

**PENGARUH KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA *ONLINE* PADA  
MAHASISWA**

**Eltasya Afisti<sup>1</sup>, Eko Sujadi<sup>2</sup>, Bukhari Ahmad<sup>3</sup>**  
Institut Agama Islam Negeri Kerinci <sup>123</sup>

e-mail:

[eltasyaafisti@gmail.com](mailto:eltasyaafisti@gmail.com)<sup>1</sup>, [ekosujadi91@gmail.com](mailto:ekosujadi91@gmail.com)<sup>2</sup>, [arilala86@gmail.com](mailto:arilala86@gmail.com)<sup>3</sup>

***Abstract***

*Consumptive behavior in online shopping is a common practice among college students, despite its potential negative impacts across various aspects of their lives. This study aimed to describe the prevalence of online shopping consumptive behavior, peer conformity, and self-control among students. It also analyzed the influence of self-control and peer conformity on online shopping consumptive behavior. The research adopted a quantitative approach with a survey method. A total of 125 students, selected through convenience sampling, participated by completing the Self-Control Scale, Conformity Scale, and Consumptive Behavior Scale. Data were analyzed using simple and multiple linear regression techniques. The findings revealed that online shopping consumptive behavior was categorized as moderate, while self-control and peer conformity were categorized as high. Additionally, hypothesis testing confirmed that self-control and peer conformity had significant effects on students' online shopping consumptive behavior. These results highlight the importance of developing targeted guidance and counseling programs in higher education to prevent and address students' consumptive behavior. Such programs should focus on enhancing students' self-control and promoting positive peer interactions, thereby fostering a supportive social environment for effectively managing consumptive behavior.*

***Keywords:*** *Consumptive Behavior, Self-Control, Peer Conformity*

### Abstrak

Perilaku konsumtif dalam belanja daring sering dilakukan oleh mahasiswa, padahal aktivitas ini dapat berdampak negatif terhadap banyak aspek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan prevalensi perilaku konsumtif belanja daring, konformitas teman sebaya, dan kontrol diri mahasiswa. Peneliti juga menganalisis pengaruh kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja daring. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sebanyak 125 mahasiswa yang dipilih dengan menggunakan teknik convenience sampling memberikan respon terhadap Skala Kontrol Diri, Skala Konformitas, dan Skala Perilaku Konsumtif. Data dianalisis dengan menggunakan regresi linear sederhana dan berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dalam belanja daring berada pada kategori sedang, sedangkan kontrol diri dan konformitas teman sebaya berada pada kategori tinggi. Selanjutnya pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kontrol diri dan konformitas berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja daring. Hasil penelitian ini mengimplikasikan perlunya pengembangan program bimbingan dan konseling di perguruan tinggi yang secara spesifik dirancang untuk mencegah dan mengatasi perilaku konsumtif mahasiswa. Program tersebut dapat mencakup pelatihan untuk meningkatkan kontrol diri mahasiswa serta kegiatan yang memfasilitasi keterlibatan positif dengan teman sebaya, sehingga menciptakan lingkungan sosial yang mendukung pengelolaan perilaku konsumtif secara efektif.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri, Konformitas Teman Sebaya

## PENDAHULUAN

Mahasiswa memiliki banyak kebutuhan yang harus dipenuhi dalam menunjang kelangsungan hidup dan kelancaran perkuliahannya. Proses jual beli dapat memberikan kesenangan tersendiri bagi mahasiswa, dikarenakan dari proses tersebut mereka dapat memenuhi kebutuhannya (Pranatika, 2022). Akan tetapi, aktivitas tersebut juga dapat berdampak negatif bagi individu jika tidak dapat mengendalikan keinginan sesuai kebutuhannya, membuat mereka kurang mampu dalam mengendalikan diri pada saat melakukan pembelian kebutuhan, sehingga dapat menyebabkan terjebak ke dalam perilaku konsumtif atau pembelian barang secara berlebihan (Yahya, 2021). Perilaku konsumtif pada remaja merupakan fenomena yang semakin meningkat dan menjadi perhatian di masyarakat saat ini (Riswanto & Thursina, 2023).

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan, terutama terkait dengan respon terhadap pembelian barang tambahan yang sebetulnya tidak esensial (Raudyatuz & Pandji, 2021). Perilaku ini mengacu pada tindakan membeli dan menggunakan

barang tanpa pertimbangan rasional, cenderung untuk konsumsi berlebihan dimana individu lebih memperhatikan keinginan daripada kebutuhan esensial (Rahmatika & Kusmaryani, 2020). Perilaku konsumtif berlawanan dengan perilaku *sustainable consumption*. Padahal telah dijelaskan dalam sebuah literatur bahwa cara terbaik untuk memperbaiki lingkungan hidup adalah dengan konsumsi berkelanjutan. Faktor paling penting dan utama yang mengarah pada konsumsi berkelanjutan berasal dari gaya hidup dan perilaku konsumen (Cao Minh & Nguyen Thi Quynh, 2024).

Konsumen membeli barang dan jasa dan melakukan perilaku konsumsi untuk dua alasan dasar: (1) kepuasan afektif (hedonis) yang sempurna (dari atribut indrawi), dan (2) alasan instrumental dan utilitarian (Voss, Spangenberg, & Grohmann, 2003). Terlebih di perkembangan teknologi seperti sekarang ini, *online shop* memberikan kemudahan dan peluang kepada masyarakat untuk melakukan pembelian secara *compulsive*. Dibandingkan dengan belanja *offline*, belanja *online*, yang didukung oleh teknologi informasi, menawarkan kondisi yang lebih menguntungkan dan

memfasilitasi pembelian impulsif dalam hal lingkungan belanja, seperti proses pencarian produk yang disederhanakan dan kemudahan untuk membeli (Verhagen & van Dolen, 2011).

Perilaku belanja *online* yang konsumtif merupakan kondisi kesehatan mental di mana individu terus-menerus, impulsif, dan tidak terkendali, membeli produk secara berlebihan, meskipun menghadapi konsekuensi psikologis, sosial, pekerjaan, dan permasalahan keuangan yang serius (Granero et al., 2016). Perilaku konsumtif dapat menyebabkan individu menjadi kurang efektif dalam belajar. Hal tersebut tentu harus dihindari karena akan mempengaruhi mental dan prestasinya. Individu akan cenderung lebih mementingkan keinginan untuk membelanjakan sesuatu barang untuk gaya hidup dan tidak berfokus pada keinginannya untuk belajar di sekolah (Anggreini & Mariyanti, 2014). Studi lain mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif akan berdampak buruk terhadap *psychological well-being* (Riswanto & Thursina, 2023).

Pembeli kompulsif hampir selalu memiliki obsesi yang terus-menerus, reaksi kecemasan, tingkat depresi yang

lebih tinggi, harga diri yang lebih rendah, dan kontrol impulsif yang lebih lemah (Nimra Iqbal & Naeem Aslam, 2016).

Beberapa studi terdahulu mengungkapkan prevalensi perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa. Sebuah studi mengungkapkan bahwa sebanyak 29.7% mahasiswa memiliki perilaku konsumtif pada kategori tinggi (Anggreini & Mariyanti, 2014). Selanjutnya penelitian lain menggambarkan bahwa prevalensi kecanduan belanja pada mahasiswa lebih tinggi dibandingkan orang dewasa (Maraz, Griffiths, & Demetrovics, 2016). Dalam studinya, Villardefrancos & Otero-López (2016) menjelaskan estimasi prevalensi pembelian kompulsif dalam sampel mahasiswa yang diteliti adalah 7.4% (Villardefrancos & Otero-López, 2016). Temuan yang hampir sama diungkapkan oleh Weinstein et al. (2016) yang menunjukkan bahwa sebanyak 8% responden melakukan pembelian yang kompulsif. Begitu juga dengan studi yang dilakukan Müller et al. (2015) bahwa 6%-7% individu melakukan *compulsive buying*. Selanjutnya dalam beberapa studi diungkapkan bahwa wanita merupakan kelompok yang rentan melakukan pembelian yang kompulsif (Harnish,

Bridges, & Karelitz, 2017; Maraz et al., 2016).

Keputusan pembelian barang cenderung dipengaruhi oleh nilai dan kepercayaan tertentu dari individu. Setiap budaya memiliki kepercayaan, nilai, dan praktik yang unik, yang menghasilkan perilaku konsumsi yang bervariasi (Sharma & Jha, 2017). Anggreini & Mariyanti (2014) menjelaskan bahwa aspek yang dapat membentuk seseorang berperilaku konsumtif adalah seseorang yang tidak dapat mengendalikan kestabilan emosinya sehingga membuat mereka melampiaskan keinginannya dengan membelanjakan sesuatu dengan tidak sewajarnya. Orang yang berperilaku konsumtif memiliki emosi yang labil sehingga sulit dalam mengendalikan dirinya, memiliki kontrol diri yang lemah, bertindak impulsif, tidak dapat mengontrol perilakunya, dan membuat keputusan berdasarkan emosi sesaat. Seseorang yang berperilaku konsumtif bertindak berdasarkan kebutuhan hasrat yang disebabkan oleh faktor emosi yang sifatnya berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan.

Perilaku konsumtif dapat disebabkan oleh kecenderungan memiliki kontrol diri yang lemah pada tingkah laku

(DeLisi, 2017; Hayati, Yusuf, & Asnah, 2020). Balleyer & Fennis (2022) menjelaskan bahwa konsumsi secara hedonis memang menyenangkan, namun dapat mengganggu kemampuan untuk mengatur diri sendiri. Pada saat-saat penuh tekanan, ketika regulasi diri bisa dibilang masih penting, individu sering memanjakan diri dengan konsumsi

Kontrol diri adalah topik hangat di berbagai disiplin ilmu. Para ahli dari psikologi sosial, kesehatan, dan kepribadian, serta dari ilmu perkembangan dan otak, untuk menyebut beberapa bidang, mencurahkan pekerjaan mereka untuk memahami penyebab, konsekuensi, dan dasar-dasar sifat utama manusia ini (Gillebaart, 2018). Kontrol diri merupakan keahlian seseorang untuk mengontrol atau menekan emosi dan perilaku menyimpang mereka sehingga mereka dapat diterima secara sosial (Marsela & Supriatna, 2019; Sujadi, 2021). Mahasiswa yang melakukan pembelian *online* secara berlebihan diprediksi memiliki kontrol diri yang rendah. Seseorang dengan kontrol diri yang lemah memiliki kecenderungan untuk menginginkan segala sesuatu sesegera mungkin dan impulsif, tanpa memikirkan apa yang harus dilakukan

(Johnson & Stewart, 2002). Individu yang memiliki kontrol diri yang lemah cenderung lebih suka mengambil risiko dan melanggar aturan tanpa memikirkan konsekuensi jangka panjang (Aroma & Sumara, 2012; Sujadi & Meditamar, 2020).

Studi terdahulu juga membuktikan bahwa perilaku konsumtif berbelanja *online* dipengaruhi konformitas teman sebaya (Hayati et al., 2020; Rahmatika & Kusmaryani, 2020; Yahya, 2021). Konformitas secara umum didefinisikan sebagai cara individu untuk beradaptasi dengan tekanan dari kelompok tertentu (Dobešová-Cakirpaloglu, Lemrova, Kvintová, & Vevodova, 2016). Secara ringkas, konformitas teman sebaya juga merujuk pada kecenderungan individu untuk menyesuaikan perilaku, sikap, atau keyakinan mereka dengan norma-norma atau ekspektasi kelompok teman sebaya mereka (Laursen & Veenstra, 2021; Sujadi, Meditamar, & Ahmad, 2022). Dalam konteks ini, individu cenderung mengikuti atau meniru tindakan atau preferensi teman-teman sebaya mereka untuk merasa diterima atau menghindari penolakan sosial. Pengaruh teman sebaya dapat menyebabkan individu berperilaku konsumtif, ketertarikan untuk memilik

sesuatu oleh gaya hidup yang ingin bermewah-mewahan, kuatnya pengaruh yang sama dan ikut-ikutan menjadi alasannya (Widaningsih & Mustikasari, 2019)

Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menginvestigasi pengaruh kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa. Kajian terhadap topik ini serta sebab yang mempengaruhinya mungkin telah dilakukan. Namun sejauh penelusuran penulis, kajian mengenai dampak secara simultan kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku berbelanja *online* pada mahasiswa jarang dilakukan pada kelompok responden mahasiswa. Studi ini memiliki keterbaharuan dan dapat dijadikan sebagai landasan bagi pimpinan perguruan tinggi untuk menyusun program pencegahan dan pengentasan permasalahan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

## **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif survei. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan kontrol diri dan

konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Pengumpulan data dilakukan selama dua minggu pada bulan April 2024. Dengan menggunakan teknik *convenience sampling*, sebanyak 125 mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kerinci berpartisipasi menjadi responden penelitian. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket yang disebarakan secara online melalui aplikasi sosial media. Pada halaman pertama berisikan kesediaan dari responden dalam mengisi kuesioner tersebut, halaman kedua berisikan tentang identitas dari responden, halaman ketiga petunjuk pengisian kuesioner tersebut, dan pada bagian empat hingga enam berisikan poin-poin pernyataan kuesioner.

Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 1. Berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 73 orang (58.4%), sedangkan laki-laki hanya 53 orang (42.4%). Selanjutnya berdasarkan semester, paling banyak angkatan 2021/semester V sebanyak 49 orang (39.2%) dan paling sedikit mahasiswa semester IX hanya 6 orang (4.8%). Pada kategori IPK, sebanyak 70 orang memiliki nilai < 3.50 (56%) dan 55 orang > 3.50 (44%).

**Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian**

Variabel Demografis	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	53	42.4
	Perempuan	73	58.4
Angkatan/semester	2023/I	8	6.4
	2022/III	37	29.6
	2021/V	49	39.2
	2020/VII	25	20
	2019/IX	6	4.8
IPK	>3.5	55	44
	<3.5	70	56

Skala yang peneliti gunakan untuk mengukur kontrol diri mahasiswa diadaptasi dari *Self-Control Scale* yang dikembangkan oleh Lindner et al. (2015). Dalam penelitian ini peneliti telah mengonversi sebagian dari pernyataan untuk menyesuaikan dengan situasi yang dialami mahasiswa pada saat berbelanja *online*. Skala ini terdiri dari 13 item yang diukur dengan skala *Likert* lima poin (1 = selalu hingga 5 = tidak pernah). Pengujian reliabilitas menghasilkan skor Alpha sebesar 0.83.

Skala konformitas teman sebaya diadaptasi dari *conformity scale* yang dikembangkan oleh Santor et al. (2000). Skala ini terdiri dari 7 item yang diukur dengan skala *Likert* lima poin, 1 = selalu – 5 = tidak pernah. Proses adaptasi terhadap skala ini mengikuti prosedur yang meliputi: penerjemahan ke bahasa Indonesia, sintesis, validasi ahli/*committee review* dan uji coba lapangan. Pengujian

dengan menggunakan *Alpha Cronbach* sebesar 0.91.

Perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online* diadaptasi dari *Comsumptive Behavior Scale* yang dikembangkan oleh Widmann et al. (2010). Beberapa pernyataan dalam penelitian ini telah peneliti ubah untuk karena mengikuti keadaan yang dialami oleh mahasiswa pada saat berbelanja *online*. Skala ini terdiri dari 21 item yang diukur dengan skala *Likert* lima poin (1 = selalu – 5 = tidak pernah). Pengujian dengan menggunakan *Alpha Cronbach* menghasilkan sebesar 0.923.

Statistik deskriptif (rata-rata standar deviasi, dan persentase) digunakan untuk mengetahui pencapaian responden pada setiap variabel. Selanjutnya pengujian hipotesis menggunakan teknik regresi berganda. Regresi linear berganda merupakan salah satu model statistik untuk menjelaskan bagaimana hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas (Yuliara, 2016). Regresi linear berganda digunakan untuk mengevaluasi pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen, yang biasanya disampaikan dalam rumus matematis (Arum Janir, 2012). Pengujian

hipotesis dalam penelitian ini akan menggunakan SPSS versi 26.00.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Sebelum menguji hipotesis, peneliti menganalisis setiap variabel menggunakan statistik deskriptif, seperti yang disajikan dalam Tabel 2. Pada variabel perilaku konsumtif dalam berbelanja *online*, diperoleh rata-rata sebesar 59.80 dan standar deviasi sebesar 12.65, yang dikategorikan sedang. Sebaran responden paling banyak pada kategori sedang, diikuti rendah, sangat rendah, tinggi dan sangat tinggi. Hasil ini menandakan bahwa masih terdapat mahasiswa yang mengalami perilaku konsumtif tingkat tinggi bahkan sangat tinggi. Pada variabel kontrol diri, responden dikategorikan tinggi dengan rata-rata sebesar 48.81 dan standar deviasi 5.30. Sebaran responden paling banyak pada kategori sedang, namun masih terdapat responden memiliki tingkat kontrol diri yang rendah sebesar 4.8% dari total populasi. Selanjutnya pada variabel konformitas dikategorikan tinggi, namun dilihat dari distribusi frekuensi, terdapat mahasiswa yang dikategorikan rendah, bahkan sangat rendah.



**Tabel 2. Analisis Deskriptif**

Variabel	Rata-rata (SD)	Kategori			
		R	R	S	T
Kontrol diri	48.81 (5.30)	(0)	(4.8)	(21.6)	(72.8)
Konformitas teman sebaya	5.41 (3.12)	(0)	(1.6)	(32.8)	(58.4)
Perilaku Konsumtif Belanja Online	59.80 (12.65)	(4)	(32)	0 (48)	(14.4)

Kemudian, seperti yang telah dijelaskan dalam bagian metode, ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi untuk melakukan pengujian regresi, termasuk normalitas dan multikolinearitas. Hasil pengujian normalitas ditampilkan dalam Tabel 3. Dalam pengujian normalitas, variabel kontrol diri memiliki nilai signifikansi sebesar 0.349, variabel konformitas teman sebaya memiliki nilai signifikansi sebesar 0.095, dan variabel perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.523, yang menunjukkan bahwa semua data yang diuji memiliki distribusi yang normal

**Tabel 3. Pengujian Normalitas Data**

		X1	X2
N		125	125
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	44.81	25.41
	Std. Deviation	5.324	3.129
	Absolute	.083	.110
Most Extreme Differences	Positive	.083	.073
	Negative	-.079	-.110
Kolmogorov-Smirnov Z		.933	1.234
Asymp. Sig. (2-tailed)		.349	.095

Selanjutnya Pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF adalah  $1.264 < 10$ , sehingga tidak ada masalah multikolinearitas antara variabel (Lihat Tabel 4).

**Tabel 4. Pengujian Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics
		Tolerance
1	(Constant)	
	Kontrol diri	.791
	Konformitas	.791

Setelah seluruh pengujian persyaratan analisis terpenuhi, selanjutnya peneliti melakukan pengujian hipotesis menggunakan regresi sederhana untuk menganalisis pengaruh kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa, serta regresi berganda untuk melihat pengaruhnya secara bersama-sama. Analisis regresi pada Tabel 5 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

negatif yang signifikan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan Nilai t hitung sebesar -2.511 ( $p < 0.001$ ).

**Tabel 5. Pengujian Regresi Sederhana Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Mahasiswa**

	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
(Constant)	36.142	6.687	7.731
Kontrol Diri	-.245	.143	-2.511

Hipotesis kedua yang diuji dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa, yang juga dilakukan dengan menggunakan uji regresi sederhana. Tabel 6 menunjukkan nilai t yang diperoleh sebesar 3.296 dengan nilai signifikansi  $< 0.001$ , sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa.

**Tabel 6. Pengujian Regresi Sederhana Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Mahasiswa**

	Unstandardized Coefficients		
		Std. Error	
(Constant)	30.416	8.981	3.387
Konformitas Teman Sebaya	1.156	.351	3.296

Pengujian selanjutnya yakni untuk menguji pengaruh secara simultan kontrol

diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan Tabel 7, diperoleh nilai F sebesar 5.740 ( $p < 0.01$ ), maka  $H_0$  diterima, artinya koefisien regresi signifikan. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa.

**Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda Pengaruh Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Mahasiswa**

Model	df	F	Sig.
Regression	2	5.740	.004 <sup>b</sup>
Residual	122		
Total	124		

Remaja merupakan salah satu kelompok yang sulit untuk mengontrol diri dan cenderung mudah dalam menyesuaikan tingkah laku, mengubah pendapat, perilaku, atau prinsip mereka untuk sesuai dengan norma sosial atau tekanan dari kelompok tertentu (Jahro, 2017; Muthohar, 2016). Kesulitan dalam melakukan pengendalian diri dan keinginan untuk memenuhi tekanan sosial dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif dengan membeli barang untuk

memenuhi hasrat (Juniar alya, 2023). Perilaku konsumtif menjadi masalah pada remaja di mana mereka sulit dalam mengontrol diri sehingga mengakibatkan berbelanja yang tidak sesuai kebutuhan (Muhammad Aji Prasetya, 2021). Pada dasarnya jika mahasiswa dapat mengontrol perilaku konsumtif maka mereka dapat menggunakan uang dengan lebih produktif, mempertahankan kestabilan keuangan mereka, dan mempertahankan kesejahteraan secara keseluruhan (Komarudin, Nugraha, Hardjadi, & Pasha, 2020).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa berada dalam kategori sedang, tetapi ada sebagian mahasiswa yang berada pada kategori tinggi. Dilihat dari perkembangan zaman yang semakin modern, berbelanja pada saat sekarang dapat dilakukan secara *online* yang membuat perilaku konsumtif semakin meningkat. Temuan deskriptif ini sejalan dengan beberapa temuan terdahulu. Misalnya studi yang dilakukan di China menunjukkan bahwa 29.1% populasi melakukan *compulsive behavior* (He, Kukar-Kinney, & Ridgway, 2018). Penelitian pada populasi di Indonesia mengungkapkan bahwa perilaku

konsumtif mahasiswa berada pada kategori sedang sebesar 53.2% (Anggraini & Santhoso, 2019). Berikutnya Sofiana & Indrawati (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif masih dominan terjadi sebanyak 59.22%. Gede et al. (2023) menjelaskan bahwa sekitar 59.2% perilaku konsumtif yang dialami remaja. Namun demikian terdapat hasil penelitian yang menggambarkan perilaku perilaku konsumtif yang rendah (Oktafikasari & Mahmud, 2017).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengungkapkan terdapat pengaruh yang signifikan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa. Dalam konteks perilaku konsumtif berbelanja *online*, individu dengan tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung lebih mampu mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari pembelian mereka, mengendalikan dorongan untuk membeli barang-barang yang tidak diperlukan, dan menjaga keuangan mereka dalam batas yang wajar. Temuan ini sejalan dengan beberapa studi terdahulu. Misalnya Sari et al. (2021) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Prasetya (2021) menyatakan

bahwa semakin tinggi tingkat pengendalian diri siswa, semakin rendah tingkat perilaku konsumtif individu, begitupun sebaliknya. Individu yang memiliki pengendalian diri rendah yang dipadukan dengan adanya pengaruh sosial akan menyebabkan siswa berperilaku konsumtif dengan membeli barang-barang yang tidak sesuai keutuhan (Nisa & Arief, 2019). Penelitian terhadap 285 responden menjelaskan pentingnya literasi keuangan untuk meningkatkan pengendalian diri dari perilaku konsumtif (Dzakiyyah, Saptono, & Pratama, 2022).

Jain et al. (2023) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kontrol diri dan persepsi ketidaknyamanan. Efek langsung dan tidak langsung dari kontrol diri dalam terjadinya persepsi ketidaknyamanan memiliki dampak yang besar pada perilaku konsumtif (Jain et al., 2023). Sebuah penelitian sebelumnya menemukan bahwa kemampuan kontrol diri yang rendah menyebabkan belanja kompulsif (Achtziger, Hubert, Kenning, Raab, & Reisch, 2015). Kontrol diri melibatkan kemampuan untuk mengendalikan impuls dan menghentikan diri sendiri sebelum melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Ini melibatkan

mengenali dan mengelola keinginan yang muncul secara tiba-tiba dan menghindari tindakan impulsif (Roberts & Manolis, 2012). Oleh karena itu, kontrol diri memainkan peran yang penting dalam mempengaruhi perilaku konsumtif berbelanja *online*, dengan memiliki pengaruh yang positif dalam mendorong individu untuk membuat keputusan konsumsi yang lebih bijaksana dan mengelola keuangan mereka dengan lebih baik (Horváth, Büttner, Belei, & Adıgüzel, 2015).

Pengujian hipotesis lainnya menyatakan adanya pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa. Konformitas merupakan kecenderungan seseorang untuk menyesuaikan perilakunya dengan norma, nilai, atau tindakan yang dianggap sesuai atau diharapkan oleh kelompok atau masyarakat di sekitarnya (Safri Mardison, 2016). Dalam konteks berbelanja, seseorang yang memiliki tingkat konformitas yang tinggi akan cenderung untuk berperilaku konsumtif. Hasil studi menunjukkan signifikansi pengaruh konformitas sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 32.4% (Mahrunnisya, Indriayu, & Wardani, 2018). Hasil penelitian dengan

menggunakan sampel 97 orang remaja perempuan menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja perempuan (Rahmatika & Kusmaryani, 2020). Dengan kata lain, konformitas dapat menjadi prediktor kuat perilaku konsumtif pada remaja perempuan. Selanjutnya Sara (2023) menjelaskan bahwa konformitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif

Mahasiswa mungkin mengalami tekanan sosial dari teman-teman atau lingkungan sekitarnya untuk mengikuti kebiasaan tertentu (Sujadi, 2023). Hal ini dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mereka (Wu & Huan, 2010). Studi yang dilakukan secara kualitatif menggambarkan bahwa salah satu subjek menyatakan bahwa lingkungan teman subjek suka berbelanja, sehingga subjek merasa terisolasi dan kurang percaya diri ketika terlihat berbeda (Fauziyah Rahmawati & Rejeki, 2021). Pengaruh konformitas teman sebaya pada perilaku belanja remaja tampak terkait dengan dorongan untuk tampil menarik, menyelaraskan diri dengan teman sebaya, dan merasa diterima dalam lingkungan sosial mereka. Keselarasan ini mendorong

remaja untuk bersikap konsumtif, karena mereka menginginkan kesamaan penampilan dengan teman sebaya serta agar diterima didalam kelompok (Rahmatika & Kusmaryani, 2020). Mahasiswa sering terlibat dalam perbandingan sosial, dimana mereka menilai perilaku dan kepemilikan mereka sendiri dalam kaitannya dengan rekan-rekan mereka. Jika mereka merasa bahwa teman sebayanya terlibat dalam perilaku konsumtif, seperti membeli barang mewah atau mengikuti trend terbaru, mereka mungkin merasa terdorong untuk menyesuaikan diri agar tidak merasa tersisih atau rendah diri (Zheng et al., 2020).

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan terhadap 125 mahasiswa di Institut Agama Islam Negeri Kerinci dengan menggunakan teknik *convenience sampling*, sehingga dapat membatasi generalisasi pada populasi yang lebih luas. Kedua, pengumpulan data dalam penelitian ini hanya melalui skala penelitian yang ditanggapi secara *online*. Data laporan diri dapat rentan terhadap bias, seperti bias keinginan sosial atau bias ingatan, yang dapat memengaruhi akurasi dan keandalan hasil. Ketiga,

penelitian ini menghadapi keterbatasan dalam menangkap kompleksitas perilaku belanja *online*. Belanja *online* melibatkan berbagai faktor, seperti desain situs web, strategi pemasaran, dan motivasi pribadi, yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian ini mungkin tidak memperhitungkan semua faktor ini, sehingga berpotensi membatasi kelengkapan temuan. Penelitian di masa depan dapat mempertimbangkan variabel tambahan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh konformitas teman sebaya dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online*.

## **PENUTUP**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Perilaku konsumtif dalam berbelanja online merupakan suatu pengalaman umum yang dialami oleh banyak mahasiswa, namun akan berdampak negatif terhadap banyak aspek. Temuan deskriptif mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif berbelanja online dan kontrol diri mahasiswa berada pada kategori sedang dan konformitas berada pada kategori yang tinggi. Hasil penelitian mengungkapkan terdapat pengaruh secara parsial kontrol diri dan konformitas

terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada mahasiswa. Selain itu pengujian regresi berganda juga menunjukkan pengaruh secara simultan kedua variabel bebas (kontrol diri dan konformitas teman sebaya) terhadap perilaku konsumtif dalam belanja online yang dilakukan mahasiswa.

Penelitian ini memiliki implikasi penting untuk mencegah dan mengatasi perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*. Layanan bimbingan dan konseling di perguruan tinggi dapat menawarkan intervensi yang berfokus pada pengembangan keterampilan pengendalian diri, seperti menetapkan tujuan, mengelola impuls, dan membuat keputusan pembelian yang tepat. Keterampilan ini dapat memberdayakan mahasiswa untuk menolak pembelian impulsif dan terlibat dalam perilaku belanja yang lebih sadar dan disengaja. Selain itu dengan mempromosikan pengaruh teman sebaya yang positif dan menciptakan lingkungan yang mendukung, layanan konseling dapat mendorong mahasiswa untuk membuat pilihan yang bertanggung jawab dan penuh kesadaran dalam perilaku belanja *online* mereka. Kelompok dukungan sebaya atau program pendampingan dapat

dibentuk untuk memberikan bimbingan dan dorongan dalam membuat keputusan yang tepat tentang pembelian barang.

## 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*, 141–149. doi: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.04.003>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, *3*(3), 131. doi:10.22146/gamajop.44104
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Media Ilmiah Psikologi*, *12*(1), 34–42.
- Aroma, I. S., & Sumara, D. R. (2012). Hubungan antara tingkat kontrol diri dengan kecenderungan perilaku kenakalan remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, *01*(02), 1–6.
- Arum Janir, D. N. (2012). Statistik deskriptif & regresi linear berganda dengan SPSS. In *Semarang University Press*.
- Balleger, A. H., & Fennis, B. M. (2022). Hedonic Consumption in Times of Stress: Reaping the Emotional Benefits Without the Self-Regulatory Cost. *Frontiers in Psychology*, *13*, 685552. doi: 10.3389/fpsyg.2022.685552
- Cao Minh, T., & Nguyen Thi Quynh, N. (2024). Factors affecting sustainable consumption behavior: Roles of pandemics and perceived consumer effectiveness. *Cleaner and Responsible Consumption*, *12*, 100158. doi: <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100158>
- DeLisi, M. (2017). Consumptive behavior, eating behavior, and antisocial behavior: The ubiquitous roles of self-control. *Preventive Medicine*, *105*, 366–367. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2017.08.001>
- Dobešová-Cakirpaloglu, S., Lemrova, S., Kvintová, J., & Vevodova, S. (2016). Conformity, Peer Pressure, Popularity and Risk Behavior Among Adolescents. *ICERI2016 Proceedings*, *1*(November), 4078–4086. doi: 10.21125/iceri.2016.0196
- Dzakiyyah, A., Saptono, A., & Pratama, A. (2022). the Effect of Financial Literacy and Self-Control on the Consumptive Behavior of State Senior High School Students in East Jakarta. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, *2*(6), 71–82. doi:

10.55047/transekonomika.v2i6.2  
71

993–1007. doi: 10.1007/s11469-  
016-9690-2

- Fauziyah Rahmawati, N., & Rejeki, A. (2021). the Effect Between Peer Conformity and Self-Concept on Consumptive Behaviour. *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHC)*, 1(2), 364. doi: 10.30587/umgeshic.v1i2.3406
- Gede, I. D., Adi, S., & Warastuti, D. (2023). *Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja di Jakarta: Studi Mengenai Interaksi Online, Pengaruh Endorsement, dan Dampak Psikologis*. 1(05).
- Gillebaart, M. (2018). The “operational” definition of self-control. *Frontiers in Psychology*, 9(JUL), 1–5. doi: 10.3389/fpsyg.2018.01231
- Granero, R., Fernández-Aranda, F., Mestre-Bach, G., Steward, T., Baño, M., Del Pino-Gutiérrez, A., ... Jiménez-Murcia, S. (2016). Compulsive Buying Behavior: Clinical Comparison with Other Behavioral Addictions. *Frontiers in Psychology*, 7, 914. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00914
- Harnish, R. J., Bridges, K. R., & Karelitz, J. L. (2017). Compulsive Buying: Prevalence, Irrational Beliefs and Purchasing. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15(5), 993–1007. doi: 10.1007/s11469-016-9690-2
- Hayati, A., Yusuf, A. M., & Asnah, M. B. (2020). Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior. *International Journal of Applied Counseling and Social Sciences*, 1(2), 16–24. doi: 10.24036/005344ijaccs
- He, H., Kukar-Kinney, M., & Ridgway, N. M. (2018). Compulsive buying in China: Measurement, prevalence, and online drivers. *Journal of Business Research*, 91, 28–39. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.05.023>
- Horváth, C., Büttner, O. B., Belei, N., & Adıgüzel, F. (2015). Balancing the balance: Self-control mechanisms and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, 49, 120–132. doi: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.05.004>
- Islamy, I. (2019). Penelitian Survei Dalam Pembelajaran Dan Pengajaran Bahasa Inggris. *Japanese Society of Biofeedback Research*, 19(August), 709–715.
- Jahro, B. M. (2017). Hubungan Antara Konformitas Dan Kematangan Emosi Dengan Perilaku Agresif Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(3), 312–319. doi: 10.30872/psikoborneo.v5i3.4415



- Jain, A., Srivastava, D. S., & Shukla, A. (2023). Self-control and compulsive buying behavior: The mediating role of ill-being perception. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2286673. doi: 10.1080/23311975.2023.228663
- Johnson, R., & Stewart, D. (2002). The International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences: A Review. *Behavioral and Social Sciences Librarian*, 21(2), 73–83. doi: 10.1300/J103v21n02\_06
- Juniar alya, S. (2023). Kontrol diri terhadap perilaku konsumtif siswa siswi smk al-hikmah curug 1. *JBES*, 4(1), 19–29.
- Komarudin, M. N., Nugraha, Hardjadi, D., & Pasha, R. A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Survei Pada Tenaga Pendidik SD Se-Kecamatan Kuningan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 18(1), 159–178.
- Laursen, B., & Veenstra, R. (2021). Toward understanding the functions of peer influence: A summary and synthesis of recent empirical research. *Journal of Research on Adolescence*, 31(4), 889–907. doi: <https://doi.org/10.1111/jora.12606>
- Lindner, C., Nagy, G., & Retelsdorf, J. (2015). The dimensionality of the Brief Self-Control Scale — An evaluation of unidimensional and multidimensional applications. *PAID*, 86, 465–473. doi: 10.1016/j.paid.2015.07.006
- Mahrannisya, D., Indriayu, M., & Wardani, D. K. (2018). Peer Conformity through Money Attitudes toward Adolescence's Consumptive Behavior. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(4), 30. doi: 10.18415/ijmmu.v5i4.163
- Maraz, A., Griffiths, M. D., & Demetrovics, Z. (2016). The prevalence of compulsive buying: a meta-analysis. *Addiction*, 111(3), 408–419. doi: <https://doi.org/10.1111/add.13223>
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling*, 3(2), 65–69.
- Muhammad Aji Prasetya, C. W. M. (2021). The Effect Of Self-Control And Conformity On Student Consumptive Behavior Of Ar-Rahman Sma Medan Year 2020. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 1(1), 1–10. doi: 10.52121/ijessm.v1i1.1
- Müller, A., Mitchell, J. E., & de Zwaan, M. (2015). Compulsive buying. *The American Journal on Addictions*, 24(2), 132–137. doi: <https://doi.org/10.1111/ajad.12111>
- Muthohar, S. (2016). Antisipasi Degradasi Moral di Era Global.

- Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam*, 7(2), 321–334. doi: 10.21580/nw.2013.7.2.565
- Nimra Iqbal, & Naeem Aslam. (2016). Materialism, Depression, and Compulsive Buying among University Students. *International Journal of Indian Psychology*, 3(2). doi: 10.25215/0302.104
- Nisa, C. L., & Arief, S. (2019). The Impact of Self-Control, Self-Esteem and Peer Environment on Online Shopping Consumptive Behavior. *Journal of Advances in Information Systems and Technology*, 1(1), 13–20.
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 684–697.
- Pranatika, D. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Motivasi Hedonis Terhadap Minat Pembelian Ulang. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 92–105.
- Rahmatika, A. F., & Kusmaryani, R. E. (2020). Relationship between Conformity and Consumptive Behavior in Female Adolescents. *Humaniora*, 11(3), 177–182. doi: 10.21512/humaniora.v11i3.6567
- Raudyatuz, Z. D., & Pandji, A. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041. doi: 10.13106/JAFEB.2021.VOL8.N02.1033
- Riswanto, A., & Thursina, F. (2023). Analysis of Adolescent Consumptive Behavior: Determinants and Their Impact on Psychological Well-Being. *West Science Social and Humanities Studies*, 1(01), 1–9. Retrieved from <https://wsj.westscience-press.com/index.php/wsshs/article/view/109>
- Roberts, J. A., & Manolis, C. (2012). Cooking Up a Recipe for Self-Control: The Three Ingredients of Self-Control and its Impact on Impulse Buying. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 173–188. doi: 10.2753/MTP1069-6679200204
- Safri Mardison. (2016). Konformitas Teman Sebaya Sebagai Pembentuk Perilaku Individu. *Jurnal Al-Taujih*, 2(1), 79–90.
- Santor, D. A., Messervey, D., & Kusumakar, V. (2000). Measuring Peer Pressure, Popularity, and Conformity in Adolescent Boys and Girls: Predicting School Performance, Sexual Attitudes, and Substance Abuse. *Journal of Youth and Adolescence*, 29(2), 164–182.
- Sara, S., Ansofino, & Rosya, N. (2023). The Effect of Financial

- Literacy Conformity, Self-Control, Education and Income on The Consumptive Behavior Of Padang City Residents. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 1(1), 44–51. doi: 10.22202/jenesis.2023.v1.i1.7364
- Sari, M., Adilla Bahri Lubis, N., & Jufrizen, J. (2021). the Effect of Financial Literature and Self Control on Consumption Behavior (Study on Students of the Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 1(2), 135–144. doi: 10.54443/ijeabas.v1i2.40
- Sharma, R., & Jha, M. (2017). Values influencing sustainable consumption behaviour: Exploring the contextual relationship. *Journal of Business Research*, 76, 77–88. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.010>
- Sofiana, I. I., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas X Semarang. *Jurnal EMPATI*, 9(1), 58–64. doi: 10.14710/empati.2020.26922
- Sujadi, E. (2021). The Effect of Religious Coping and Optimism on Psychological Well-Being among the Final-Year Undergraduate Students. *Indonesian Journal of Counseling and Development*, 3(2), 135–146. doi: 10.32939/ijcd.v3i2.2466
- Sujadi, E. (2023). Perfeksionisme, Stres, dan Burnout Akademik pada Mahasiswa: Analisis Structural Equation Modeling. *Jurnal Counseling Care*, 7(1), 41–51. doi: 10.22202/jcc.2023.v7i1.6690
- Sujadi, E., & Meditamar, M. O. (2020). Perbedaan Locus of Control ditinjau dari Perspektif Agama pada Siswa SMA. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 12(1), 44–54. doi: <http://dx.doi.org/analitika.v11i1.3506>
- Sujadi, E., Meditamar, M. O., & Ahmad, B. (2022). Pengaruh Stres Akademik dan Self-Efficacy terhadap Penyesuaian Diri Santriwati Pondok Pesantren Tahun Pertama: Efek Mediasi Self-Esteem. *Indonesian Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application*, 11(3), 64–80. doi: 10.15294/ijgc.v11i3.60895
- Verhagen, T., & van Dolen, W. (2011). The influence of online store beliefs on consumer online impulse buying: A model and empirical application. *Information & Management*, 48(8), 320–327. doi: <https://doi.org/10.1016/j.im.2011.08.001>

- Villardefrancos, E., & Otero-López, J. M. (2016). Compulsive Buying in University Students: Its Prevalence and Relationships with Materialism, Psychological Distress Symptoms, and Subjective Well-Being. *Comprehensive Psychiatry*, *65*, 128–135. doi: 10.1016/j.comppsy.2015.11.007
- Voss, K. E., Spangenberg, E. R., & Grohmann, B. (2003). Measuring the Hedonic and Utilitarian Dimensions of Consumer Attitude. *Journal of Marketing Research*, *40*(3), 310–320. doi: 10.1509/jmkr.40.3.310.19238
- Weinstein, A., Maraz, A., Griffiths, M. D., Lejoyeux, M., & Demetrovics, Z. (2016). Chapter 98 - Compulsive Buying—Features and Characteristics of Addiction. In V. R. B. T.-N. of D. A. and S. M. Preedy (Ed.), *Neuropathology of Drug Addictions and Substance Misuse* (pp. 993–1007). San Diego: Academic Press. doi: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-800634-4.00098-6>
- Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2019). The Effect of Fashion Orientation, Money Attitude, Self Esteem, and Conformity on Compulsive Buying: A study on youth customer in Bandung. *Proceedings of the 1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)*, *65*(Icebef 2018), 639–642. doi: 10.2991/icebef-18.2019.136
- Wu, W., & Huan, T. (2010). The effect of purchasing situation and conformity behavior on young students' impulse buying. *African Journal of Business Management*, *4*(16), 3530–3540. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-78650967718&partnerID=40&md5=98a79f729b394f0d8b1271956eccc17e>
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Determinants of Student Consumptive Behavior. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, *23*(01), 37–50.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, *2*(2), 18.
- Zhang, E. M. (2010). Understanding the Acceptance of Mobile SMS Advertising among Young Chinese Consumers. *Psychology & Marketing*, *30*(6), 461–469. doi: 10.1002/mar
- Zheng, Y., Yang, X., Zhou, R., Niu, G., Liu, Q., & Zhou, Z. (2020). Upward social comparison and state anxiety as mediators between passive social network site usage and online compulsive buying among women. *Addictive Behaviors*, *111*, 106569. doi: <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106569>