

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN *MERCHANDISE* PADA REMAJA PENGGEMAR *K-POP*

Melvyna Carissa¹

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Dr. Andik Matulesy, M.Si²

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Nindia Pratitis, M.Psi., Psikolog³

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

E-mail : melvynacarissa@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is a relationship between self-control and consumptive behavior in purchasing merchandise on teenage k-pop fans in Surabaya. The subjects in this study amounted to 140 subjects who were determined using purposive sampling technique by filling out statements in the form of a scale. Based on the results of hypothesis testing, the number is -0.625 with a significance level of 0.000. Therefore, it can be stated that there is a significant negative relationship between self-control and consumptive behavior in purchasing merchandise on teenage k-pop fans in Surabaya. This means that the lower the self-control, the higher the consumptive behavior. Conversely, the higher the self-control, the lower the consumptive behavior. Thus the hypothesis in this study is accepted.

Keywords : *Consumptive Behavior, Self-Control, K-Pop Fans*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja penggemar *k-pop* di Surabaya. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 140 subjek yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mengisi pernyataan dalam bentuk skala. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh angka -0,625 dengan taraf signifikansi 0,000. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan negative yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja penggemar *k-pop* di Surabaya. Artinya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri, Penggemar K-Pop

PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini, semakin banyaknya teknologi yang bertumbuh pesat guna mendapatkan berbagai informasi dengan berbagai cara pula, mulai dari informasi audio sampai informasi visual. Dengan mudahnya mengakses serta masuknya budaya luar negeri ke dalam negeri yang semakin canggih merupakan dampak dari globalisasi yang mempengaruhi manusia dalam aneka macam lini kehidupan. Salah satu budaya yang relatif dikenal oleh masyarakat luas adalah budaya dari Korea Selatan yang biasa dikenal sebagai *Hallyu* atau *Korean Wave* (Technology & Gaoxiang, 2020). Fenomena *Hallyu* ini mengacu pada popularitas budaya Korea di luar negeri yang menawarkan hiburan, budaya Korea terbaru yang mencakup film dan drama, musik pop, animasi, game, dan lain sebagainya. Indonesia pun ikut berpengaruh dalam penyebaran musik pop Korea ini dikarenakan Indonesia adalah salah satu negara berkembang dan dengan mudahnya dipengaruhi oleh negara yang sudah maju.

Berkembangnya *Hallyu* di sebagian negara termasuk Indonesia ini belum bisa dipisahkan dari perkembangan musiknya yaitu *Korean Pop* atau biasa disebut dengan *K-Pop*. *K-Pop* sendiri ialah tipe musik terkenal yang berasal dari Korea Selatan. Budaya terkenal yang bersumber dari Korea ini tidak cuma terdiri dari musik saja, melainkan pula mengaitkan unsur-unsur tarian yang dicoba oleh penyanyi Korea yang menjadi sebuah *selling point*. Peristiwa yang sedang digandrungi ini menyerang di Indonesia ini dan banyak berpengaruh di kehidupan masyarakat khususnya para remaja.

Penyebaran musik *K-Pop* telah berpengaruh secara positif juga negatif pada penggemarnya yang sebagian besar adalah para remaja. Adapun imbas positif dari musik *K-Pop* ini yaitu menambah wawasan tentang budaya Korea, mempelajari bahasa Korea atau tulisan hangul (huruf Korea), kemudian bisa menjadikan idola mereka sebagai inspirasi dan motivasi dalam hal yang positif. Sedangkan untuk imbas negatifnya dari musik *K-pop* ini yaitu hilangnya nilai kebudayaan di Indonesia, boros dalam hal suka membeli pernak-pernik atau *merchandise K-Pop* yang tidak dibutuhkan seperti photobook, photocard, lightstick, dan lain sebagainya, kemudian pengaruh negatif lainnya yaitu dapat tidak ingat waktu seperti selalu menghabiskan waktu diluar rumah dengan nongkrong di kafe-kafe yang menjual makanan atau minuman khas Korea (Zahyung, 2017).

Fromm (2008) mengatakan bahwa perilaku konsumtif sebagai keinginan yang terus meningkat agar memperoleh kepuasan dalam hal mempunyai suatu benda dan jasa tanpa mengetahui kegunaan, hanya bersumber pada keinginan untuk membeli yang baru, lebih banyak serta lebih bagus dengan tujuan untuk menampilkan status. Para remaja khususnya remaja akhir mempunyai kecenderungan keinginan berbelanja dan menghabiskan uangnya. Apalagi remaja tersebut adalah seorang penggemar *K-Pop*. Para penggemar *K-Pop* ini akan berlomba-lomba untuk mengoleksi apapun yang berkaitan dengan idola favorit mereka sehingga seiring berjalannya waktu akan muncul perilaku konsumtif pada para remaja penggemar *K-Pop* (Faizah & Uyun, 2022). Perilaku konsumtif remaja pada *K-pop* dapat ditunjukkan dengan membeli tiket konser artis *K-pop* yang biayanya mahal. Walaupun harganya mahal, tiket konser pasti habis terjual. Tidak hanya itu para remaja yang masih pelajar ini pula membeli banyak benda yang berbau idolanya. Mereka bahkan rela memesan serta membeli langsung dari Korea Selatan. Hal ini menggambarkan bahwa *K-Pop* membuat remaja di Indonesia khususnya pelajar jadi berperilaku konsumtif (Wulandari et al., 2018).

Ada dua aspek penentu munculnya suatu perilaku konsumtif, yaitu internal serta eksternal. Kontrol diri menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal tersebut juga karena kontrol diri merupakan bagian tidak terpisahkan dengan watak kepribadian yang juga membawa pengaruh terhadap sikap orang dalam pembelian serta pemakaian benda beserta jasa (Munandar dalam Tripambudi & Indrawati, 2018). Individu dengan kontrol diri tinggi sangat mencermati cara-cara yang cocok agar berperilaku dalam suasana atau situasi yang bermacam-macam. Individu akan cenderung merubah perilakunya sesuai dengan permintaan situasi sosial yang setelah itu bisa mengatur kesan yang dibuat. (Handayani, 2020) mengatakan jika perilakunya akan lebih responsive terhadap petunjuk situasional, lebih fleksibel, berupaya buat memperlancar interaksi sosial, bersikap hangat serta terbuka.

Menurut Fromm (2008) perilaku konsumtif memiliki empat aspek, yaitu :

- a. Pemenuhan keinginan
Pembelian produk yang berkaitan dengan *K-pop* akan dilakukan secara terus menerus dan berlebihan untuk memuaskan keinginan pribadi. Rasa puas yang tidak pernah habis dan semakin meningkat terhadap *K-pop* tersebut membuat individu selalu ingin lebih untuk memenuhi rasa puasnya walaupun tidak membutuhkannya.
- b. Barang diluar jangkauan
Individu akan terus mencari kepuasan dengan terus membeli barang-barang terbaru dari produk yang berkaitan dengan *K-pop*. Barang-barang yang diinginkan tersebut seringkali merupakan barang-barang yang diluar jangkauan.
- c. Barang tidak produktif
Pembelian dan penggunaan produk yang berkaitan dengan *K-pop* yang berlebihan ini membuat penggunaannya menjadi tidak jelas serta barang menjadi tidak produktif dan tidak penting.
- d. Status
Pembelian dilakukan atas dasar keinginan untuk memperoleh status tertentu. Individu yang memiliki produk yang berkaitan dengan *K-pop* ini hanya untuk memenuhi kepuasan angan-angan dan mencapai sesuatu (status) melalui produk yang bukan bagian dari kebutuhan dirinya sendiri.

Selama masa remaja, ada sistem pengendalian internal yang disebut kontrol diri yang dapat membatasi, mengurangi, atau bahkan mencegah munculnya perilaku konsumtif. Menurut Heni (2013) tiap orang memiliki sesuatu mekanisme yang bisa menolong mengendalikan perilaku, khususnya remaja. Mereka harus sanggup menyikapi budaya konsumtif yang terus tumbuh. Hal ini berarti bahwa mereka dituntut harus sanggup mengontrol agar hawa nafsu serta perilakunya tersebut bisa diatasi, sehingga perilaku konsumtif dikalangan remaja saat ini bisa diminimalisir.

Remaja yang mempunyai kontrol diri rendah cenderung membuat keputusan membeli beberapa barang yang hanya bersumber dari merek dan menarik perhatian tanpa memperhatikan terlebih dahulu manfaat atau kebutuhannya sebagai seorang remaja, sedangkan remaja yang memiliki kontrol diri tinggi tidak akan membeli barang-barang tersebut namun membeli sesuai dengan kebutuhannya sebagai remaja. (Averill, 1983) memandang kontrol diri dalam kerangka keahlian tiap orang buat melaksanakan modifikasi sikap, memilih aksi atas dasar keyakinan, dan mengelola informasi serta data yang bersumber pada kemauan. Sedangkan, Chaplin (2006) memandang kontrol diri sebagai keahlian seseorang dalam hal kendali tingkah laku, dan penolakan atas bermacam impuls yang bermunculan di dalam diri orang tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri dibagi menjadi dua yaitu; pertama faktor internal meliputi usia dan kognitif, kedua faktor eksternal meliputi lingkungan serta keluarga (Ghufron & Risnawati, 2010).

Adapun aspek-aspek kontrol diri menurut Averill (1973) terdapat tiga aspek, yaitu :

- a. Kemampuan mengontrol perilaku
Kesiapan respon secara langsung akan mempengaruhi keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini terbagi menjadi dua komponen, yaitu :
 - 1) Mengatur pelaksanaan, yakni kemampuan individu dalam membuat perencanaan, membuat pertimbangan dan membuat peraturan dirinya sendiri.
 - 2) Memodifikasi stimulus, yakni keahlian seseorang untuk membuat opsi atau pilihan, menanggung resiko dan memikirkan sebab akibat dari perbuatannya.
- b. Kemampuan mengontrol kognitif
Kemampuan individu dalam mengatur informasi yang tidak diinginkan ketika menghadapi suatu masalah untuk mengurangi tekanan. Kemampuan ini memiliki dua komponen, yaitu :
 - 1) Kemampuan memperoleh informasi, yakni kemampuan individu dalam mencari media dan mengolah sumber informasi untuk dirinya.
 - 2) Kemampuan melakukan penilaian, yakni menilai suatu peristiwa dan menarik pengalaman dari peristiwa.

c. Kemampuan mengambil keputusan

Kemampuan individu dalam memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan hal yang diyakini atau disetujui.

Secara umum, *merchandise* adalah pernak-pernik yang sering dijumpai dan dipakai oleh banyak orang diberbagai kesempatan. Misalnya, kaos polos yang sudah terdapat gambar atau logo tertentu, selain pada kaos gambar atau logo tertentu juga biasanya terdapat pada jam dinding, buku, tas, dan lain sebagainya. Biasanya *merchandise* yang unik dan keren akan menarik perhatian seseorang.

Selain merilis musik, agensi-agensi yang menaungi idol *K-pop* juga merilis berbagai *merchandise* resmi. Selain itu, *merchandise* juga bisa didapatkan dari para fans yang membuat *merchandise* sendiri untuk menunjukkan rasa cintanya kepada sang idola. Dilansir dari idntimes.com, berikut macam-macam *merchandise K-pop* yang wajib dimiliki oleh para *K-poppers*, diantaranya :

a. Album

Meskipun album bisa di *download* secara *online*, para *K-poppers* ini lebih memilih untuk memiliki album secara fisik. Album fisik yang selalu dilengkapi dengan *photobook*, *photocard*, dan bonus-bonus lainnya ini menjadi sasaran utama *K-poppers* untuk membelinya meskipun harga dari album lebih mahal. Ada tujuh jenis album K-pop, yaitu *full album*, *repackaged album*, *mini album*, *single album*, *double album*, *live album*, dan *limited/special album*.

b. *Lightstick*

Selain album, *lightstick* juga termasuk salah satu barang wajib yang harus dimiliki oleh para fans K-pop. Benda yang dapat mengeluarkan cahaya ini memiliki banyak bentuk dan beragam warna. Tiap fandom memiliki ciri khasnya masing-masing. Biasanya, *lightstick* ini digunakan pada saat berada di sebuah konser yang menampilkan para idol-idol kesayangan mereka. Harga dari benda ini juga tidak murah.

c. *Fanclub Membership*

Sangat lumrah bagi para fans k-pop jika menjadi *membership* resmi dari para kelompok penggemar. Karena dengan mendaftar menjadi anggota resmi mereka akan memiliki kemudahan untuk menonton konser idol favorit mereka. Biasanya, bagi para anggota yang beruntung tidak jarang dari mereka yang bisa mendapatkan tiket nonton konser secara gratis.

d. *Summer Package* dan *Season Greetings*

Summer Package dan *Season Greetings* ini sendiri berisi *DVD*, album foto, dan *photocard*. Biasanya juga dilengkapai *merchandise-merchandise* yang lain. Jika *Summer Package* dijual saat liburan musim panas, *Season Greetings* baru ada ketika awal tahun baru. Harga dari *merchandise* ini juga lebih mahal dari album maupun *lightstick*, dikarenakan isi *merchandise* bisa lebih banyak dan ada berbagai macam.

Individu dalam melaksanakan suatu tindakan hendaknya telah mempunyai rencana terlebih dulu, sehingga mampu mengatur dirinya. Remaja yang sanggup mengendalikan sikap diharapkan akan sanggup mengatur perilakunya dalam segala hal, melalui aktivitas ataupun kegiatan tertentu agar tidak megarah pada perilaku yang sia-sia dan hanya membuang-buang waktu, dalam hal ini kecenderungan berperilaku konsumtif. Berdasarkan beberapa uraian di atas, peneliti ingin mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja penggemar *k-pop* karena kontrol diri sangat dibutuhkan para remaja untuk mengurangi perilaku konsumtif dalam pembelian *merchandise* k-pop.

Berikut tabel hasil penelitian terkait variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif. Adapun perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek penelitian yang digunakan. Selain itu, subjek yang dipilih oleh peneliti adalah remaja akhir penggemar k-pop, walaupun ada beberapa penelitian yang sudah dilakukan pada remaja akhir penggemar k-pop namun disini peneliti lebih menspesifikasikan pada remaja akhir penggemar k-pop yang berdomisili di Surabaya.

Tabel 1.
Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama Jurnal	Penulis	Tahun	Hasil	Perbedaan
1.	Hubungan antara <i>Self-Control</i> dengan Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i> Produk <i>Fashion</i> pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Ram Ratulangi Angkatan 2011	Regina C. M. Chita, Lydia David, Cicilia Pali	2015	Terdapat hubungan antara <i>self-control</i> dengan perilaku konsumtif <i>online shopping</i> produk <i>fashion</i> pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011	Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada subjek penelitian yang digunakan. Pada penelitian sebelumnya menggunakan subjek yang melakukan pembelian pada produk <i>fashion</i> , sedangkan pada penelitian ini menggunakan subjek yang melakukan pembelian pada <i>merchandise</i> k-pop.
2.	Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar K-Pop di SMA Negeri 4 Surakarta	Sindi Arti Wulandari, Atik Catur Budiati, Nurhadi	2018	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif yang timbul pada peserta didik yaitu membeli album k-pop dengan jumlah yang banyak, mengoleksi barang-barang k-pop dan menghabiskan uang untuk makan di restaurant korea.	Pada penelitian ini perbedaan juga terdapat pada metode, tempat, dan subjek penelitian yang digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Untuk subjek dan tempat penelitian mereka memilih peserta didik SMA Negeri 4 Surakarta.
3.	Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada	Nurul Hasanah	2019	Hasil dari penelitian menunjukkan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian

	Produk yang Berkaitan dengan K-Pop di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (Perspektif MAQASID SYARI'AH)			bahwa sebagian besar mahasiswi yang menyukai atau hanya sekedar mengetahui k-pop akan membeli mengoleksi, atau mengonsumsi produk yang berkaitan dengan k-pop sesuai dengan kebutuhan mereka baik untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau sebagai kesenangan diri sendiri.	sebelumnya terletak pada metode penelitian yang digunakan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional.
4.	Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul	Ririn Anggreini, Sulis Mariyanti	2014	Terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul.	Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya subjek yang dipilih adalah mahasiswi universitas esa unggul, sedangkan peneliti disini memilih remaja akhir yang berdomisili di Surabaya.
5.	Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir Penggemar <i>K-Pop</i> di DKI Jakarta	Nihayatul Faizah	2020	Hipotesis penelitian menyat akan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada tempat penelitian yang digunakan. Tempat penelitian sebelumnya dilakukan di DKI Jakarta, sedangkan dalam penelitian ini dilakukan di Surabaya.

Adapun dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja penggemar *k-pop* di Surabaya. Penelitian ini diharapkan meningkatkan kesadaran khususnya untuk para penggemar *k-pop* bahwa penting sekali untuk mengontrol diri dalam berperilaku konsumtif. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja penggemar *K-pop*. Artinya semakin rendah kontrol diri maka perilaku konsumtif tinggi. Sebaliknya, semakin tinggi kontrol diri, maka perilaku konsumtif rendah.

METODE

Variabel dalam penelitian ini adalah Kontrol Diri (X) dan Perilaku Konsumtif (Y). Kontrol diri adalah kemampuan remaja untuk mengendalikan perilaku, emosi dan pikiran untuk membentuk diri ke arah yang positif dan terhindar dari situasi yang negatif. Sedangkan perilaku konsumtif adalah tindakan remaja dalam membeli atau menggunakan produk *K-Pop* tanpa adanya batas dan tanpa pertimbangan yang rasional secara berlebihan yang didasarkan pada keinginan untuk memenuhi kesenangan, kepuasan dan bukan berdasarkan kebutuhan. Desain penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang menunjukkan hubungan variabel yang akan diteliti.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah remaja akhir penggemar *k-pop* yang berdomisili di Surabaya. Pada penelitian ini, sampel yang diambil dari populasi menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 140 orang, dengan kriteria laki-laki atau perempuan berusia 18-21 tahun, penggemar *k-pop*, pernah membeli satu atau lebih *merchandise k-pop*, dan berdomisili di Surabaya.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert. Skala likert yang digunakan berisi empat pilihan jawaban dengan skor tertentu, untuk aitem *favourable* berisi skor (Sangat Setuju, 4), (Setuju, 3), (Tidak Setuju, 2), (Sangat Tidak Setuju, 1), sedangkan untuk aitem *unfavourable* (Sangat Setuju, 1), (Setuju, 2), (Tidak Setuju, 3), (Sangat Tidak Setuju, 4). Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala perilaku konsumtif dan skala kontrol diri. Pada skala perilaku konsumtif berisi 28 aitem pernyataan dengan menggunakan aspek dan indikator menurut Fromm (2008). Untuk skala kontrol diri berisi 22 aitem dengan menggunakan aspek dan indikator menurut Averill (1973). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis *product momen pearson* yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Analisis data ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program *SPSS Version 25.0 for Windows*.

HASIL

Pada penelitian ini skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif akan dilakukan uji coba (*try out*) terlebih dahulu sebelum digunakan untuk penelitian yang sebenarnya. Uji coba tersebut dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas suatu alat ukur. Uji coba alat ukur (*try out*) dilakukan dengan cara memberikan skala kepada subjek. Dalam hal ini jumlah subjek yang digunakan untuk *try out* adalah sebanyak 31 orang. Untuk menentukan kesahihan suatu aitem menggunakan ketentuan jika aitem dikatakan tidak valid yang memiliki nilai r hitung $< r$ tabel dan *corrected item total correlation* $< 0,3$. Sedangkan aitem yang dikatakan valid memiliki nilai r hitung $> r$ tabel dan *corrected item total correlation* $> 0,3$ (Azwar, 2012). Reliabilitas ialah konsistensi, kejelasan, dan dasar alat ukur yang dapat diketahui melalui uji reliabilitas. Ketika koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$ diartikan reliabel (Azwar, 2012).

Berdasarkan hasil *uji corrected item total correlation* skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 35 aitem tersebar dalam 5 indikator terdapat 28 aitem yang valid dengan koefisien korelasi berkisar dari 0,352 sampai 0,808 dengan 7 aitem yang dinyatakan gugur sehingga aitem perilaku konsumtif dinyatakan valid sebagai alat ukur penelitian. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan pada 28 skala perilaku konsumtif yang diberikan kepada 31 responden dengan perhitungan koefisien *Cronbach's Alpha* yang dilakukan sebanyak dua kali putaran diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,948 yang menunjukkan bahwa skala perilaku konsumtif ini reliabel.

Pada skala kontrol yang terdiri dari 28 aitem tersebar dalam empat indikator terdapat 22 aitem yang valid dengan koefisien korelasi berkisar dari 0,356 sampai 0,665 dengan 6 aitem yang dinyatakan gugur sehingga aitem kontrol diri dinyatakan valid sebagai alat ukur penelitian. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan pada 22 skala kontrol diri yang diberikan kepada 31 responden dengan perhitungan koefisien *Cronbach's Alpha* yang dilakukan sebanyak satu kali putaran diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,908 yang menunjukkan bahwa skala kontrol diri ini reliabel.

Uji prasyarat dalam penelitian ini ada dua, yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas bertujuan untuk melihat nilai dalam data telah terdistribusi normal atau tidak (Arifin, 2017). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan taraf nilai signifikansi $>0,05$ maka sebaran data tersebut normal. Sedangkan jika nilai signifikansi $<0,05$, maka sebaran data disebut tidak normal.

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov
Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif	0,060

Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap kedua variabel diperoleh taraf nilai signifikansi sebesar 0,06 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga sebaran data berdistribusi normal.

Uji linearitas merupakan uji prasyarat guna mengetahui apakah data yang diambil berpola linear atau tidak. Uji ini berkaitan dengan penggunaan regresi linear dimana hasil data yang diambil harus menunjukkan pola yang berbentuk linear. Dalam hal ini peneliti menggunakan *SPSS 25.0 Statistics for Windows* dengan taraf signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan terdapat hubungan yang linear antara variabel X dengan variabel Y, begitu sebaliknya.

Tabel 3.
Hasil Uji Linearitas

Variabel	p	Keterangan
Kontrol Diri – Perilaku Konsumtif	0,956	Linear

Hasil uji linearitas yang sudah dilakukan peneliti menunjukkan angka $0,956 > 0,05$ dimana hal ini menunjukkan bahwa variabel kontrol diri dan variabel perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linear.

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *product momen pearson* dengan menggunakan *SPSS Version 25.0 for windows*. Uji analisis *product moment pearson* dipilih karena uji prasyarat yang dilakukan diperoleh hasil data yang berdistribusi normal dan data kontrol diri dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linear.

Tabel 4.
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	r_{xy}	p	Keterangan
Kontrol Diri – Perilaku Konsumtif	-0,625	0,000	Signifikan

Dari hasil analisis menggunakan *product moment pearson* ini koefisien yang dihasilkan menunjukkan angka $-0,625$ dengan taraf signifikansi $0,000$. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja penggemar *k-pop* di Surabaya.

PEMBAHASAN

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja penggemar *k-pop*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja penggemar *k-pop* di Surabaya. Dimana semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja penggemar *k-pop* di Surabaya.

Pada penelitian ini menggunakan sampel sejumlah 140 remaja akhir yang berusia 18-21 tahun yang merupakan penggemar *k-pop* dan pernah membeli satu atau lebih *merchandise k-pop* serta berdomisili di Surabaya, memperoleh data yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada remaja adalah rendah karena kontrol diri yang dimiliki cukup tinggi. Hal ini membuktikan bahwa kontrol diri yang dimiliki oleh para remaja sangat mempengaruhi perilaku konsumtifnya dalam pembelian *merchandise k-pop* ini, sehingga remaja yang memiliki kontrol diri tinggi akan membelanjakan uangnya dengan hal-hal yang lebih penting dan lebih dibutuhkan. Sedangkan remaja dengan kontrol diri yang rendah cenderung akan membelanjakan uangnya dengan membeli *merchandise-merchandise k-pop* yang sebenarnya tidak dibutuhkan dan hanya digunakan untuk menunjukkan rasa cinta kepada idolanya. Para remaja yang memiliki kontrol diri yang rendah ini juga akan merasa tidak puas jika tidak membeli *merchandise k-pop* idolanya.

Remaja ketika melakukan perilaku berbelanja yang tidak wajar itu berarti remaja tersebut tidak mampu untuk mengontrol dirinya dan membuatnya hilang kendali. Remaja dengan kontrol diri yang rendah selalu terburu-buru dalam mengambil sebuah keputusan tanpa memikirkan apa konsekuensinya di masa yang akan datang, serta tidak mampu dalam mengendalikan perilakunya sehingga remaja akan berperilaku secara emosional dan impulsif. Artinya remaja saat membeli barang tanpa mempertimbangkan mana yang lebih dibutuhkan atau tidak dan cenderung berperilaku konsumtif ketika membeli barang yang berkaitan dengan idolanya. Barang tersebut dibeli hanya untuk memenuhi keinginan sesaat, dibeli hanya karena kemasan dan bentuknya yang menarik, dan dibeli hanya karena idola favoritnya yang mempromosikan barang tersebut.

Ada beberapa ciri-ciri perilaku konsumtif, yaitu (1) membeli karena kemasan yang menarik, (2) membeli karena penawaran hadiah yang menarik, (3) membeli karena menjaga penampilan diri, (4) membeli karena barang tersebut dapat dianggap sebagai status sosial (Sumartono, 2002). Berperilaku konsumtif juga menimbulkan dampak negatif, salah satunya dapat menimbulkan kecemasan. Hal ini dikarenakan remaja selalu merasa ada tuntutan untuk harus membeli barang yang diinginkan. Jika perilaku konsumtif ini dilakukan terus menerus maka dapat merugikan diri sendiri, untuk itu diperlukan kontrol diri yang tinggi pada remaja supaya bisa lebih bijak dalam membeli suatu barang yang sesuai dengan kebutuhannya. Sesuai dengan pendapat Chaplin (2006) bahwa kontrol diri merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan impuls-impuls atau tingkah laku impulsif.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, bentuk-bentuk perilaku konsumtif ini sesuai dengan pendapat Fromm yaitu pemenuhan keinginan, barang diluar jangkauan, barang tidak produktif, serta status (mencari kesenangan). Perilaku konsumtif pada remaja dapat muncul karena adanya stimulus yang didapatkan dari luar, misalnya remaja mendapat informasi bahwa akan ada *merchandise* baru yang dikeluarkan oleh idolanya, saat itu juga remaja berbondong-bondong untuk mencari cara bagaimana agar bisa membeli *merchandise* idolanya tersebut. Hal ini bisa terjadi karena ada aspek kontrol diri pada remaja yang masih rendah, aspek tersebut meliputi kemampuan mengontrol perilaku, kemampuan mengontrol stimulus, dan kemampuan mengambil keputusan.

Sesuai dengan hasil analisis menggunakan *one sample t-test* pada variabel perilaku konsumtif menunjukkan mean empiris (63.30) lebih kecil dari mean teoritis (70). Sedangkan pada variabel kontrol diri menunjukkan

mean empiris (65.48) lebih besar dari mean teoritis (55). Secara keseluruhan hasil perilaku konsumtif pada remaja penggemar k-pop ini rendah karena memiliki kontrol diri yang tinggi.

Tabel 5.
One Sample T-Test

Variabel	Mean Empiris	Mean Teoritis	t	.sig	Kategori
Perilaku Konsumtif	63,30	70	-6,949	0,000	Rendah
Kontrol Diri	65,48	55	16,563	0,000	Tinggi

Penelitian ini tentunya memiliki banyak kelemahan karena keterbatasan dari penulis. Adapun kelemahan dari penelitian ini adalah sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berfokus pada remaja yang merupakan penggemar *k-pop*, serta hasil penelitian ini tidak dapat bertahan dalam waktu yang lama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil korelasi sebesar -0,625 dengan nilai sig. 0,000 ($p < 0,05$) yang dapat disimpulkan bahwa kontrol diri memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja penggemar *k-pop* di Surabaya. Artinya semakin rendah kontrol diri maka perilaku konsumtif semakin tinggi, sebaliknya semakin tinggi kontrol diri maka perilaku konsumtif semakin rendah. Diharapkan bagi remaja penggemar *k-pop* untuk lebih meningkatkan lagi kontrol diri pada diri individu secara rasional dengan meningkatkan kemampuan dalam membuat pertimbangan terlebih dahulu dan meyakini suatu tindakannya sebelum membeli suatu produk apakah produk yang mau dibeli benar-benar dibutuhkan atau tidak agar dapat terhindar dari perilaku konsumtif. Disarankan kepada peneliti selanjutnya jika ingin meneliti mengenai perilaku konsumtif, diharapkan dapat mengkaji faktor lain sebagai variabel yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif. Selain itu peneliti juga dapat memperhatikan subjek, misalnya meneliti perilaku konsumtif pada subjek yang bukan penggemar *k-pop*.

REFERENSI

- Anggreini, R dan Mariyanti, S. 2014. Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. Vol. 12, No. 1.
- Averill, J. R. (1983). *Averill_PersonalControlAversiveStimuli_1984*. Averill, J, 1983.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas Dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Barney, R.A, & Byrne, D. (2008). *Psikologi Sosial Jilid 2 edisi 10*. Jakarta: Erlangga.
- Chaplin, J. P. (2006). *Kamus Lengkap Psikologi*. RajaGrafindo Persada.
- Chita, R. C. M. 2015. Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas SAM Ratulangi. Skripsi. Fakultas Kedokteran Universitas SAM Ratulangi Manado
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., Winiard, P. W., & Budijanto, F. (1994). Perilaku Konsumen. *Edisi Ke 6. Jilid 2. Jakarta: Binarupa Aksara*.
- Faizah, N., & Uyun, Z. (2022). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Penggemar K-Pop Di Dki Jakarta*. 1–26. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/96429>

- Fromm, E. 2008. *The Sane Society*. Routledge Classics.
- Ghufron, & Risnawati, R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Ar Ruz Media.
- Handayani, K. T. (2020). Hubungan Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap K-Pop pada Mahasiswa UNI SUSKA Riau. *Skripsi*.
- Hasby, F. (2013). *Fanbase Boyband Korea: Identifikasi Aktivitas Penggemar Korea. Prosiding The 5th International Conference on Indonesian Studies: "Ethnicity and Globalization"*
- Heni, S. A. 2013. Hubungan Antara Kontrol Diri dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja SMA IT Abu Bakar Yogyakarta
- <https://www.insertlive.com/>
- <https://kumparan.com/>
- <https://www.merdeka.com/>
- Lina dan Rasyid, H. F. 1997. Perilaku Konsumtif Locus of Control pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologika, Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Marsela, R. D. & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3 (2): pp. 65-69
- Nuryanto & Oktaviani, F. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Komunitas KPOP (Studi Kasus Pada Komunitas Kpop BLINK Pada Akun @ reaction _ blackpink). *Visioner: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 2(1), 239–248
- Sugioyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D Cetakan 17*. Bandung: Alfabet
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta.
- Tambunan, R. 2001. *Perilaku Konsumtif Remaja*. Dalam <http://www.e.psikologi.com>
- Technology, Y. C., & Gaoxiang, W. (2020). 邬高翔 1 , 田瑞 2. 11(2), 22–23.
- Wulandari, S. A., Budiati, A. C., & Nurhadi. (2018). Perilaku konsumtif peserta didik penggemar k-pop di SMA Negeri 4 Surakarta. *Jurnal FKIP Universitas Sebelas Maret*, 8(1), 1–15.