



Hubungan Antara Kontrol Diri dan *Compulsive Buying* pada Remaja Akhir Pengguna Layanan *Food Delivery Service* di Denpasar

Jonathan

Universitas Udayana

Received: 01 Mei 2024

Revised: 08 Mei 2024

Accepted: 15 Mei 2024

Abstract

Late teens, namely in the age range 18 – 23 years, are the age range where teenagers tend to develop shopping habits, one of these shopping habits is compulsive buying (compulsive shopping). There are factors that influence the occurrence of compulsive buying in teenagers, one of which is self-control. This research was conducted to determine whether there is a relationship between self-control and compulsive buying in late adolescents who use food delivery services. The type of research carried out was quantitative research using a one-stage cluster sampling technique involving 147 late adolescents who live in West Denpasar sub-district. Data collection was carried out boldly using a questionnaire consisting of; The Self-Control Scale with a reliability coefficient of 0.896 and the Compulsive Buying Scale with a reliability coefficient of 0.35. Data analysis in this study used a simple linear regression test technique. The results of the simple regression test show a significance value of 0.000 ($P < 0.05$). The results of these values indicate that self-control has a significant influence on compulsive buying of 49.9% ($R^2 = 0.499$; significance value $0.000 < 0.05$). Thus, the higher the self-control they have, the lower the level of compulsive buying by young people who use food delivery services in West Denpasar.

Keywords: *Compulsive buying, food delivery service, self-control, late adolescence*

(*) Corresponding Author: jonathan2810lim@gmail.com

How to Cite: Jonathan, J. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Compulsive Buying pada Remaja Akhir Pengguna Layanan Food Delivery Service di Denpasar. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11435985>.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi nyatanya berdampak sangat besar kepada tatanan kehidupan manusia. Perilaku konsumen turut berubah menyesuaikan dengan kebutuhan perkembangan teknologi dan informasi masa kini. Pesatnya perkembangan internet terus memberikan ruang untuk berkembangnya bisnis-bisnis diarahkan online dengan tumbuhnya berbagai toko berbasis internet atau yang kerap disebut toko online (*online shop*) (Demirci, 2008). Indonesia adalah salah satu negara dengan pasar layanan pesan-antar makanan daring (*food delivery service*) terbesar di Asia Tenggara. Menurut laporan Momentum Works, nilai transaksi bruto (*gross merchant value/GMV*) layanan *food delivery service* di Indonesia mencapai US\$4,5 miliar atau sekitar Rp67,89 triliun pada 2022 (kurs Rp15.087/US\$). Adapun *GrabFood* menjadi penyedia layanan *food delivery service* terbesar di Indonesia pada 2022 dengan pangsa pasar 49%, sedangkan *GoFood* 44%, dan *ShopeeFood* 7% (Annur, 2023).

Belanja online adalah suatu proses transaksi yang dilakukan melalui media atau perantara yang berupa situs-situs atau forum jual beli online ataupun media



sosial yang menyediakan barang atau jasa yang diperjualbelikan. Kini sudah menjadi kebiasaan bagi sebagian besar masyarakat untuk melakukan belanja secara online. Menurut Kellet dan Bolton (How & Ren, 2016), *compulsive buying* adalah urgensi atau dorongan yang tidak dapat terkekang dan tidak dapat dikendalikan, yang dapat berakibat dalam aktivitas belanja yang berlebihan, menghabiskan banyak uang dan mengonsumsi waktu. Dalam penelitian Ghufro dan Risnawita (2012) ditemukan bahwa terdapat dua faktor yang dapat memengaruhi individu dalam melakukan perilaku *compulsive buying* secara signifikan, yang pertama yaitu faktor internal dan yang kedua faktor eksternal. Faktor internal, yaitu faktor dari dalam diri individu sendiri yang menyebabkan perilaku *compulsive buying* seperti kontrol diri. Kedua adalah karena adanya faktor eksternal, yaitu faktor yang berasal dari luar diri individu seperti adanya pengaruh dari lingkungan yang membentuk seseorang untuk melakukan perilaku *compulsive buying*. Benson (2010) mengklasifikasi penyebab ketika seorang individu yang menjadi *compulsive buying*. Secara psikologis, *compulsive buyers* mengalami masa kecil yang kurang bahagia, merasa ditolak, kurang mendapatkan perhatian, adanya waktu luang yang tidak dimanfaatkan dengan baik, kurangnya percaya diri, dan gencarnya promosi dan penawaran yang ada melalui berbagai media yang saat ini sedang diminati melalui situs atau aplikasi belanja online, atau dalam konteks penelitian ini, layanan *food delivery service*. Ketika memasuki usia remaja, para *compulsive buyers* ini mulai melepaskan ketegangan yang dialami sejak masih kecil. Namun, kebanyakan tidak bisa menghentikan kebiasaan ini, sehingga prosesnya berulang dan membuat kecanduan yang dinamakan dengan *compulsive buying* (Benson, 2010).

Salah satu faktor internal yang dapat memengaruhi perilaku *compulsive buying* adalah bagaimana seseorang dapat mengendalikan perilakunya untuk mencapai tujuan yang diinginkan atau menghindari diri dari konsekuensi negatif. Individu harus mampu mengendalikan perilakunya untuk membatasi dan menyadari kebutuhan dan juga urgensi ketika ingin melakukan aktivitas berbelanja. Kontrol diri menurut Goldfried dan Merbaum (1973) adalah suatu kemampuan yang dimiliki individu untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu tersebut ke arah konsekuensi positif. Kontrol diri dapat juga mengarahkan keputusan individu melalui proses pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang akan disusun untuk menyesuaikan hasil dan tujuan yang diinginkan. Kemampuan kontrol diri dapat menginterpretasikan suatu stimulus dan mempertimbangkan konsekuensi dari perilakunya. Kontrol diri dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan dalam mengendalikan tingkah laku. Terdapat beberapa aspek-aspek sebagai berikut; kemampuan untuk mengontrol perilaku impulsif, kemampuan untuk mengontrol stimulus, kemampuan untuk mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian, dan kemampuan untuk mengambil keputusan. Alasan penggunaan konsep dari Averill (1973) dalam mengukur tingkat kontrol diri yang dimiliki oleh individu yaitu dapat diketahui mengenai jenis kontrol diri yang digunakan oleh individu lebih jelas dan lebih rinci. Hal ini disebabkan pada konsep ini dapat diketahui aspek-aspek apa saja yang digunakan oleh individu dalam melakukan proses pengontrolan diri (Goldfried & Merbaum, 1973).

Kelompok usia remaja merupakan kelompok usia yang sedang berada pada periode transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, dapat terlihat juga

beberapa perubahan secara biologis, kognitif, dan sosio-emosional (Santrock, 2007). Pada masa-masa tersebut, para remaja sedang berada pada tahap pencarian identitas, sehingga para remaja juga cenderung menciptakan suatu yang perbedaan dari teman-teman seusianya, baik dari sisi pakaian, gaya rambut, cara berdandan, maupun bertingkah laku. Terdapat juga suatu kecenderungan dalam diri seorang remaja untuk memiliki rasa keingintahuan yang lebih akan hal-hal yang baru sehingga mereka tidak ragu juga untuk mencoba hal-hal baru (Sholihah dan Kuswardani, 2011). Selain itu, remaja juga sangat mudah terpengaruh oleh rayuan iklan, mudah dipengaruhi oleh perubahan sekitar, dan juga cenderung sulit dalam mengendalikan pengeluaran uangnya (Sari, 2009). Pembeli kompulsif rata-rata berada pada rentang usia remaja atau awal dua puluhan, meskipun ditemukan juga kemungkinan individu yang berusia rata-rata di awal 30 tahun memiliki kebiasaan pembelian kompulsif (Mitchell, 2009). Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Titin Ekowati (2009) yang menemukan bahwa usia yang berkisar antara 18 sampai dengan 21 tahun memiliki kecenderungan yang tinggi untuk berperilaku membeli secara kompulsif, dengan jumlah mencapai 52% dari 447 respondennya. Pembelian kompulsif pada dasarnya dapat terjadi pada siapa saja dengan tingkatan pendapatan yang beragam, bahkan individu yang memiliki pendapatan tinggi pun

METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Azwar (2015), skala merupakan instrumen ukur yang terdiri dari kumpulan aitem yang telah dirancang oleh peneliti, dengan mengikuti kaidah penulisan aitem dan telah disusun berdasarkan aspek dan indikator yang sesuai dengan skala yang digunakan. Terdapat dua skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *compulsive buying* dan skala kontrol diri. Ketiga skala tersebut menggunakan jenis skala Likert yang terdiri dari empat pilihan jawaban. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2011). Jawaban yang dipilih adalah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan responden sebenarnya. Adapun susunan pernyataan sikap dibagi menjadi pernyataan *favorable* dan pernyataan *unfavorable*. Variabel *compulsive buying* akan di ukur menggunakan *Compulsive buying scale* yang diadaptasi dari skripsi yang ditulis oleh Amalia (2020) dengan reliabilitas sebesar 0.918 yang terdiri dari 27 item. Skala kontrol diri pada penelitian ini menggunakan dasar konsep kontrol diri yang dipelopori oleh Averill (1973).

Terdapat dua skala atau alat ukur yang diuji coba dalam penelitian ini yaitu Skala *Compulsive Buying* dan Skala Kontrol Diri. Sebelum dilakukannya uji coba, peneliti melakukan uji validitas dengan *expert judgement* yakni dosen pembimbing skripsi. *Expert Judgement* dilakukan dengan cara pemberian masukan secara kualitatif berupa *feedback* oleh dosen pembimbing skripsi. Setelah itu, skala penelitian ini disebarluaskan secara online dalam bentuk Google Formulir yang terdiri atas 5 bagian, yaitu bagian pertama berisi *informed consent* sebagai bentuk lembar kesediaan responden berpartisipasi dalam penelitian ini, bagian kedua yang berisi identitas responden, bagian ketiga berisi Skala *Compulsive Buying* disertai petunjuk pengisiannya, bagian keempat yang berisi Skala Kontrol Diri disertai petunjuk pengisiannya, dan bagian kelima atau terakhir yang berisi ucapan terima kasih atas kesediaan responden sudah bersedia terlibat dalam uji coba alat ukur penelitian.

Proses pengambilan data uji coba alat ukur ini dilakukan pada tanggal 26 Juni - 13 Juni 2023.

Validitas merupakan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang akurat dan tepat sesuai dengan tujuan pengukuran tersebut. Sugiyono (2011) mengemukakan bahwa validitas instrumen berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur data tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah alat ukur dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila alat ukur tersebut mampu menunjukkan data yang akurat dalam memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur agar sesuai dengan tujuan pengukuran (Azwar, 2015). Menurut Azwar (2012) validitas isi (*content validity*) merupakan proses validasi yang dilakukan dengan cara pengujian terhadap kelayakan atau relevansi dari isi pada alat ukur yang diberikan kepada yang lebih berkompeten atau *expert judgement*, validitas isi juga menunjukkan sejauh mana indikator-indikator pada suatu alat ukur benar-benar relevan dan merupakan representasi yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Pengukuran terhadap validitas isi dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan teknik *expert judgement* yang dilakukan oleh dosen pembimbing agar aitem-aitem dalam alat ukur tersebut sesuai dengan *blue print* atau indikator perilaku yang hendak diukur.

Uji daya diskriminasi aitem telah dilakukan pada skala kontrol diri yang terdiri dari 29 aitem. Hasil uji daya diskriminasi aitem yang dilakukan telah menghasilkan 21 aitem. Aitem-aitem yang valid telah memiliki koefisien korelasi aitem-total yakni sebesar 0,286 hingga 0,757. Uji daya diskriminasi aitem telah dilakukan pada skala *compulsive buying* yang terdiri dari 30 aitem. Hasil dari uji daya diskriminasi aitem yang dilakukan telah menghasilkan 20 aitem. Aitem-aitem yang valid telah memiliki koefisien korelasi aitem- total yakni dengan rentangan sebesar 0,253 hingga 0,643.

Penelitian dimulai pada tanggal 17 Juli 2023, peneliti menyebarkan kuesioner penelitian secara online menggunakan *google form*, melalui berbagai platform media sosial kepada masyarakat dan juga broadcast melalui platform seperti *LINE* dan *Whatsapp*. Peneliti juga meminta bantuan teman-teman untuk membagikan kuesioner kepada grup yang relevan dengan populasi penelitian. Skala pada *google form* disebar oleh peneliti terdiri dari *informed consent*, identitas diri, petunjuk pengisian, skala kontrol diri dan skala *compulsive buying*. Peneliti memperoleh sampel sebanyak 147 orang yang mengisi kuesioner melalui *google form* dan layak untuk dianalisis. Berdasarkan data yang sudah dikumpulkan, terdapat 147 responden yang berdomisili di Denpasar Barat dengan rentang usia 18 sampai 23 tahun, mayoritas pada usia 22 tahun dengan persentase sebesar 22,4%. Karakter subjek penelitian menunjukkan bahwa mayoritas jenis kelamin dalam penelitian adalah laki-laki dengan persentase sebesar 52,4%. Sumber pendapatan mayoritas masih dari orang tua dan rata-rata pengeluaran belanja dalam sebulan mayoritas di Rp. 1.000.000,00 s/d Rp. 2.000.000,00.

Tabel Deskripsi Statistik Data Penelitian

Variabel Penelitian	N	Mean Teoretis	Mean Empiris	Standar Deviasi Teoretis	Standar Deviasi Empiris	Sebaran Teoretis	Sebaran Empiris	t (sig.)
Kontrol Diri	147	52,5	72,25	10,5	4,703	21 – 84	40 – 83	186,253 (0.000)
<i>Compulsive Buying</i>	147	50	31,60	10	5,173	20 – 80	26 - 57	74,057 (0.000)

Tabel Deskripsi Kategorisasi Tingkat Kontrol Diri

Rentang Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
$X \leq 37$	Sangat Rendah	1	0,7 %
$37 \leq 47$	Rendah	1	0,7 %
$47 \leq 58$	Sedang	4	2,7 %
$58 \leq 68$	Tinggi	114	77,6 %
$68 \leq X$	Sangat Tinggi	27	18,4 %
Total		147	100 %

Berdasarkan hasil kategorisasi pada Tabel Deskripsi Kategorisasi Tingkat Kontrol Diri, terlihat bahwa terdapat variasi taraf kontrol diri yang dimiliki oleh subjek penelitian. Mayoritas subjek taraf kontrol diri yang tinggi yaitu mencapai 114 orang dengan persentase mencapai 77,6 %, kemudian diikuti dengan 27 orang yang memiliki taraf kontrol diri yang sangat tinggi dengan persentase mencapai 18,4 %, subjek dengan taraf kontrol diri yang sedang yang berjumlah 4 orang dengan persentase 2,7 % dan 1 orang memiliki taraf kontrol diri yang rendah dan sangat rendah dengan persentase mencapai 0,7 %.

Tabel Deskripsi Kategorisasi Tingkat Compulsive Buying

Rentang Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
$X \leq 35$	Sangat Rendah	132	89,8 %
$35 \leq 45$	Rendah	7	4,8 %
$45 \leq 55$	Sedang	7	4,8 %
$55 \leq 65$	Tinggi	1	0,7 %
$65 \leq X$	Sangat Tinggi	0	0 %
Total		147	100 %

Berdasarkan hasil kategorisasi pada tabel deskripsi kategorisasi tingkat *compulsive buying*, menunjukkan bahwa terdapat variasi taraf *compulsive buying* yang dimiliki oleh subjek penelitian. Mayoritas subjek memiliki taraf *compulsive buying* yang sangat rendah yaitu mencapai 132 orang dengan persentase mencapai 89,8 %, kemudian sebanyak 7 orang memiliki taraf *compulsive buying* rendah dan sedang dengan persentase 4,8 %, subjek yang memiliki taraf *compulsive buying* tinggi sebanyak 1 orang dengan persentase 0,7 %, serta tidak ada subjek yang memiliki taraf *compulsive buying* yang sangat tinggi.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi sederhana atau *simple regression*. Uji regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap kondisi variabel terikat. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu uji regresi sederhana. Teknik regresi berganda dilakukan untuk memprediksi peran antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikatnya. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan SPSS 26.0. Pengambilan keputusan hipotesis pada hasil dari nilai signifikansi, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang mengindikasikan bahwa variabel bebas berpengaruh secara

signifkan terhadap variabel terikat (Santoso, 2016). Berdasarkan asumsi tersebut, maka hasil dari uji regresi ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel Hasil Uji Regresi Sederhana

	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	625,500	1	626,500	211,160	0,00
<i>Residual</i>	430,207	145	2,967		

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai R adalah 0,749 dengan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,561. Hal tersebut menjelaskan bahwa kontrol diri memiliki hubungan yang mencapai 74,9 % terhadap *compulsive buying* yang mencapai, sedangkan variabel lain yang tidak diteliti memiliki peran mencapai 25,1 % terhadap *compulsive buying*.

Tabel Besaran Sumbangan Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
0,749	0,561	0,558	3,439

Dari hasil uji regresi sederhana juga diperoleh data yang menunjukkan peran variabel bebas. Variabel kontrol diri memiliki nilai koefisien beta terstandarisasi sebesar 0,749 dan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga kontrol diri berperan dalam mengurangi *compulsive buying*. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah tingkat *compulsive buying* pada subjek.

Tabel Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Hasil
	Ha:	
1	Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku <i>compulsive buying</i> pada remaja akhir pengguna layanan food delivery service di Denpasar	Ha Diterima
	H0:	
2	Kontrol diri tidak berpengaruh terhadap perilaku <i>compulsive buying</i> padaremajaja akhir pengguna layanan food delivery service di Denpasar	H0 Ditolak

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan utama untuk menganalisis hubungan antara tingkat kontrol diri dan kecenderungan *compulsive buying* pada kalangan remaja akhir yang merupakan pengguna layanan pengiriman makanan (*food delivery service*) di wilayah Denpasar. Dalam konteks penelitian ini, kontrol diri merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengendalikan dorongan, impuls, atau tindakan kompulsif maupun impulsif yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan terkait pembelian, sedangkan *compulsive buying* sendiri mengarah kepada kecenderungan untuk melakukan pembelian secara berlebihan atau tanpa perencanaan yang matang, sering kali dilakukan sebagai respons terhadap dorongan emosional, atau dalam konteks penelitian ini kurangnya kontrol diri. Penelitian ini berfokus pada populasi remaja akhir, yang dimana dalam penelitian ini diperoleh pula responden pada rentang usia 18 hingga 23 tahun berdasarkan kriteria yang digunakan oleh Santrock (2013). Penentuan lokasi penelitian dilakukan di Denpasar

Barat. Dalam survei ini, sebanyak 147 orang responden telah berpartisipasi. Dari data yang dikumpulkan, mayoritas dari partisipan adalah remaja laki-laki, dengan persentase 52,4%, dan sisanya adalah remaja perempuan dengan persentase 47,6%. Selain itu, rentang usia dari partisipan ini didominasi oleh mereka yang berusia 20 dan 21 tahun. Sumber utama pendapatan remaja dalam penelitian ini berasal dari orang tua atau keluarga, yang mencerminkan ketergantungan keuangan pada orang tua. Dalam konteks pengeluaran belanja bulanan, mayoritas remaja memiliki kisaran pengeluaran antara Rp. 1.000.000,00 hingga Rp. 2.000.000,00. Hal ini menggambarkan pola belanja remaja dan sejauh mana tingkat pengeluaran mereka dalam menggunakan layanan *food delivery service*.

Penelitian ini memiliki relevansi penting mengingat peran layanan pengiriman makanan dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi populasi remaja akhir yang seringkali memiliki keterbatasan dalam hal mobilitas, waktu dan juga rentan terhadap pengaruh iklan dan tren konsumsi. Selain itu, potensi pengaruh kontrol diri terhadap kecenderungan *compulsive buying* juga memiliki implikasi yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi dan kesejahteraan psikologis remaja.

Penelitian ini menggunakan metode regresi sederhana sebagai alat analisis statistik untuk menguji hipotesis yang bertujuan untuk menggali pengaruh kontrol diri terhadap perilaku *compulsive buying* pada populasi remaja akhir yang menggunakan layanan pengiriman makanan (*food delivery service*) di wilayah Denpasar. Teknik regresi sederhana digunakan untuk memahami sejauh mana variabel terikat (kontrol diri) dapat memprediksi, berkontribusi atau berpengaruh terhadap besaran variasi dalam perilaku variabel bebas yang diukur yaitu *compulsive buying*. Pada tahap pengambilan keputusan hipotesis, peneliti menggunakan nilai signifikansi (*p-value*) untuk menentukan apakah hubungan antara variabel kontrol diri dan perilaku *compulsive buying* secara statistik signifikan. Jika nilai *p-value* kurang dari 0,05 maka hubungan dianggap signifikan. Hasil dari uji regresi sederhana menunjukkan bahwa variabel kontrol diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *compulsive buying* dengan nilai $p < 0,05$. Artinya, terdapat indikasi kuat bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, semakin rendah kemungkinannya untuk terlibat dalam perilaku *compulsive buying*.

Hasil uji regresi sederhana dalam penelitian ini mengungkapkan temuan yang menarik mengenai hubungan antara variabel kontrol diri dan tiga aspek dari perilaku *compulsive buying*, yaitu *tendency to spend*, *reactive aspect*, dan *post-purchase guilt*. Penemuan ini memiliki implikasi penting dalam memahami bagaimana kontrol diri dapat memengaruhi berbagai dimensi dari perilaku *compulsive buying*. Hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa variabel kontrol diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tiga aspek perilaku *compulsive buying*, yaitu *tendency to spend*, *reactive aspect*, dan *post-purchase guilt*, dengan nilai $p < 0,05$. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, semakin rendah kemungkinannya untuk menunjukkan kecenderungan untuk menggunakan layanan *food delivery service* secara kompulsif, bereaksi secara berlebihan terhadap stimulus belanja, dan merasa bersalah setelah melakukan pembelian. Interpretasi hasil ini dapat ditemukan dalam penelitian sebelumnya, khususnya dalam karya Edwards yang dikutip dalam

penelitian Masita (2017). Dalam konteks ini, "*tendency to spend*" mengacu pada kecenderungan seseorang untuk lebih sering dan dengan cepat menghabiskan uang tanpa pertimbangan yang matang. Temuan ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kontrol diri yang lebih tinggi cenderung lebih mampu mengendalikan stimulus belanja ini.

Penemuan ini memberikan kontribusi penting dalam penemuan tentang bagaimana faktor psikologis, seperti kontrol diri, dapat memberi kontribusi pengaruh terhadap perilaku konsumtif seperti *compulsive buying*. Implikasinya dapat membantu dalam mengembangkan pendekatan pencegahan dan intervensi yang lebih efektif untuk mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan di kalangan remaja akhir pengguna layanan pengiriman makanan di Denpasar. Selain itu, temuan ini juga dapat membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut guna mendalami faktor-faktor lain yang mungkin turut memengaruhi hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif ini, dalam konteks penelitian ini yaitu *compulsive buying*.

Melalui penelitian Achtziger dkk., (2015) disebutkan bahwa kontrol diri menjadi salah satu prediktor signifikan yang negatif dalam hubungannya dengan *compulsive buying*, namun penelitian terdahulu mengukur kontrol diri berdasarkan konsekuensi akan kurangnya kontrol diri atau hanya sedikit item yang mengukur kontrol diri yang secara lebih khusus berfokus pada pembelanjaan atau perilaku *compulsive buying* alih-alih kontrol diri sebagai sumber daya umum dari kondisi psikologis. Penelitian yang dilakukan Mangestuti (2014) juga mengungkapkan bahwa variabel kontrol diri dalam hubungannya terhadap variabel *compulsive buying* membutuhkan variabel mediator lainnya agar hubungannya menjadi tinggi.

Selain kontrol diri berperan meregulasi dalam keterkaitannya dengan *compulsive buying*, terdapat beberapa faktor lainnya yang kemungkinan lebih berperan dalam menentukan terjadi atau timbulnya *compulsive buying* dibandingkan dengan variabel kontrol diri. Berdasarkan penelitian Mangestuti (2014), terdapat tiga faktor yang dapat mendukung perilaku *compulsive buying*, yaitu pertama faktor individu itu sendiri seperti penghargaan diri, status sosial yang dipersepsikan dan fantasi, kedua sosiologis berupa teman sebaya, media sosial seperti internet, surat kabar dan yang cukup berperan atau signifikan yaitu keluarga. Ketiga faktor tersebut dianggap sebagai pemantik terjadinya perilaku *compulsive buying* yang terus berulang dalam diri individu dan apabila individu tidak dapat coping terhadap faktor pemantik, perilaku *compulsive buying* akan selalu terjadi yang menghilangkan kemampuan individu dalam meregulasi serta mengontrol tindakan dan kebiasaannya atas *compulsive buying* yang dilakukan.

Teman sebaya termasuk salah satu dari faktor sosiologis. Seorang remaja dengan teman sebaya cenderung membentuk *peer pressure* dalam menyesuaikan diri dan berperilaku sesuai dengan keyakinan dan penilaian kelompoknya (Winaryo, 2017). Remaja dan temannya akan membentuk kelekatan, apabila remaja memiliki figur lekat yang memiliki kontrol diri rendah serta berperilaku konsumtif akan memengaruhi remaja untuk semakin konsumtif (Sofiyani, 2017). Individu yang kewalahan menghadapi *peer pressure* disekitarnya cenderung ikut-ikutan terhadap apa yang dilakukan temannya. Apabila temannya bersifat konsumtif, pengaruh untuk lebih konsumtif juga lebih tinggi dan apabila telah konsumtif upaya untuk terlihat lebih dari teman sebayanya berpotensi memunculkan konsumtif

secara berlebihan atau *compulsive buying* seiring tidak ada regulasi yang dilakukan individu. Disamping teman sebaya, media juga termasuk dalam faktor sosiologis yang disebutka. Penelitian Garcia dan Donthu (1999) menyimpulkan bahwa konsumen online lebih bertindak impulsif dan kompulsif dibandingkan dengan konsumen offline dan lebih jauh, pembeli kompulsif berkecenderungan menggunakan kartu kredit dalam transaksi online. Perkembangan media merupakan salah satu faktor besar yang mendorong tingkat fleksibilitas dan kemudahan akses dalam kegiatan perbelanjaan yang memancing para pengguna agar belanja lebih mudah dan instan sehingga *compulsive buying* diasumsikan lebih mudah terjadi pula. Ditambah rangsangan dan aktivitas remaja saat ini baik dalam sekolah maupun bermedia sosial Instagram seolah tidak pernah lepas akan media online yang kian memungkinkan untuk membiaskan kemampuan regulasi akan perilaku belanja individu.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, temuan dari analisis data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku *compulsive buying* pada remaja akhir tersebut. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan hubungan serupa antara kontrol diri dan perilaku konsumtif, seperti yang diakui oleh Naomi & Mayasari (2012). Hasil temuan mengindikasikan bahwa individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang lebih baik cenderung memiliki perilaku *compulsive buying* yang lebih rendah. Ini berarti bahwa mereka mungkin lebih mampu mengalihkan perhatian dari keinginan belanja yang tidak terkendali, mengubah emosi yang mendorong pembelian impulsif, dan menahan dorongan untuk melakukan pembelian yang tidak diperlukan.

Penelitian lain yang disebutkan dalam pembahasan diatas juga memberikan dukungan dan keselarasan terhadap temuan pada penelitian ini. Studi oleh Teguh (2017) menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan bagi remaja dengan tingkat kontrol diri yang lebih baik untuk lebih cenderung juga berpikir secara rasional terkait keputusan pembelian mereka dan mampu menghindari perilaku *compulsive buying*.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan mengenai Hubungan antara Kontrol Diri dan *Compulsive Buying* pada Remaja Akhir Pengguna *Food Delivery Service* di Denpasar, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kontrol diri memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap *compulsive buying* pada remaja akhir di Denpasar.
2. Kontrol diri berperan signifikan dalam mengurangi tingkat *compulsive buying* pada remaja akhir di Denpasar, semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki maka *compulsive buying* akan semakin rendah.
3. Mayoritas subjek pada penelitian memiliki tingkat kontrol diri yang sangat tinggi, sehingga subjek juga memiliki taraf *tendency to spend*, *reactive aspect* dan *post-purchase guilt* yang sangat rendah.

4. Mayoritas subjek pada penelitian ini memiliki tingkat kontrol diri yang sangat tinggi, artinya secara keseluruhan subjek juga memiliki tingkat *compulsive buying* yang sangat rendah dan perlu mempertahankan kontrol dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Raab, G., & Reisch, L. (2015). Debt out of control: The links between self-control, compulsive buying, and real debts. *Journal of Economic Psychology*, 49, 141149. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.joep.2015.04.003>
- Amalia, A. (2020). *Hubungan Approval Seeking dan Avoidance Coping terhadap Compulsive Buying pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Annur, C. A. (2023). *Indonesia Pasar Online Food Delivery Terbesar di ASEAN*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/19/indonesia-pasar-online-food-delivery-terbesar-di-asean>. Diakses pada 24 April 2023
- Averill, J. R. (1973). *Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress*. *Psychological bulletin*, 80(4), 286.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan validitas edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan skala psikologi edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ghufroon, N.M. & Risnawita, R. (2012). *Teori-Teori psikologi*. Yogyakarta: Ar- Ruz Media.
- Goldfried, M. R., & Merbaum, M. (1973). *Behavior change through self-control*. Holt, Rinehart & Winston.
- Mangestuti, R. (2014) Model pembelian kompulsif pada remaja. Disertasi : Universitas Gadjah Mada Yogyakarta
- Sari, T. Y. (2009). *Hubungan antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri*. Skripsi. Medan: Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara.
- Sholihah, N.A & Kuswardani, I. (2011). *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Ponsel Pada Remaja*. *Jurnal*. Universitas Setia Budi
- Sofiyani, M. K. (2017). Hubungan antara kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada remaja. Skripsi : Universitas Muhammadiyah Malang
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Titin Ekowati. (2009). *Compulsive Buying: Tinjauan Pemasar dan Psikolog*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.3 No.1, hal:55-58. Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Winaryo, K. (2017). Pengaruh status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI ips di sman 1 rembang purbalingga. Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta.