

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Aktivitas konsumsi sejatinya tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan. Dalam setiap kegiatan konsumsi tentunya didasari oleh faktor kebutuhan maupun keinginan seseorang. Pada dasarnya kebutuhan merupakan segala sesuatu yang harus dipenuhi manusia dalam menunjang kelangsungan hidupnya. Sedangkan keinginan berkaitan dengan hasrat atau harapan untuk meningkatkan kesempurnaan. Kemudian berdasarkan pada pola konsumsi yang diterapkan tiap individu menjadi gaya hidup mereka.

Saat ini masyarakat Indonesia telah merasakan banyak perubahan dari masa ke masa. Adanya era globalisasi memunculkan banyak perubahan mulai dari segi ekonomi, sosial, teknologi, dan gaya hidup terutama di kalangan dewasa awal. Bagi para Mahasiswa, gaya hidup dan pemanfaatan teknologi sebagai ekspresi identitas dan jati dirinya, agar bisa tercapainya sebuah kematangan pengembangan pribadi dan emosi.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini, internet sangat membantu masyarakat memudahkan dalam mencari informasi untuk memenuhi gaya hidup dan kebutuhan hidup. Internet bisa di akses kapan saja, dimana saja dan oleh siapa saja, terutama untuk kaum milenial menjadi salah satu yang ikut berperan dalam menggunakan internet, sehingga para pengguna internet sangat terbantu dengan adanya kemajuan teknologi saat ini. Dengan adanya internet memudahkan masyarakat berbelanja sesuai yang di inginkan dan dibutuhkan, apalagi mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari, sehingga masyarakat lebih memilih sesuatu yang praktis dan mudah dalam mencari sesuatu.

Hotpascaman (2010:2) “perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifat nya menjadi berlebihan,” Pola konsumtif yang dimaksud adalah pola perbelanjaan dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan hal ini akan cenderung ke hasrat duniawi atau kesenangan semata. Misalnya di kaitkan dengan pembelian Laptop dengan mengikuti trend, tentu saja dari setiap produk akan adanya pengeluaran baru maka

berganti pula pemakain bagi yang berperilaku konsumtif. Sebenarnya mahasiswa harus dapat memanfaatkan uang tersebut sesuai dengan keperluan.

Monks dkk (2006) menyatakan bahwa remaja mempunyai keinginan berbelanja yang tinggi, karena pada umumnya remaja memiliki ciri khas sendiri dalam berpakaian, berdandan, tingkah laku. Remaja selalu ingin berpenampilan menarik terutama dalam teman sebayanya. Remaja dalam hal ini adalah mahasiswa membentuk sebuah model untuk mengaktualisasikan dirinya. Individu yang memasuki masa kuliah rata-rata berusia 18-21 tahun dan termasuk dalam tahap perkembangan remaja akhir. Karena sebagian besar mahasiswa berada pada usia remaja, mereka cenderung untuk memiliki keingintahuan yang lebih akan hal-hal yang baru sehingga mereka tidak ragu untuk mencobanya

Generasi milenial terkenal dengan generasi yang konsumtif, hal ini berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa pada tahun 2018 pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia mencapai 8.269,8 triliun. Selain itu di tahun yang sama, Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) masyarakat Indonesia sebesar 122,7 triliun dan meningkat pada tahun 2019 menjadi 124,2 triliun yakni sebesar 1,22%.

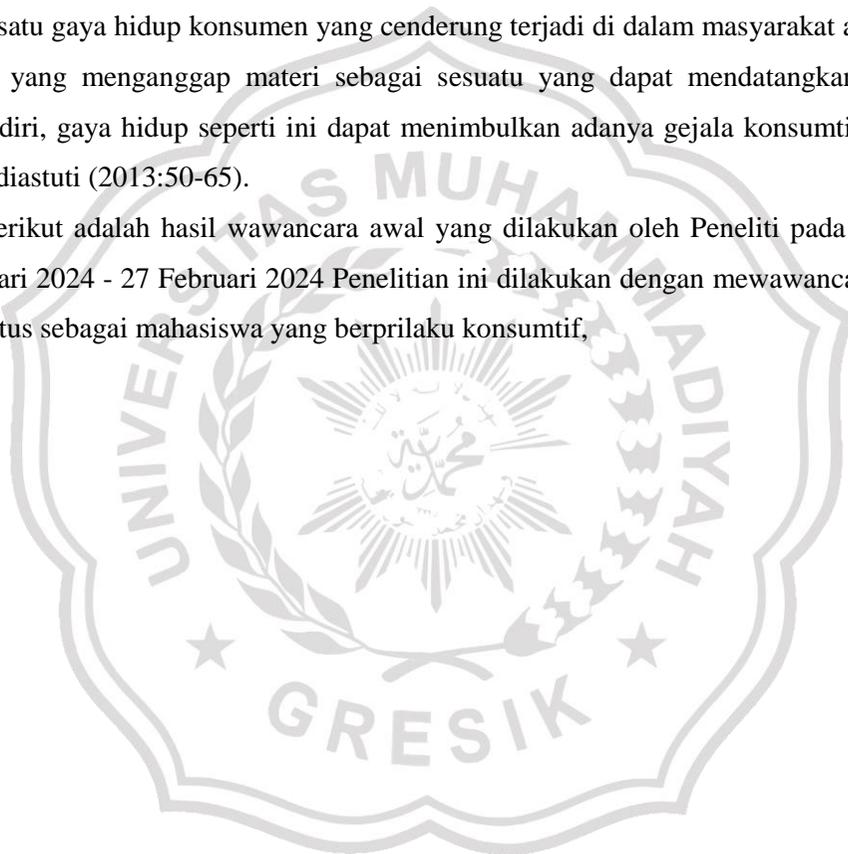
IKK jika ditinjau berdasarkan usia dikelompokkan menjadi usia 20-30 tahun, usia 30-40 tahun, usia 41-50 tahun, usia 51-60 tahun, dan lebih dari 60 tahun (Bank Indonesia, 2019). Dari kelompok usia tersebut IKK tertinggi berada pada usia 20-30 tahun yakni termasuk dalam kategori dewasa awal. Berdasarkan penelitian Ordun (2015) salah satu penyebab tingginya perilaku konsumtif adalah kemajuan teknologi, perilaku konsumtif yang terjadi pada generasi milenial bergantung pada informasi yang diperolehnya melalui smartphone.

Mahasiswa sebagai generasi milenial lebih mementingkan model, penampilan, dan kecantikan merupakan hal penting yang mendapatkan perhatian khusus. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, *trend*, dan mode yang sedang berlaku. Kampus yang seharusnya menjadi tempat para mahasiswa mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki. Para mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerk untuk mengikuti *trend* terkini dan diakui oleh teman-temannya, dibanding untuk membeli perlengkapan kuliah yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan.

Perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai perilaku kenakalan atau perilaku yang menyimpang ketika mahasiswa berbelanja dengan menggunakan uang kuliah, membohongi orangtua agar mendapatkan uang untuk berbelanja, menjual barang-barang berharga untuk berbelanja dan mengambil uang orang tua agar dapat membeli barang yang disukai / diinginkannya.

Statusnya sebagai mahasiswa tidak dapat terlepas dari budaya konsumtif yang sekarang telah banyak menyebar dikalangan mahasiswa. Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtif Gumulya & Widiastuti (2013:50-65).

Berikut adalah hasil wawancara awal yang dilakukan oleh Peneliti pada tanggal 21 Februari 2024 - 27 Februari 2024 Penelitian ini dilakukan dengan mewawancari 8 subjek berstatus sebagai mahasiswa yang berperilaku konsumtif,



**Tabel 1.1 Hasil Wawancara Mengenai Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

| Subjek | Hasil wawancara  | Kesimpulan  |
|--------|--|---|
| A      | Subjek A sering berbelanja melalui <i>e-commerce</i> / media sosial atau datang langsung ke store Offline. Menurut pengakuan subjek dalam sebulan berbelanja kurang lebih 2- 3 barang ( <i>fashion</i> ). Hal ini dikarenakan subjek mudah bosan dan subjek <i>update</i> mengikuti <i>trend</i> yang dilhatnya dari media sosial ataupun ingin mengikuti teman-teman nya.                           | Berdasarkan hasil wawancara subjek A tergolong pada aspek ( <i>pleasure seeking</i> ) dan ( <i>statisfaction seekig</i> ) |
| K      | Subjek K memperoleh informasi dalam hal <i>trand</i> dari media sosial, termasuk dalam menyamakan penampilan, hal ini dikarenakan subjek tergolong aktif di media sosial. Selain itu menurut pengakuan subjek menggunakan barang bermerek akan muncul rasa percara diri dan bangga dengan barang-barang yang dikenakan.  | Berdasarkan hasil wawancara subjek K tergolong pada aspek ( <i>pleasure seeking</i> ) dan ( <i>statisfaction seekig</i> ) |
| N      | Subjek N mengaku sering membeli produk kosmetik hal ini dikrenakan subjek sering berpergian ke kampus atau sebagainya jika keluar tidak menggunakan <i>make up</i> merasa kurang percaya diri. Pembelian produk tersebut sering melalui <i>online shop</i> subjek merasa tertarik jika ada diskon atau promo N merasa ingin membeli produk tersebut meskipun barang tersebut masi ada / belum habis. | Berdasarkan hasil wawancara subjek A tergolong pada aspek pemborosan dan ( <i>pleasure seeking</i> )                      |
| E      | Subjek E mudah terpengaruh dengan iklan-iklan yang bermunculan baik di media sosial maupun di situs belanja online subjek tanpa berpikir panjang saat membeli barang-barang yang di inginkan. Menurut pengakuan subjek beberapa barang (pakaian) hanya dipakai hanya beberapa kali.  | Berdasarkan hasil wawancara bahwa subjek tergolong pada aspek ( <i>implusive buying</i> dan <i>wasteful buying</i> )      |

|   |  |   |
|---|--|---|
| H | Menurut pengakuan subjek hampir setiap hari membuka aplikasi belanja online setiap melihat barang-barang lucu dan harganya murah subjek langsung membelinya. Meskipun subjek sudah memiliki barang tersebut.                             | Subjek tergolong pada aspek ( <i>wasteful buying</i> )  |
| S | Subjek S sering membeli pakaian bermerek dari brand yang terkenal ( <i>eiger</i> ) mempunyai banyak pakaian dari brand tersebut menurut pengakuan subjek barang/ pakaian tersebut jarang/ beberapa kali dipakai. (hanya koleksi semata)  | Hal ini menunjukkan bahwa subjek tergolong pada aspek ( <i>non-rational buying</i> )  |
| C | Setiap membuka aplikasi belanja online, menurut pengakuan subjek subjek tertarik untuk membeli barang-barang yang menurutnya menarik untuk dimiliki, meskipun baju-baju yang dimiliki sudah banyak dan jarang dipakai                    | Subjek C tergolong pada aspek ( <i>impulsive buying</i> , dan ( <i>wasteful buying</i> )  |
| R | Subjek suka dalam memodifikasi motor, barang barang yang digunakan merupakan barang yang tergolong mahal. Menurut pengakuan subjek R selalu <i>update</i> untuk memiliki barang-barang terbaru ketika melihat referensi di media sosial. | Hal ini menunjukkan bahwa subjek tergolong pada aspek ( <i>impulsive buying</i> , <i>non rational buying</i> , dan ( <i>wasteful buying</i> ) |

Berdasarkan hasil wawancara pada 8 orang mahasiswa ditemukan fenomena menarik bahwa sebagian dari mereka memiliki alasan tertentu yang lebih spesifik bahwa mereka berperilaku konsumtif dikarenakan merasa merasa menjadi pusat perhatian, rasa percaya diri meningkat, dan ingin selalu *update* pada *trend* yang ada.

Purnama (2021), remaja seharusnya berusaha mengontrol diri dalam mengatur gairah berbelanja. Perilaku konsumtif remaja yang berlebihan memiliki dampak negatif terhadap lingkungan. Pertama ketika barang masuk input dalam pembuatan suatu produk, itu berarti penggunaan sumber daya boros, karena melebihi dosis yang dibutuhkan. Dampak kedua meningkatnya aktivitas akhir dari perilaku konsumtif, pada produk. Efek buruk dari perilaku konsumtif yang lainnya adalah pemborosan dan efektivitas biaya. Secara psikologis konsumtif membuat orang mengalami perasaan tidak aman dan cemas. Hal ini dikarenakan individu selalu merasa terdorong untuk membeli item yang dia inginkan, tetapi aktivitas belanja tidak didukung keuangan yang memadai, maka munculnya ketakutan karena keserakahannya tidak puas diri merasa minder ketika tidak bisa membeli apa yang diinginkannya.

Perilaku konsumtif sangat berpengaruh dan menentukan kehidupan seseorang secara keberlanjutan, usia produktif sebagaimana penjelasan diatas perlu di telusuri lebih jauh bagaimana kaum milenial ini terjebak dalam lingkaran konsumtif, hal ini sepemahaman dengan ungkapan wahyudi (2013), menyatakan bahwa berkonsumsi tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun berkonsumsi dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya. Penting bagi kita untuk menanamkan perilaku konsumtif secara rasional bukan hanya pada diri sendiri namun sejak usia dini agar setiap aktivitas ekonomi sesuai dengan ukuran parameternya yaitu sumber daya yang dimilikinya berupa uang dan mindset (pola berfikir) dengan kebutuhan yang ada.

Hasil riset Chanda (2017), mahasiswa adalah salah satu objek yang paling baik untuk diteliti para ahli pemasaran karena pada dasarnya mahasiswa sangat mudah terbuju dengan rayuan-rayuan iklan yang ada, dan juga kadang kala mereka suka mengikuti gaya temannya, dan juga lebih mengedepankan gengsinya untuk memiliki barang-barang yang bermerek atau barang-barang yang sedang trend di lingkungannya atau bahkan di kampusnya supaya mereka tidak dianggap ketinggalan zaman dan sama dengan temannya. Mahasiswa ini juga sama dengan masyarakat pada umumnya atau masyarakat yang memiliki kebutuhannya.

Abadi, et, al (2020) juga menjelaskan bahwa perilaku konsumtif biasanya sering terjadi pada kalangan remaja. Saat ini banyak remaja yang terjerumus dalam kehidupan yang bermewah-mewahan. Dengan suka rela, para remaja mengeluarkan uang untuk menuruti segala keinginannya, bukan karena sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi, dengan kecenderungan yang senang menghamburkan uang untuk membeli makanan, pakaian, dan pamer. Misalnya, berpergian ke tempat ramai seperti *mall*, *kafe*, restoran hanya sebatas mencari kesenangan dengan cara foto dan mengunggahnya di *instastory* pribadi. Dalam hal ini, mereka dikelilingi oleh remaja lain yang juga sama berperilaku konsumtif sehingga banyak dari sekelompok remaja yang meniru gaya, tren, *fashion*, hanya untuk membuktikan kepada temannya bahwa remaja tersebut tidak mau kalah dari temannya. Jika seorang remaja berada di lingkungan pergaulan teman-temannya yang hidup mewah secara otomatis remaja tersebut juga akan mengikutinya.

Dikalangan mahasiswa kegiatan konsumtif juga sangat mengutamakan gaya hidup, perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa lebih cenderung mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan tanpa melihat pertimbangan dimana mahasiswa hanya melihat dari sisi kesenangan dan kepuasan yang mementingkan prioritas daripada kebutuhan, gaya hidup mahasiswa sewaktuwaktu dapat berubah, perubahan gaya hidup ini bukan karena mahasiswa lebih mengutamakan kebutuhan daripada prioritas, akan tetapi mereka merubah gaya hidup yang sebelumnya dengan mengikuti zaman. Dalam hal ini mahasiswa akan meniru perilaku yang dilakukan dilingkungan sekitarnya. Peniruan ini terutama dilakukan oleh mahasiswa remaja, mereka yang sering bergabung dengan temannya akan melihat teman lainnya baik itu dalam mereka melihat cara berpakaian atau mereka juga akan melihat barang-barang yang dimiliki oleh teman lainnya termasuk gaya hidup temannya (Dewi, 2017).

## 1.2 Identifikasi Masalah

Kontrol diri menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Kontrol diri merupakan kemampuan seseorang dalam mengendalikan perilaku mereka guna mencapai tujuan tertentu. Seorang individu, dengan kendali yang baik, memahami benar konsekuensinya akibat tindakan yang akan mereka lakukan. Dengan kata lain, individu dengan pengendalian diri yang baik tidak akan bersikap gegabah sehingga dapat memicu kerugian pada diri mereka sendiri. Pengendalian diri merupakan gambaran keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatakan perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti apa yang dikehendaki.

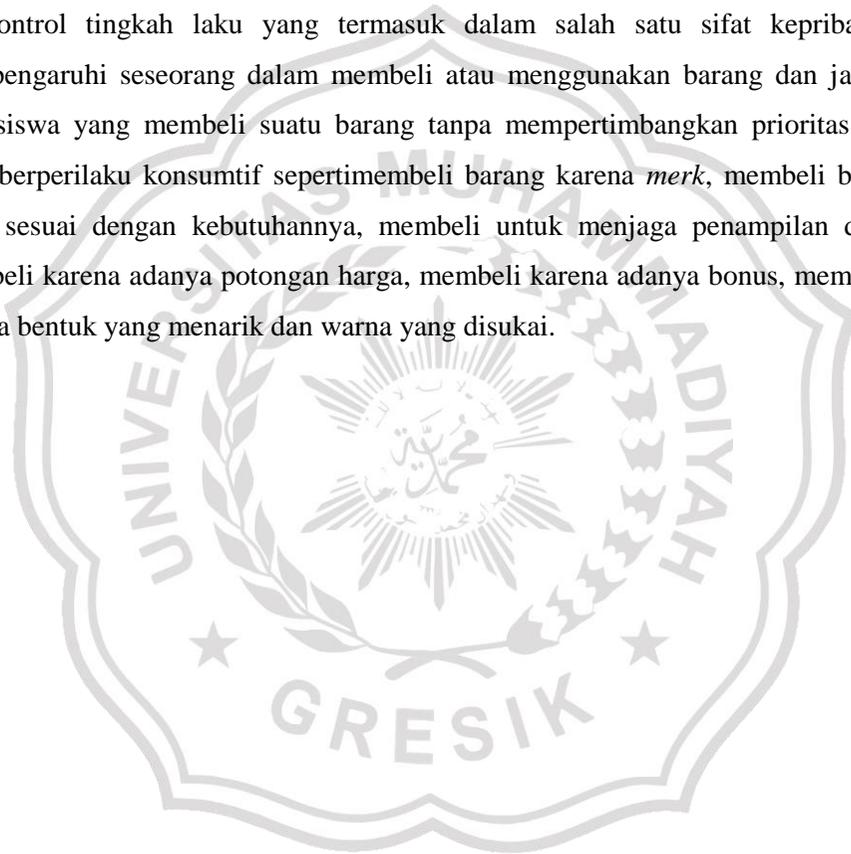
Kendali diri erat kaitannya dengan kondisi emosional seseorang. Individu yang pandai dalam mengola emosi dapat mengendalikan diri dengan baik, karena mereka mengekspresikan emosi yang dimilikinya secara baik, tepat, dan benar. Berbeda dengan pribadi yang tidak dapat mengendalikan emosi, mereka cenderung mengekspresikan perasaan secara berlebihan. Kendali diri berkaitan dengan bagaimana individu itu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dalam dirinya. Dengan kata lain, semakin baik individu itu dalam pengelolaan gejala emosionalnya semakin baik kemampuan mereka dalam pengendalian dirinya.

Idealnya, seseorang dengan pengendalian diri yang tinggi mampu membuat keputusan, menimbang segala sesuatu dengan hati-hati. Seseorang dengan pengendalian diri yang baik dapat mengendalikan emosi dan dorongan pribadi, yang memudahkan untuk mengontrol perilakunya, terutama ketika mereka mengkonsumsi barang atau jasa. Namun tidak semua orang memiliki pengendalian diri yang baik dalam hal pengeluaran uang, sehingga terjadi pembelian yang tidak sesuai dengan kebutuhannya dan mudah menimbulkan perilaku belanja (Fitriyani, 2016).

Ghufon & Risnawita (2011) kontrol diri sebagai suatu kemampuan menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa kearah konsekuensi positif. Kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun dan meningkatkan hasil serta tujuan tertentu seperti yang diinginkan.

Calhoun dan Acocella (1995) mengemukakan dua alasan yang mengharuskan individu mengontrol secara kontinu. Pertama individu hidup bersama kelompok sehingga dalam memuaskan keinginannya individu harus mengontrol perilakunya agar tidak mengganggu kenyamanan orang lain. Kedua, masyarakat mendorong individu secara konstan menyusun standar yang lebih baik bagi dirinya. Ketika berusaha memenuhi tuntutan, dibuatkan pengontrolan diri agar dalam pencapaian proses standar tersebut individu tidak melakukan hal-hal yang menyimpang.

Munandar (2006) bahwa kontrol diri yaitu kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa. Artinya mahasiswa yang membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan prioritas cenderung akan berperilaku konsumtif sepertimembeli barang karena *merk*, membeli barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya, membeli untuk menjaga penampilan dan gengsi, membeli karena adanya potongan harga, membeli karena adanya bonus, membeli barang karena bentuk yang menarik dan warna yang disukai.



**Tabel 1.2 Hasil Wawancara Mengenai Kontrol Diri Mahasiswa**

| Subjek | Hasil wawancara   | Kesimpulan                                    |
|--------|---|---|
| A      | Hasil dari wawancara subjek ini yang merupakan anak tunggal dimana dibesarkan oleh orang tuanya yang berkecukupan dimana setiap yang di inginkanya harus terpenuhi, subjek juga mempunyai barang barang branded baik Fashion ataupun Elektronik. Hal ini menyebabkan subjek setiap subjek berkeinginann membeli sesuatu harus tercapai.   |   |
| K      | Hasil dari wawancara subjek ini yang merupakan seseorang yang dibesarkan oleh neneknya. Dikarenakan kedua orang tuanya bekerja diluar pulau / merantau sejak subjek duduk di bangku SMP. Subjek mendapatkan uang bulanan yang tergolong banyak dimana subjek tidak bisa mengontrol pengeluaran setiap bulannya.   |   |
| N      | Subjek merupakan anak terakhir dari 2 bersaudara, dimana saudaranya sudah berkeluarga dan tidak tinggal bersamanya. Hal ini membuat subjek dimanja oleh orang tuanya dimana setiapa keinginanya selalu dituruti. Subjek juga sering berbelanja baik offline ataupun online menurut pengakuan subjek sering berbelanja melalui e-commerce / media sosial subjek merasa tertarik jika ada iklan barang yang muncul. |   |
| E      | Menurut pengakuan subjek E susah mengontrol dirinya apalagi ketika ada promo apalagi ketika dipromosiin oleh selebgram, menurut pendapatnya barang yang dipromosikan oleh selebgram/ artis merupakan barang yang berkualitas bagus.   | Berdasarkan hasil wawancara subjek tidak bisa |
| H      | Subjek H suka berbelanja online apalagi ketika ada iven, seperti akhir tahun, atau 7-7 banyak diskon atau tawaran menarik seperti <i>buy one get one, free ongkir</i> .   | mengontrol dirinya berdasarkan 3 aspek        |
| S      | Subjek S sering membelili pakaian bermerek dari brand yang terkenal (eiger) mempunyai banyak pakaian dari brand tersebut menurut pengakuan subjek barang/ pakaian tersebut jarang/ beberapa kali dipakai. (hanya koleksi semata).   | kontrol diri                                  |
| C      | Subjek tertarik untuk membeli barang-barang/ pakaian yang menurutnya menarik untuk dimiliki, meskipun barang/ pakaian yang dimiliki sudah banyak dan jarang dipakai.  |   |
| R      | Subjek R sering mengganti <i>sperpart/ accecoris</i> motor meskipun sudah memilikinya R selalu update ke barang barang yang terbaru   |   |

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti pada 8 subjek Mahasiswa ke 8 subjek tersebut tidak bisa mengontrol dirinya dimana 3 aspek tersebut yaitu : Kontrol Perilaku, Kontrol Kognitif, dan Kontrol Keputusan.

Mahasiswa yang memiliki kontrol diri lemah adalah mahasiswa yang tidak mampu mengelola informasi yang didapatkan, tidak mampu mengontrol emosi, dan tidak mampu mengontrol perilaku sehingga mahasiswa berperilaku emosional dan cenderung impulsif. Dengan demikian, mahasiswa yang memiliki kontrol diri lemah akan membuat keputusan membeli barang-barang berdasarkan merek dan menarik perhatian tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu manfaat atau kebutuhannya sebagai mahasiswa. Menurut Kusumadewi (2012) mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang lemah akan cenderung sulit mencari pemecahan masalah dan cenderung untuk mengambil jalan pintas yang berujung pada pelanggaran norma sosial, seperti meluapkan emosi bukan pada tempatnya.

Sementara mahasiswa yang memiliki kontrol diri kuat adalah mahasiswa yang dapat mengendalikan situasi dan emosi yang diterima dari lingkungan, dapat mengelola keputusan berdasarkan apa yang diyakininya dan mampu menilai keadaan berdasarkan dari segi positif secara subjektif. Dengan demikian ketika mahasiswi dihadapkan dengan stimulus berupa barang-barang yang bermerek atau menarik, mahasiswi dengan kontrol diri yang kuat tidak akan membeli barang-barang tersebut, namun akan membeli sesuai dengan kebutuhannya sebagai mahasiswi. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kusumadewi (2012) bahwa mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang tinggi dapat mengendalikan perilaku, emosi, serta dapat menafsirkan dan melakukan antisipasi atas kejadian yang mungkin terjadi.

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini dibatasi pada pembahasan mengenai Hubungan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa. Permasalahan pada penelitian ini dibatasi gambaran kontrol diri yang dipengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terfokus dan memperoleh hasil yang maksimal.

#### 1. Kontrol diri

Ghufron & Risnawita (2011) kontrol diri sebagai suatu kemampuan menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa kearah konsekuensi positif. Kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun dan meningkatkan hasil serta tujuan tertentu seperti yang diinginkan.

#### 2. Perilaku Konsumtif

Hotpascaman (2010:2) “perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifat nya menjadi berlebihan,” Pola konsumtif yang dimaksud adalah pola perbelanjaan dan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan hal ini akan cenderung ke hasrat duniawi atau kesenangan semata.

#### 3. Mahasiswa

Mahasiswa dapat di definisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi (Siswoyo,2007).

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apakah ada Hubungan Perilaku konsumtif terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik”

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empirik Hubungan Perilaku Konsumtif terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang perilaku konsumtif dan Kontrol Diri dikalangan mahasiswa.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Mahasiswa  
Hasil penelitian ini diharapkan menjadi tolak ukur kemampuan pola berpikir agar memperoleh informasi yang utuh sehingga bisa merubah perilaku konsumtif menjadi produktif .
  - b. Bagi Peneliti selanjutnya  
Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis sehingga mampu menjadi acuan dalam penyempurnaan penelitian.