

## ABSTRAK

Semakin meningkatnya perkembangan teknologi dan semakin mudahnya transaksi jual beli saat ini menimbulkan masyarakat khususnya mahasiswa pengguna *e-commerce* rentan dengan berperilaku konsumtif. Kontrol diri mengurangi tindakan *impulsive buying* (kecenderungan untuk membeli sesuatu secara spontan dan tanpa pertimbangan), termasuk dalam mengendalikan memenuhi kebutuhan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *electronic commerce (e-commerce)*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *electronic commerce (e-commerce)*. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 102 yang merupakan mahasiswa pengguna aktif *electronic commerce (e-commerce)* yang berusia 18-22 tahun. Penelitian ini menggunakan skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment*. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh koefisien korelasi sebesar -0,199 dengan  $p = 0,023$  ( $p < 0,050$ ). Hal ini menunjukkan bahwa ada korelasi negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

**Kata kunci:** kontrol diri, perilaku konsumtif, mahasiswa, *e-commerce*

## **ABSTRACT**

*The increasing development of technology and the ease of buying and selling transactions currently make the public, especially students, users of e-commerce vulnerable to consumptive behavior. Self-control reduces impulsive buying (the tendency to buy something spontaneously and without consideration), including controlling self-fulfillment. This study aims to determine the relationship between self-control and consumptive behavior in college students using electronic commerce (e-commerce). The hypothesis proposed in this study is that there is a negative relationship between self-control and consumptive behavior in college students using electronic commerce (e-commerce). The subjects used in this study were 102 students who were active users of electronic commerce (e-commerce) aged 18-22 years. This study uses a self-control scale and a consumptive behavior scale. The data analysis technique in this study uses product moment correlation analysis. Based on the results of data analysis, obtained a correlation coefficient of -0.199 with  $p = 0.023$  ( $p < 0.050$ ). This shows that there is a significant negative correlation between self-control and consumptive behavior.*

**Key word** : *self-control, consumer behavior, college students, e-commerce*