**HUBUNGAN ANTARA PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *EKSTERNAL LOCUS OF CONTROL* PADA MAHASISWI PENGGUNA PTODUK KOSMETIK NATURE REPUBLIK DI YOGYAKARTA**

**Risa Fitria Rahman¹, Ranni Merli²**

**¹²**Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

**¹**[risafitriarahman88@gmail.com](mailto:risafitriarahman88@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *eksternal locus of control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi pengguna produk kosmetik Nature Republic di Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan yang positif antara *eksternal locus of control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi pengguna produk kosmetik Nature Republic di Yogyakarta. Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswi di Yogyakarta dengan jumlah 119 orang. Teknik pengambilan subjek dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*  dengan data yang dikumpulkan menggunakan Skala *Eksternal Locus Of Control* dan Skala Perilaku Konsumtif. Hasil ini menunjukan bahwa ada korelasi antara *eksternal locus of control* dengan perilaku konsumtif dengan r = 0,702 dan p = 0,01 (p < 0,01), dengan demikian ada korelasi yang positif antara *eksternal locus of control* dengan perilaku konsumtif*,* sehingga hipotesis yang diajukan teruji. Artinya semakin positif *eksternal locus of control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswi pengguna produk kosmetik Nature Republik di Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara *eksternal locus of control* dengan perilaku konsumtif pada penelitian ini diterima. Selanjutnya untuk koefisien determinasi (R2) yang diperoleh sebesar 0,493 yang menunjukan bahwa variabel *eksternal locus of control* memiliki kontribusi terhadap perilaku konsumtif sebesar 49,3% dan sisanya sebesar 50,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** *eksternal locus of control,* perilaku konsumtif, mahasiswi

.

***Abstract***

*This study aims to determine the relationship between external locus of control with consumptive behavior among students who use cosmetic products Nature Republic in Yogyakarta. The hypothesis proposed in this study is that there is a positive relationship between external locus of control and consumptive behavior among students who use cosmetics products in the Republic of Yogyakarta. The subjects in this study were 119 students in Yogyakarta. The subject taking technique in this study was purposive sampling with data collected using the Locus of Control External Scale and the Consumptive Behavior Scale. These results indicate that there is a correlation between external locus of control with consumptive behavior with r = 0.702 and p = 0.01 (p <0.01), thus there is a positive correlation between external locus of control with consumptive behavior, so that the hypothesis submitted tested. This means that the more positive the external locus of control, the higher the consumptive behavior of students who use cosmetics products Nature Republik in Yogyakarta. Based on the results of the study concluded that there is a positive relationship between external locus of control with consumptive behavior in this study accepted. Furthermore, for the coefficient of determination (R2) obtained at 0.493 which shows that the external variable locus of control has a contribution to consumer behavior by 49.3% and the remaining 50.7% is influenced by other factors not examined in this study.*

***Keywords:*** *external locus of control, consumptive behavior, female students*

**PENDAHULUAN**

Remaja awal hingga remaja akhir disebut masa *adolescence* (Desmita, 2008). Istilah *adolescence* sesungguhnya memiliki arti yang luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Tidak heran jika pada masa ini, remaja umumnya mengalami masa-masa kebingungan mengenai perkembangan dan pertumbuhan fisik secara lebih cepat, dimana hal-hal yang sebelumnya belum pernah dirasakan kini melanda setiap individu dan remaja lainnya yang sebaya (Nurhayati, 2015). Menurut Monks, Knoers, dan Haditono (2009) batasan usia remaja adalah antara 12-21 tahun dan dibagi dalam 3 tahap yaitu, remaja awal (12-15 tahun) pada usia remaja awal, terjadi kebingungan dan adaptasi terhadap perubahan didalam diri remaja remaja mulai tertarik pada lawan jenis, mudah terangsang secara erotis dan senang mengembangkan pikiran-pikiran baru. Keadaan ini umumnya di iringi dengan kurangnya pengendalian terhadap emosi sehingga menyebabkan remaja sulit memahami dan dipahami oleh orang yang lebih dewasa. Dalam pandangan Haditono (dalam Sumartono,2002) remaja memiliki kemampuan membeli yang tinggi, sebab pada umumnya remaja dalam berpakaian, berdandan, gaya potong rambut, tingkah laku, kesenangan musik, memiliki karakteristik sendiri dan kebanyakan dari mereka membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut. Keadaan demikian membuat remaja memiliki pola konsumsi yang menunjukan sifat ekslusif dengan citra yang mahal, lebih mewah.Bagi remaja penampilan fisik adalah satu-satunya yang mampu menarik teman sebayanya maupun lawan jenisnya. Mereka cenderung lebih mementingkan daya tarik fisik dalam proses sosialisasi. Rasa tidak puas terhadap penampilan wajah juga dapat berdampak negatif pada kehidupan sosial, keluarga, sekolah bahkan pekerjaan (Devya, 2015). Menurut Sumartono (2002) secara psikologis remaja masih berada dalam proses mencari jati diri sehingga begitu sensitive atau mudah dipengaruhi oleh lingkungan. Sehingga tanpa disadari hal tersebut mendorong seseorang untuk membeli dan membeli terus sehingga menyebabkan remaja berprilaku konsumtif.

Hal tersebut didukung pula pada data hasil survey tahun 2014 yang dilakukan Tokopedia (dalam Situmeang, 2017) yang menujukkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi mendominasi jumlah pembelian, jumlah penjualan, jumlah pengeluaran uang belanja, serta jumlah pemasukan di Tokopedia. Adapun rata-rata dari barang yang dibelanjakan terdiri dari produk kecantikan dan kesehatan, pakaian, fashion, aksesoris, dan gadget (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013). Kemudian berdasarkan data survei online yang dilakukan oleh CNN Indonesia pada tahun 2018 telah ditemukan sebanyak 82,5 % responden mengatakan bahwa para remaja selalu mengikuti tren yang ada tanpa melihat motif apapun. Hal ini yang mengakibatkan mereka membeli suatu barang secara spontan tanpa harus direncanakan dan sangat dipengaruhi oleh *trend and mode.* Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Tokopedia tahun 2014 (dalam Situmeang, 2017) telah menempatkan wanita yang mayoritasnya adalah mahasiswi dengan persentase 66,28% sebagai masyarakat konsumtif dengan durasi belanja yang dapat mencapai 3 kali dalam seminggu. Sedangkan laki-laki yang mayoritasnya mahasiswa hanya berjumlah 33, 72%.Kemudian hal tersebut juga didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani, dkk. (2013) bahwa berdasarkan kategorisasi perilaku konsumtif, sebesar 41,27% (52 dari 126 orang) sample penelitian berada pada katogori tinggi. Hal tersebut menunjukan bahwa rata-rata mahasisiwi kos di perumahan Genuk Indah memiliki perilaku konsumtif yang tinggi

Seharusnya mahasiswi ketika melakukan kegiatan membeli hendaknya memperhitungkan antara faktor kebutuhan dan faktor keinginan serta kemampuan yang dimiliki (Devya, 2015). Namun pada kenyataannya banyak kegiatan belanja sehari-hari tidak didasarioleh pertimbangan.Kegiatan  belanja  sebagai salah satu  bentuk  konsumsi, saat ini telah  mengalami  pergesaran  fungsi.Dulu berbelanja hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi saat ini belanja  juga  sudah  menjadi gaya hidup,sehingga belanja  tidak  hanya  untuk  membeli  kebutuhan  pokok  yang diperlukan,namunbelanja dapat pula menunjukkan status sosial seseorang, karena belanja berarti memiliki materi (Anin F, Rasimin, & Atamimi,2008).Sehingga dari hal tersebut dapat diketahui bahwa mahasiwi memiliki sikap perilaku konsumtif.

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Devya, 2015) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu: (a) Faktor budaya. Setiap kebudayaan terdiri atas subkultur yang lebih kecil yang menyediakan identifikasi yang lebih spesifik untuk anggotanya. (b) Faktor sosial. Terdiri dari kelompok acuan, keluarga, dan lingkungan sekitar yang dapat memberi pengaruh terhadap keputusan konsumen. (c) Faktor pribadi. Faktor yang ada dalam diri individu yang sangat menentukan perilaku.Mangkunegara, (2005) mengatakan bahwa kepribadian konsumen dapat mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan membeli. Adapun beberapa bagian yang dapat mempengaruhi konsumsi antara lain *locus of control* merupakan suatu konsep tentang bagaimana individu memandang dirinya dalam mengontrol kehidupannya (Sarason, dalam Lina & Rosyid 1997) dan konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan (Mangkunegara, 2002). (d) Faktor psikologis terdiri atas motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk.

Berdasarkan beberapa faktor yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli diatas, peneliti memilih faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Kotler dan Amstrong (dalam Devya, 2015) yaitu faktor pribadi yang terdiri dari *locus of control* dan konsep diri. Peneliti berfokus pada faktor *locus of control.*Terdapat dua orientasi *locus of control*, yaitu internal *locus of control* dan eksternal *locus of control*.

Menurut Rotter (dalam Lei Wang & Meizhe, 2017) *external locus of control* didefinisikan sebagai harapan abadi atau keyakinan umum tentang bagaimana responsif dan bagaimana lingkungan dapat mengendalikan seseorang. Dalam penelitian ini peneliti memilih *external locus of control* sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Menurut Amalini, Al Musadieq, dan Afrianty (2016) *external locus of control* yaitu cara pandang dimana segala hasil yang didapat baik atau buruk berada di luar kontrol diri mereka yang disebabkan oleh faktor luar seperti keberuntungan, kesempatan, dan takdir. Aspek-aspek dalam *external locus of control* menurut Rotter (1975) meliputi *powerful others* dan *chance*. Aspek pertama yang mempengaruhi *eksternal locus of control* pada remaja adalah *powerful others* yaitu keyakinan individu bahwa kejadian dalam hidupnya ditentukan oleh orang lain. Menurut Fitriyani, Widodo dan Fauziah (2013) mahasiswi ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Individu yang mengandalkan kemampuan sendiri akan cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan, yaitu didasarkan pada perencanaan dan pertimbangan serta tidak berdasarkan emosi dan lingkungan. Menurut Anastasia (2005) remaja putri yang memiliki *powerfull others* yang rendah remaja putri akan mampu melihat bahwa untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain tidak hanya berdasarkan penampilan fisik yang menarik serta kepemilikan barang-barang yang modis dan trendy. Hal ini mendorong remaja berusaha menyesuaikan dengan hal yang tren dilingkungannya khususnya dalam konsumsi produk kosmetik.Hal ini menyebabkan mereka tidak menghamburkan banyak uang untuk membeli produk kosmetik. Dengan demikian individu akan memiliki daya tahan terhadap pengaruh orang lain dan membantu mereka terhindar dari perilaku konsumtif.

Sebaliknya pada remaja putri yang memiliki *powerfull others* tinggi akan mudah di pengaruhi oleh orang lain dalam mengambil keputusan. Menurut (Lefcourt, 1982) remaja putri dalam pengambilan keputusan membeli produk-produk seperti pakaian, sepatu, aksesoris, banyak dipengaruhi oleh lingkungan daripada dirinya sendiri.Remaja putri yang memiliki ketergantungan pada orang lain akan membuat mereka selalu mengandalkan emosi dalam mengambil keputusan. Akibatnya remaja akan lebih mudah menghamburkan uang untuk membeli produk yang dapat memberi rasa bangga, puas dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan. Dengan demikian hal tersebut mengarahkan individu pada kecenderungan berprilaku konsumtif. Dimana perilaku membelinya hanya didasarkan pada pertimbangan yang emosional dan berdasarkan keinginan sesaat.

Aspek kedua yang mempengaruhi *locus of control* eksternal yaitu *chance* (keyakinan). Menurut Jung (dalam Lina & Rosyid, 1997) *Locus of control* eksternal mempunyai karakteristik bahwa remaja berkeyakinan apa yang terjadi diluar dirinya baik keberhasilan maupun kesengsaraan lebih disebabkan oleh nasib, keberuntungan dan kesempatan. Lufiyanto (2004) menyebutkan bahwa *locus of control* eksternal berkaitan dengan apakah individu merasakan faktor-faktor kesempatan juga turut berpengaruh dalam kehidupan individu. Individu yang memiliki *chance* yang rendah dapat merasakan adanya hubungan antara usaha yang dilakukan dan dengan yang diterimanya. Menurut penelitian Fitriana dan Koenjoro (2009) individu yang percaya akan kemampuan diri akan memiliki peranan yang penting dalam proses membeli suatu barang, karena individu mampu mengarahkan dan mengatur diri untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan suatu barang yang sesuai dengan kebutuhan. Individu tidak mudah terpengaruh oleh tawaran dengan diskon yang besar, percaya diri dengan penampilan apa adanya, mampu menata uang lebih efisien dengan membelanjakannya untuk sesuatu yang bermanfaat sehingga terhindar dari kecenderungan berperilaku konsumtif.

Sementara individu yang memiliki *chance* yang tinggi akan merasa bahwa akibat yang diterimanya adalah berasal dari kesempatan, nasib dan keberuntungan.Menurut Sumartono (2002) individu memandang bahwa hadiah yang diperoleh merupakan suatu keberuntungan atau kesempatan yang sedang terjadi pada dirinya, sehingga hal tersebut membuat seseorang menjadi lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material semata. Sehingga ketika individu melihat adanya potongan harga atau hadiah yang didapat pada suatu produk, individu tersebut akan langsung membeli tanpa berpikir panjang sehingga muncul perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai perilaku kenakalan atau perilaku yang menyimpang ketika mahasiswi berbelanja dengan menggunakan uang kuliah, membohongi orang tua agar mendapatkan uang untuk berbelanja, menjual barang-barang berharga untuk berbelanja dan mencuri uang orang tua agar dapat membeli barang yang disukai. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *locus of control* memiliki peran dalam timbulnya perilaku konsumsi individu. Penelitian Wibisono (2009) menunjukkan bahwa semakin *eksternal locus of control* individu maka perilaku konsumtifnya juga semakin tinggi. Penelitian terdahulu yaitu penelitian Setyawati (1994) menunjukkan bahwa individu yang memiliki kontrol internal maka perilakunya semakin tidak konsumtif.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mengajukan sebuah rumusan permasalahan apakah ada hubungan antara *eksternal locus of control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi yang menggunakan produk kosmetik Nature Republik di Yogyakarta ?

**METODE**

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi di Yogyakarta dengan karakteristik pernah atau sedang menggunakan produk Nature Republik dan usia 18-21 tahun tahun.Pengambilan subjek dalam penelitian ini menggunakan *Purporsive Sampling*. Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 119 subjek.

Metode pengumpulan data penelitian ini dengan menggunakan dua skala yaitu Skala Perilaku Konsumtif dan Skala *Eksternal Locus Of Control*. Bentuk skala yang digunakan adalah model skala likert dengan 4 alternatif jawabanyaitu: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Berdasarkan hasil perhitungan dari Skala Perilaku Konsumtif diperoleh koefisien reliabilitas alpha (α) sebesar 0.875, dan Skala *Eksternal Locus Of Control* sebesar 0.893. Analisis data dilakukan dengan analisi regresi. Keseluruhan data dianalisis dengan menggunakanprogram SPSS v.20.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis penelitian, diperoleh koefisien korelasi sebesar rxy = 0,702 dengan taraf signifikansi sebesar p = 0,01 (p < 0,01), yang berarti ada hubungan positif yang signifikan antara *eksternal locus of control* dengan perilaku konsumtif*,* sehingga hipotesis yang diajukan teruji. Artinya semakin positif *eksternal locus of control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswi pengguna produk kosmetik Nature Republik di Yogyakarta. Adanya hubungan antara *eksternal locus of control* dengan perilaku konsumtif berarti setiap aspek *eksternal locus of control* memberikan sumbangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi pengguna produk kosmetik Nature Republik di Yogyakarta.

Menurut Rotter (dalam Lei Wang & Meizhe, 2017) *external locus of control* di definisikan sebagai harapan abadi atau keyakinan umum tentang bagaimana responsif dan bagaimana lingkungan dapat mengendalikan seseorang. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukan koefisien determinasi (R2) dalam penelitian ini sebesar 0,493. Menunjukkan bahwa hubungan *eksternal locus of control* memberikan sumbangan efektif terhadap perilaku konsumtif sebesar 49,3% dan sisanya sebesar 50,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil dari kategorisasi variable perilaku konsumtif diketahui bahwa subjek penelitian yang berada dalam kategori tinggi sebanyak 27 orang (22,70%), kategori sedang sebanyak 57 orang (47,9%) dan kategori rendah sebanyak 35 orang (29,4%). Kategorisasi variabel *eksternal locus of control* diketahui bahwa subjek penelitian yang berada dalam kategori positif sebanyak 30 orang (25,21%), dan kategori negatif sebanyak 29 orang (24,37%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas subjek dalam penelitian ini memiliki *eksternal locus of control* yang positif dengan perilaku konsumtif yang sedang.

Menurut Rotter (dalam Lei Wang & Meizhe, 2017) *external locus of control* didefinisikan sebagai harapan abadi atau keyakinan umum tentang bagaimana responsif dan bagaimana lingkungan dapat mengendalikan seseorang. Lina dan Rasyid (1997) membuktikan bahwa terdapat perbedaan perilaku konsumtif yang signifikan antara remaja dengan *internallocus of control* dan remaja dengan*eksternal locus of control*. Remaja dengan *eksternal locus of control* memiliki perilaku konsumtif lebih tinggi dibanding remaja dengan *internallocus of control*. Rotter (dalam Lina & Rasyid 1997) mengatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh interaksi antara harapan,nilai-nilai yang ada pada seseorang serta lingkungan dimana ia berada. Terdapat 2 aspek *eksternal locus of control*yaituaspek *powerfull others* dan *chance* (Rotter,1975).

Aspek pertama yang mempengaruhi *eksternal locus of control* pada remaja adalah *powerful others* yaitu keyakinan individu bahwa kejadian dalam hidupnya ditentukan oleh orang lain. Remaja putri yang memiliki *powerfull others* tinggi akan mudah di pengaruhi oleh orang lain dalam mengambil keputusan. Menurut (Lefcourt, 1982) remaja putri dalam pengambilan keputusan membeli produk-produk seperti pakaian, sepatu, aksesoris, banyak dipengaruhi oleh lingkungan daripada dirinya sendiri. Remaja putri yang memiliki ketergantungan pada orang lain akan membuat mereka selalu mengandalkan emosi dalam mengambil keputusan. Akibatnya mereka akan lebih mudah menghamburkan uang untuk membeli produk yang dapat memberi rasa bangga, puas dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan. Dengan demikian hal tersebut mengarahkan individu pada kecenderungan berprilaku konsumtif. Dimana perilaku membelinya hanya didasarkan pada pertimbangan yang emosional dan berdasarkan keinginan sesaat. Hal ini diperkuat dengan penuturan subjek di lapangan yaitu subjek merasa bahwa apa yang telah didapat selama ini di tentukan oleh lingkungan sekitar. Hal ini membuat subjek lebihsering membeli barang dengan tujuan barang tersebut di anggap menarik oleh teman-teman sebaya. Sehingga akan terus berusaha menyesuaikan dengan hal yang sedang *trend* di lingkungan khususnya dalam membeli produk kosmetik, dengan tindakan tersebut mencerminkan perilaku konsumtif yang tinggi dan sesuai dengan hasil analisis yang di lakukan.

Aspek kedua yang mempengaruhi *locus of control* eksternal yaitu *chance* (keyakinan).Individu yang memiliki *chance* yang tinggi akan merasa bahwa akibat yang diterimanya adalah berasal dari kesempatan, nasib dan keberuntungan. Menurut Sumartono (2002) individu memandang bahwa hadiah yang diperoleh merupakan suatu keberuntungan atau kesempatan yang sedang terjadi pada dirinya, sehingga hal tersebut membuat seseorang menjadi lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material semata. Sehingga ketika individu melihat adanya potongan harga atau hadiah yang didapat pada suatu produk, individu tersebut akan langsung membeli tanpa berpikir panjang sehingga muncul perilaku konsumtif.Hal ini diperkuat dengan penuturan subjek di lapangan yaitu subjek merasa apapun yang di inginkan itu semua karena faktor keberuntungan. Sehingga ketika melihat adanya buy 1 get 1 subjek akan membeli barang tersebut tanpa memikirkan faktor keinginan dan kebutuhan karena subjek merasa bahwa hal tersebut merupakan suatu keberuntungan. Tindakan tersebut menunjukan bahwa subjek memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

Dari penelitian ini, subjek memiliki *eksternal locus of control* yang tergolong tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil data yang menunjukkan bahwamean empiris lebih besar dari pada mean teoritik (27,60 ˃ 27,5) dengan nilaisignifikansi sebesar 0,000. Data tersebut menunjukkan terdapat perbedaan yangsignifikan antara mean teoritik dan mean empiris padavariabel *eksternal locus of control*. Nilai mean empiris yang lebih besar dibandingkan nilai meanteoritik menunjukkan bahwa subjek penelitian termasuk orang yang memiliki *eksternal locus of control* yang tinggi.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa subjek memiliki perilaku konsumtif yang tergolong tinggi. Hal ini dapat dilihat dari data yangmenunjukkan bahwa mean empiris lebih kecil dibandingkan dengan meanteoritik (29,24< 30) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Data tersebutmenunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan antara mean teoritik danmean empiris pada variabel perilaku kosumtif.

**KESIMPULAN**

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa ada korelasi yang positif antara perilaku konsumtif dengan *eksternal locus of control.* Semakin tinggi perilaku konsumtif maka semakin tinggi *eksternal locus of control*.Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis ada hubungan positif antara perilaku konsumtif dengan *eksternal locus of control* pada penelitian ini diterima.Hasil kategorisasi pada penelitian ini menunjukan bahwa sebagian besar mahasiswi di Yogyakarta memiliki perilku konsumtif yang sedang dan *eksternal locus of control* yang sedang*.*

**SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. **Bagi mahasiswa**

Bagi mahasiswi diharapkan lebih dapat meningkatkan *internal locus of control* dibandingkan *eksternal locus of control* agar tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar dalam membeli suatu barang yang memang sedang tidak di butuhkan karena hal tersebut penting untuk menjauhkan diri dari perilaku konsumtif.

1. **Bagi penelitiselanjutnya**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa koefisien determinasi (R2) sebesar 0.493. koefisien determinasi (R2) menunjukkan bahwa variabel *eksternal locus of control* menunjukkan kontribusi 49.3% terhadap perilaku konsumtif dan sisanya 50.7% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologis. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih menggali teori dan faktor yang dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif yaitu seperti faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologis. Karena penelitian Perilaku Konsumrif masih cukup kurang terutama pada faktor-faktor diatas. Selain itu peneliti selanjutnya di harapkan untuk mengikuti langsung proses penyebaran skala karena dalam penelitian ini skala di sebarkan dengan menggunakan *google form*. Peneliti selanjutnya juga di harapkan untuk melakukan penelitian kepada subyek yang berbeda mengingat seiring perkembangan zaman, kosmetik tidak hanya digunakan oleh remaja putri melainkann remaja putra juga mulai memperhatikan penampilan diri dan menggunakan kosmetik.

**DAFTAR PUSTAKA**

Aditama, Ningsih, & Bawono. (2016). Hubungan antara perilaku konsumtif pada produk x dengan citra diri remaja putri. *Jurnal Mediapsi*, *2*(1), 45-50.

Amalini, Musadieq, A., & Afriyanti. (2016). Pengaruh locus of control terhadap kepuasan kerja dan kinerja (studi pada karyawan perusahaan daerah air minum (PDAM) kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 35*(1)*,* 68-77.

Anggarasari, R., E. (1997). Hubungan tingkat religiusitas dengan sikap konsumtif pada ibu rumah tangga. *Jurnal Psikologika*, *4*(II), 15-20.

Angelova. (2016). Locus of control and its relationship with some social-demographic factors. *Psychological Thought*, *9*(2), 248–258.

Anggraeni, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas ESA Unggul. *Jurnal Psikologi, 12*(1), 34-42.

Anin, F., Sanmustari, R. B., & Atamimi, N. (2007). Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion. *Jurnal Psikologi*, *2*(35), 181-193.

Azwar, S. (2017). *Penyusunan skala psikologi (Edisi 2)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2016). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Desmita. (2008). *Psikologi perkembangan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Devya. (2015). Hubungan citra diri dan perilaku konsumtif pada remaja putri yang memakai kosmetik wajah. *eJournal Psikologi, 3*(1), 433-441.

Dumitriu. (2013). The influence of the locus of control and decision-making capacity upon the leadership style. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *14*(1), 494 – 499. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.086

Fitriyani, N., Widodo, & Fauziah. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiwa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip, 12*(1), 55-68.

Hotpascaman. (2010). Hubungan antara perilaku konsumtif dengan konformitas pada remaja. *Skripsi*. (tidak dipublikasikan).

Wang, L., & Meizhe. (2017). Internal-external locus of control scale. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. *15*(3), 82–96. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8\_41-1

Lien, H. C., & Huang, C. S. (2005). The effect individual differences on adolesscent’s impulsive buying behavior. *Adolesence*, *40*(5), 551-558.

Lina, & Rasyid. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putrid. *Jurnal Psikologi, 1*(4), 5-13.

Lufiyanto, G. (2004). Hubungan antara locus of control eksternal dengan prasangka terhadap etnis Tionghoa di Indonesia pada mahasiswa perguruan tinggi di Yogyakarta. *Skripsi*. (tidak dipublikasikan).

Mangkunegara, A.P. (2002). *Perilaku konsumen*. Bandung : PT. Refika.

Mangkunegara, A. P. (2005). *Psikologi konsumen*. Bandung: PT. Refika.

Monks, F. J., Knoer, A.M.P., & Haditono, S.R. (2010). *Psikologi perkembangan.* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Patricia, N. L., & Handayani, L. (2014). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan “x”. *Jurnal Psikologi, 12*(1), 10-17.

Rotter. (1966). Generalized expectancies for internal versus eksternal control of reinforcement. *Psychological Monographs, 80*(1), 1-28.

Schifman, & Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen.* Jakarta: Indeks.

Setyawati. (1994). Peran locus of control internal terhadap perilaku konsumtif pada ibu rumah tangga. *Skrips*i ( tidak diterbitkan).

Situmeang, M. K. (2017). Perilaku konsumtif dan tren shopaholic pada mahasiswa di Indonesia*. Braindilog Sosiologi Indonesia*. Diakses pada 19 September 2017. <http://www.braindilogsociology.or.id/2017/09/perilaku-konsumtif-dan-tren-shopaholic.html>

Solomon, M. (1996). *Consumer behavior third edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan.* Bandung : Alfabeta.

Wibisono, G. (2009). Hubungan antara locus of control eksternal dengan perilaku konsumtif pada remaja. Yogyakarta. *Skripsi*. (tidak dipublikasikan).

Widawati, L. (2011). Analisis perilaku “impulse buying” dan “locus of control” pada konsumen di Carrefour Bandung. *Jurnal Psikologi Indonesia,* *2*(27), 125-132.

Wijaya, A.W., Djalali, M.A., & Sofiah, D. (2015). Gaya hidup brand minded dan intensi membeli produk fashion tiruan pada remaja putri. *Persona Jurnal Psikologi Indonesia,* *4*(2), 111-126.

Zulkaida, & Kurniati. (2007). Pengaruh locus of control dan efikasi diri terhadap kematangan karir sisa sekolah menengah atas (SMA). *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi,Sastra,Arsitek& Sipil*), *6*(1), 1-14.