

Hubungan Tingkat Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar Kpop di Komunitas ONCE Medan

The Relationship between Self-Control Level and Consumptive Behavior Teenagers K-pop fans in ONCE Community Medan

Valen Bogenvile¹⁾*, Tania Rosandi²⁾, Doharma Indawaty Siregar³⁾,
Ria Wulandari Siagian⁴⁾, Yunika Maria Sinurat⁵⁾, Achmad Irvan Dwi Putra⁶⁾

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Prima Indonesia, Indonesia

Diterima: 16 Juni 2022; Direview: 20 Juni 2022; Disetujui: 19 Agustus 2022

*Corresponding Email : achmadirvandwiputra@unprimdn.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar k-pop di komunitas ONCE Medan. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 remaja penggemar k-pop di komunitas ONCE Medan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan penelitian dikumpulkan menggunakan skala kontrol diri dengan 40 butir aitem dan skala perilaku konsumtif dengan 40 butir aitem. Uji asumsi yang digunakan terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas. Data dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan SPSS versi 25.0 for Windows. Hasil analisis data menunjukkan adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar k-pop di komunitas ONCE Medan dengan koefisien korelasi Person Product Moment sebesar $r = -0,384$ dan sig sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima. Adapun, sumbangan efektif kontrol diri dalam memengaruhi perilaku konsumtif adalah sebesar 14,7 persen. Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis penelitian adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dapat diterima.

Kata Kunci: Kontrol Diri; Perilaku Konsumtif; Pembelian Implusif

Abstract

This study was intended to find out the relationship between self-control and Consumptive behavior in teenagers k-pop fans in the ONCE community Medan. The research subject used in this study were 100 teenagers k-pop fans in the ONCE community at medan using purposive sampling technique. This study used quantitative method, data collection used 40-item of self-control scale and 40-item of psychological consumptive behavior scale. The assumption test consisted of normality test and linearity test. The data were analyzed using Pearson Product Moment correlation test with the SPSS version 25.0 for Windows. The data analysis showed a negative correlation between between self-control and consumptive behavior in teenagers k-pop fans in the ONCE community Medan with pearson product moment coefficient of correlation $r = -0,384$ dan sig sebesar 0,000 ($p < 0,05$). These results indicate that the research hypothesis is accepted. Meanwhile, the effective contribution of self-control in influencing consumptive behavior is 14.7 percent. From these results, it is concluded that the hypothesis, which stated that there is a negative relationship between selfcontrol and consumptive behavior is acceptable.

Keywords: Self-Control ; Consumptive Behavior ; Impulsive Buying

How to Cite: Bogenvile, V., Rosandi, T., Siregar, D.I., Siagian, R.W., Sinurat, Y.M. & Putra, A.I.D, (2022). Hubungan Tingkat Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar K-pop di komunitas ONCE Medan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 5(2): 935-940



PENDAHULUAN

Pada masa remaja, individu dihadapi dengan banyak peran baru. Remaja belajar peran baru dari lingkungan sosial seperti keluarga, teman, masyarakat, termasuk dari model yang menjadi figur remaja seperti tokoh idola di televisi. Remaja yang menggali peran-peran baru secara sehat dan menemukan jalan yang positif untuk menerapkan peran baru dalam kehidupan, maka akan terbentuk identitas yang positif. (Santrock, 2003).

Remaja mengembangkan minatnya selama masa pubertas, minat tersebut meliputi minat rekreasi, sosial dan pribadi (Hurlock, 1999). Minat akan menciptakan kepribadian yang unik pada setiap individu dan pada saat ini banyak remaja yang memiliki ketertarikan pada k-pop atau kebudayaan Korea khususnya pada remaja putri. Menurut Wijayanti (dalam Etikasari, 2018), meningkatnya popularitas budaya populer Korea di dunia internasional sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat dunia, tidak terkecuali masyarakat Indonesia. Demam Korea atau hallyu sendiri berisikan segala sesuatu tentang dunia hiburan Korea Selatan yang meliputi film dan drama, musik, animasi, permainan/*game*, fashion, makanan, hingga kebudayaan tradisional Korea Selatan.

Penelitian ini dilakukan di komunitas ONCE di Medan, yang berasal dari sebutan fans untuk girl group bernama TWICE dan kata ONCE sendiri bermakna penggemar mencintai group sekali saja (ONCE), mereka akan membalas fans dua kali (TWICE). Berdasarkan hasil wawancara dan observasi singkat yang dilakukan oleh peneliti terhadap pendiri dan beberapa anggota dari komunitas ONCE mengatakan bahwa mereka suka melakukan pengeluaran konsumtif tidak tanggung-tanggung untuk membeli merchandise berupa album, photo card, lightstick, dan beberapa barang lainnya yang dikeluarkan oleh agency yang menaungi TWICE hampir semua mereka beli, bahkan mereka rela menghabiskan hingga puluhan juta rupiah untuk yang menurut mereka pun agak tidak berguna. Terdapat suatu kebanggaan sendiri apabila mereka memiliki photocard yang langka atau yang susah untuk didapat dan menurut mereka hal tersebut bisa meredakan stress mereka.

Berdasarkan uraian-uraian kasus di atas maka dapat disimpulkan, bahwa dengan berbelanja barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan adalah salah satu hal yang negatif yang berujung pada pemborosan, tanpa disadari hal tersebut menguras uang dan tabungan yang ada, hal itu disebut dalam perilaku konsumtif. Para remaja penggemar k-pop ini, akan membeli album lebih dari satu versi tergantung seberapa banyak agensi itu mengeluarkan versi dari album tersebut, misalnya agensi mengeluarkan tiga versi lalu mereka akan membeli ketiganya. Padahal isi lagu dari album yang mereka beli itu sama, hanya karena konsep dari photobook di album itu berbeda tema jadi mereka tetap membelinya. Sekali pun mereka telah memilikinya tetap saja mereka akan membelinya lagi.

Perilaku konsumtif sesuai dengan yang dikemukakan oleh Tambunan (2001), bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan individu dalam membeli atau mengonsumsi barang atau jasa yang tidak diperlukan secara berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional dan dilakukan demi memuaskan keinginan akan kesenangan semata. Adapun aspek dari perilaku konsumtif yaitu Pembelian impulsif (*Impulsive Buying*) yaitu seseorang berperilaku membeli semata-mata didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/keinginan sesaat tanpa mempertimbangkan dan tidak memikirkan apa yang akan terjadi selanjutnya dan biasanya bersifat emosional, pemborosan (*Wasteful Buying*) yaitu pembelian bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat agar terkesan sebagai orang yang modern, mencari kesenangan (*non rational buying*) yaitu perilaku menghambur-hamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas (Rosyid, 1997).

Perilaku konsumtif dalam diri seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor tersebut adalah kontrol diri. Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan diri dalam perilaku membeli yang impulsif dan mengikuti emosi sesaat. Disini terlihat bagaimana individu mengontrol dirinya dalam segala hal, salah satunya dalam membelanjakan uangnya. Individu yang memiliki pengendalian diri yang rendah seringkali mengalami kesulitan dalam menentukan konsekuensi dari tindakan mereka (Gottfredson & Hirchi dalam Hamzani, 2013).



Kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan bertambahnya usia. Salah satu tugas perkembangan yang harus dikuasai remaja adalah mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok darinya dan kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa harus dibimbing, diawasi, didorong, dan diancam seperti hukuman yang dialami ketika anak-anak (Ghufron & Risnawita, 2011). Averill (dalam Nurmala, 2007) mengemukakan tiga aspek kontrol diri yakni mengontrol perilaku (*behavior control*) yaitu kesiapan atau kesediaan respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, mengontrol perasaan (*cognitif control*) kemampuan individu mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu rangka kognitif sebagai adaptasi psikologi untuk mengurangi tekanan, mengontrol keputusan (*decision control*) yaitu kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini atau disetujuinya.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Annafila dan Zuhroh (2022) pada 109 responden populasi mahasiswa program studi psikologi UNIRA menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar -0,773 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$,) yang artinya dengan kontrol diri yang tinggi pada mahasiswa maka akan menurunkan perilaku konsumtifnya, begitupun sebaliknya semakin kurang kontrol dirinya maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa program studi psikologi UNIRA.

Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, penelitian oleh Amalia (2019) menunjukkan bahwa $p = 0,04$ & $R \text{ square} = 0,018$, artinya terdapat pengaruh kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada penggemar *K-Pop* dewasa awal sebesar 1,8%. Pengendalian diri berfungsi untuk menahan dan mengatasi godaan untuk menghindari perilaku yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, jika kontrol diri penggemar *K-pop* baik maka perilaku konsumtifnya rendah. Sebaliknya jika penggemar memiliki pengendalian diri yang rendah maka perilaku konsumtif akan tinggi.

Hasil penelitian Zahra dan Fuad (2018) juga membuktikan hal yang sama bahwa terdapat korelasi negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa perempuan penggemar *K-pop* ($r = -0,356$, $p = 0,000$, $p < 0,05$). Dari angka ini menandakan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif.

Hipotesis yang diajukan dari penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif remaja penggemar *K-pop*. Dengan asumsi semakin rendah kontrol diri maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif remaja penggemar *K-pop* dan sebaliknya. Berdasarkan permasalahan dan fenomena-fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dengan mengadakan penelitian berjudul "Hubungan Tingkat Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar *k-pop* di komunitas ONCE Medan".

METODE PENELITIAN

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif sebagai variabel terikat (*variable dependent*) dan kontrol diri sebagai variabel bebas (*variable independent*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 140 orang. Taraf kesalahan pada penelitian ini adalah sebesar 5%, merujuk pada tabel penentuan jumlah sampel Isaac dan Michael, maka sampel penelitian ini berjumlah 100 orang penggemar *Kpop* di komunitas ONCE Medan.

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *purposive proportional random sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laki-laki dan perempuan yang merupakan anggota komunitas ONCE Medan, usia produktif yaitu 13-21 tahun.

Penelitian ini menggunakan skala *Likert* sebagai alat pengumpulan data. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2013).

Skala yang digunakan adalah skala perilaku konsumtif dan kontrol diri. Skala perilaku konsumtif disusun dengan menggunakan teori Rosyid (1997) yang terdiri dari tiga aspek yaitu Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*), Pemborosan (*Wasteful buying*), Mencari kesenangan (*Non rational buying*). Skala kontrol diri disusun berdasarkan teori dari Averill (dalam Nurmala, 2007) terdiri dari tiga dimensi yaitu *Behavioral control*, *Cognitif control*, dan *Decisional control*.

Validitas menurut Azwar (2017) merupakan aspek kecermatan pengukuran. Terkait dengan data dan keabsahaan data dalam penelitian kuantitatif, suatu instrument dinyatakan valid (sah) apabila instrument tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan reabilitas dapat diartikan sebagai konsistensi ataupun kestabilan. Maksudnya konsistensi ini ialah hasil yang diperoleh dari beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 2007).

Pada penelitian ini, pelaksanaan uji coba dan penelitian dilakukan sekaligus, sebab penelitian ini menggunakan metode tryout terpakai atau uji coba terpakai. Hadi (2000) menjelaskan bahwa tryout terpakai merupakan sebuah cara untuk menguji validitas dan reliabilitas. Caranya hanya dengan satu kali percobaan pengambilan data yang nantinya langsung diuji coba untuk hipotesis. Namun pada skripsi ini, peneliti mengambil subjek sebanyak 100 responden. 100 responden tersebut akan peneliti gunakan untuk uji hipotesis sebelum dikurangi dengan item-item yang tidak valid.

Uji validitas untuk skala perilaku konsumtif menggunakan metode *Corrected Item Total Correlation*, dimana aitem sahih dapat dilihat dari tabel *Corrected Item Total Correlation* berdasarkan nilai r minimal 0,30 dengan nilai r bergerak dari 0,304-0,717. Pada pengujian reliabilitas digunakan teknik Alpha Cronbach. Pada skala perilaku konsumtif diperoleh koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* sebesar 0.877.

Uji validitas untuk skala control diri menggunakan metode *Corrected Item Total Correlation*, dimana aitem sahih dapat dilihat dari tabel *Corrected Item Total Correlation* berdasarkan nilai r minimal 0,30 dengan nilai r bergerak dari 0,303 – 0,593. Pada pengujian reliabilitas digunakan teknik Alpha Cronbach. Pada skala kontrol diri diperoleh koefisien reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0,843.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi *Pearson Product Moment Correlation* dengan bantuan SPSS versi 25.0 for Windows. Uji asumsi yang dilakukan adalah uji normalitas dan uji linieritas. Pengujian normalitas sebaran menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Kriteria pengujian normalitas dapat dilihat dari nilai signifikansi *Asymp Sig (1-tailed)* di atas 0,05 maka dapat dinyatakan data terdistribusi normal. Hasil uji normalitas yang telah dilakukan pada variabel kontrol diri diperoleh koefisien $KS-Z$ (*TestStatistic*) = 0,81 dengan *Sig (2-tailed)* sebesar 0,103 dan pada variabel perilaku Konsumtif diperoleh koefisien $KS-Z$ (*TestStatistic*) = 0,65 dengan *Sig (2-tailed)* sebesar 0,200. Dikarenakan penelitian ini memiliki hipotesis satu arah, maka nilai yang digunakan adalah uji *Sig (1-tailed)*, yakni pada variabel kontrol diri sebesar 0,051 ($p > 0,05$) dan pada variabel perilaku konsumtif sebesar 0,100 ($p > 0,05$) yang berarti bahwa data kedua variabel tersebut terdistribusi secara normal.

Variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif dikatakan memiliki hubungan jika nilai $p < 0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linier.

Hasil penelitian pada 100 remaja penggemar K-Pop di komunitas ONCE Medan menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri pada remaja penggemar K-Pop di komunitas ONCE Medan, dimana nilai *Pearson Correlation (r)* yang diperoleh sebesar -0,384 dan sig sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima. Adapun, sumbangan efektif kontrol diri dalam memengaruhi perilaku konsumtif adalah sebesar 14,7 persen. Dan faktor lainnya bisa dari faktor orientasi religious, pola asuh orangtua dan faktor kognitif.

Perilaku konsumtif dan kontrol diri merupakan dua hal yang saling berkaitan. Hal ini dapat dilihat dari keterkaitan setiap aspek. Aspek konsumtif yang pertama yakni *impulsive buying*. *Impulsive buying* adalah perilaku pembelian yang disebabkan oleh adanya dorongan yang sangat kuat, tiba-tiba dan terus menerus yang berupaya mendorong konsumen untuk membeli suatu benda (Rook 1987). Dimana hal ini dapat dilihat lewat hasil penelitian yang dilakukan oleh Robeth dan Manolis (2012) menyebutkan bahwa kontrol diri memiliki hubungan yang negatif dengan pembelian *impulsive*. Senada dengan pendapat Utami dan Sumaryono (dalam Larasati & Budiani, 2014) bahwa tindakan *impulsive buying* ini dapat ditekan dan dikurangi jika seseorang tersebut memiliki kontrol diri yang kuat. Jadi, dapat dikatakan bahwa semakin meningkatnya kontrol diri maka perilaku konsumtif menjadi berkurang.

Apabila pada dirinya terdapat kontrol diri yang baik ini, ia cenderung mampu untuk menghentikan perilaku konsumtif. Misalnya, ada barang keluaran terbaru, tetapi dia ternyata sudah memiliki barang yang sejenis dengan fungsi yang sama hanya berbeda pada edisinya saja. Orang yang memiliki kemampuan ini akan berpikir dan mempertimbangkan bahwa dirinya sudah memiliki barang yang sejenis walaupun berbeda edisi, serta lebih mementingkan untuk membeli hal yang lebih bermanfaat untuk dirinya ke depannya.

Parameter dari penguasaan terhadap lingkungan pada seseorang ialah saat ia mampu menjadikan kesempatan yang hadir sebagai sarana pengembangan diri. Kontrol diri yang ia miliki akan menempatkannya pada lingkungan yang baik, memudahkannya dalam melihat peluang, dan menggunakan peluang tersebut untuk mengembangkan potensinya.

Kontrol diri pada seseorang juga akan menekan perilaku konsumtifnya dan membuatnya berfokus pada tujuannya. Ia juga akan mencari cara untuk mencapai tujuan tersebut. Kecenderungan ini dikenal dengan nama *purpose in life*. Ia akan menganggap kehidupannya penting dan berkemauan untuk mewujudkan tujuan yang ditetapkan. Melalui ini, ia akan terus membawa perubahan yang positif bagi dirinya sendiri.

Dari aspek-aspek di atas dijelaskan berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada remaja yang bergabung dalam komunitas ONCE Medan. Salah satunya adalah SY yang mengatakan perlunya mengontrol perilaku konsumtif dengan menghadirkan kontrol diri. Ketika seseorang mampu mengontrol dirinya, maka ia akan dapat memperoleh keuntungan dan mengembangkan dirinya. Apalagi dengan kondisi dimana para penggemar *K-pop* yang cenderung melakukan *impulsive buying* barang seperti *photocard*, *album*, *photobook*, dan barang lain yang berhubungan dengan idola mereka.

Dari paparan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat pengendalian diri memengaruhi segi psikologis dan perilaku konsumtif dari seseorang. Orang yang mampu mengendalikan diri dinilai mampu menjalani kehidupan yang lebih baik. Seseorang dengan kontrol diri dapat bertindak disiplin, melihat kembali hal-hal baik yang telah diterima, membuat keputusan sesuai dengan kondisi dirinya, mempunyai pendirian yang konsisten dan tidak mudah terpengaruh oleh hal-hal yang tidak berguna, serta pada akhirnya mengarah pada perilaku konsumtif yang lebih baik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil-hasil yang telah didapatkan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan hasil uji korelasi *Person Product Moment* pada uji hipotesis menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang kuat antara kontrol diri dan perilaku konsumtif dengan nilai koefisien korelasi *Person Product Moment* = - 0,384 dan *sig* sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima. Adapun, sumbangan efektif kontrol diri dalam memengaruhi perilaku konsumtif adalah sebesar 14,7 persen. Dan faktor lainnya bisa dari faktor orientasi religious, pola asuh orangtua dan faktor kognitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, I. (2019). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Dewasa Awal. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta. (Online), (<http://repository.unj.ac.id/3084/>), diakses 14 Juni 2022.
- Annafila, H. & Zuhroh, L. (2022). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shopping Bagi Mahasiswa*. Jurnal Literasi Psikologi, 2(1).
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2017). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Etikasari, Y. (2018). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (K-Popers). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(3), 190-202.
- Ghufron, N. & Risnawati, R. (2011). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar- Ruzz Media
- Gottfredson, M.R. & Hirschi, T. (1990). *A General Theory of A Crime*. Stanford: Stanford University Press
- Hadi, S. (2000). *Panduan Manual Seri Program Statistik (sps 2000)*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Hamzani, F. (2013). Anteseden Dan Konsekuensi Pengendalian Diri Mahasiswa Akuntansi Dalam Menggunakan Jejaring Sosial Facebook. *Skripsi*. Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. (Online), (<http://www.core.ac.uk>), diakses 14 Juni 2022.
- Hurlock, E. B. (1999). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 02 (3) : 1-8.
- Nurmala. S. (2007). *Hubungan Antara Kematangan Beragama dengan Kontrol Diri Pada Siswa Madrasah Labuhan Bilik. Skripsi (tidak diterbitkan)*. Medan: Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
- Roberts, J. A., & Manolis, C. (2012). Cooking up a recipe for self-control: The three ingredients of self-control and its impact on impulse buying. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 173-188
- Rook, D. W. (1987). *The impulsive buying*. Journal of consumer research, 14(2), 305-313
- Rosyid, H. F. & Lina. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of Control pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologika*, 2(4), 5-13. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada Yogyakarta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Santrock, J.W. (2003). *Adolescence (Perkembangan Remaja)*. Terjemahan Jakarta: Erlangga
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat [Online]*. Dari <http://www.e-psikologi.com/remaja>
- Zahra, A.S. & Fuad, N. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk K-Pop Pada Mahasiswa Perempuan Penggemar K-Pop. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. (Online), (<https://dspace.uin.ac.id/handle/123456789/11662>), diakses 14 Juni 2022.