

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
ONLINE SHOPPING PRODUK FASHION
PADA REMAJA PUTRI**

Vinny Alvenita Kuswantoro
Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta
E-mail : vinnyalvenita@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada remaja putri. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada remaja putri. Subjek dalam penelitian ini adalah remaja putri, yang termasuk dalam masa remaja akhir dengan keseluruhan subjek berjumlah 60. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan metode pengumpulan data menggunakan skala perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* dan skala kontrol diri. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Product Moment* dari Karl Pearson. Dari hasil analisis data diperoleh hasil korelasi sebesar $(r_{xy}) = -0,643$ ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada remaja putri. Variabel kontrol diri memberikan sumbangan pada perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada remaja putri sebesar 41,3% dan sebanyak 58,7% disebabkan oleh variabel lain.

Kata Kunci : perilaku konsumtif *online shopping*, kontrol diri

Abstract

This study aims to determine the correlation between self-control and consumptive behavior of online shopping fashion products in female college students. The hypothesis of this study is negative correlation between self-control and behavior of consumer online shopping on fashion products in female college students. Subject of this research are female college students, who were included of late adolescence period, total of subjects are 60 female college students. Sampling technique using purposive sampling and research method in this paper are using scale of consumptive behavior online shopping on fashion products and scale of self-control. Data analysis technique was used Product Moment of Karl Pearson. Based on the result of the data analysis, is known that value of $(r_{xy}) = -0,643$ ($p < 0,01$), it means there is negative correlation between self-control and behavior of consumer online shopping on fashion products in female college students. Based on the result, the hypothesis was accepted. Self control contributing 41,3% on consumer online shopping fashion and as much as 58.7% caused by other variables.

Keywords : behavior of consumer online shopping, self-control