lebih lanjut pada hasil uji analisis regresi model *stepwise* didapatkan hasil sebagai berikut:

Pada Rangkuman Hasil Uji Analisis Regresi Model *Stepwise* dengan Barang tidak Produktif (Y_3) dapat diketahui bahwa terdapat 7 faktor yang tidak signifikan dengan barang tidak produktif (Y_3) yaitu aktivitas (X_1), minat (X_2), opini (X_3), disiplin diri (X_4), kebiasaan sehat (X_6), etika kerja (X_7), kehandalan (X_8) Adapun faktor yang signifikan dengan barang tidak produktif (Y_3) adalah faktor perilaku tidak impulsif (X_5). Signifikansi dari faktor tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi model akhir sebagai berikut:

Pada Hasil Uji Analisis Regresi Model Akhir (Y_3) didapatkan hasil nilai regresi model akhir (Y_3) dengan X_5 yaitu faktor perilaku tidak impulsif dengan $F = 48.470$, $R^2 = 0.561$ dan $P = 0.000$. Hal ini berarti perilaku tidak impulsive berpengaruh sangat signifikan dengan faktor barang tidak produktif. Lebih lanjut pada pengujian analisis regresi parsial pada faktor status (Y_4) dapat diketahui sebagai berikut:

Pada tabel Hasil Uji Analisis Regresi Parsial Terhadap Status (Y_4) dapat diketahui bahwa faktor perilaku tidak impulsif (X_5) memiliki hubungan negatif dan signifikan dengan status (Y_4). Sedangkan faktor aktivitas (X_1), minat (X_2), opini (X_3), disiplin diri (X_4), kebiasaan sehat (X_6), etika kerja (X_7), dan kehandalan (X_8) tidak berkolerasi signifikan dengan status (Y_4). Lebih lanjut pada hasil uji analisis regresi model *stepwise* didapatkan hasil sebagai berikut:

Pada table Rangkuman Hasil Uji Analisis Regresi Model *Stepwise* dengan Status (Y_4) dapat diketahui bahwa terdapat 6 faktor yang tidak signifikan dengan status (Y_4) yaitu aktivitas (X_1), minat (X_2), opini (X_3), disiplin diri (X_4), kebiasaan sehat (X_6), dan kehandalan (X_8). Adapun faktor yang signifikan dengan status (Y_4) adalah faktor perilaku tidak impulsif (X_5) dan etika kerja (X_7). Signifikansi dari faktor tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi model akhir sebagai berikut:

Pada Hasil Uji Analisis Regresi Model Akhir (Y_4) didapatkan hasil nilai regresi model akhir (Y_4) dengan 2X yaitu faktor perilaku tidak impulsif dan etika kerja dengan $F = 19.708$, $R^2 = 0.516$ dan $P = 0.000$. Hal ini berarti perilaku tidak impulsif berpengaruh sangat signifikan dengan faktor status.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara gaya hidup *brand minded* dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda.
2. Terdapat pengaruh positif gaya hidup *brand minded* terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda. Artinya semakin tinggi gaya hidup *brand minded* maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda, dan sebaliknya semakin rendah gaya hidup *brand minded* maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda.
3. Terdapat pengaruh negatif kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda. Artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda, dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada dewasa awal di Samarinda.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Dewasa Awal di Samarinda
 - a. Disarankan agar setiap individu untuk melakukan sesuatu dengan mempertimbangkan dengan cermat setiap keputusan serta dapat mengontrol keuangan dengan mengatur pengeluaran setiap bulan, contohnya seperti membuat daftar belanja.
 - b. Disarankan agar dapat melakukan pertimbangan yang rasional. Berbelanja menggunakan pendapatan diri sendiri agar tidak terjadi utang piutang di masa yang akan datang.
 - c. Disarankan agar tetap menggunakan barang yang lama tetapi masih bagus dan bisa digunakan. Agar setiap barang yang dibeli memiliki daya guna dan tidak terjadi

pemborosan.

2. Peneliti Selanjutnya
 - a. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, diharapkan dapat mengkaji variabel terikat dengan lebih spesifik seperti perilaku konsumtif pada produk *fashion* yang meliputi tas, sepatu atau jam tangan.
 - b. Diharapkan dapat mengkaji variabel yang berhubungan dengan variabel perilaku konsumtif seperti harga diri.
 - c. Kemudian apabila tertarik untuk melakukan jenis penelitian yang sama diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian kualitatif atau perbandingan untuk hasil penelitian yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R., dan Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 34-42
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Baumeister, R. F., (2002). Yielding to temptation: self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior, *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670-676
- Chaplin, J. S. (2002). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dariyo, A. (2003). *Psikologi perkembangan dewasa muda*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Fromm, E. (2008). *The sane society*. British Library Cataloguing in Publication Data.
- Ghufron, M. N., dan Rini. R. (2011). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Hariyono, P. (2015). Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *eJournal Psikologi*. 3(2), 569-578.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). *Consumer behavior: building marketing strategy*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Mangkunegara, P. A, (2002) Perilaku konsumen. Bandung: Refika.
- Mowen, J. C., dan Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen edisi kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Munandar, A. S. (2006). Psikologi industri dan organisasi. Jakarta: UI-Press.

- Patricia, L. N & Handayani, S. (2014) Pengaruh hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan X. *Jurnal Psikologi*. 12(1), 10-17
- Sabirin, E. (2005). *Kenapa Kita Doyan Belanja*. Diakses dari <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0508/26/muda/2000305.htm>.
- Santock, W. J. (2008). *Live-span development*. perkembangan masa hidup. Jakarta: Erlangga.
- Servian. (1998). *Konsumerisme: perlu atau malu*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Setiadi, J., Nugroho. (2010). *Perilaku konsumen*. edisi revisi. Jakarta: Penerbit Prenada Media Grup.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi ekonomi: kapitalisme dan konsumsi di era masyarakat post-modernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, F. L. (2004). High Self Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal Of Personality*, 72 (2), 271-324.
- Tambunan R. (2001). *Perilaku konsumtif remaja*. Dalam <http://www.e.psikologi.com>.
- Veblen, T. (2003). *The theory of the leisure class*. A Penn State Electronic Classics Series Publication.
- Yehoshua, R. (2009). Kecenderungan perilaku membeli kompulsif pada wanita dewasa muda yang bekerja dan belum menikah. *Skripsi*. Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma.