

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PENGUNA CASHLESS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH GRESIK**

Rahmadita Elvia Dwi Rahayu¹
[rahmadita_170701@umg.ac.id¹](mailto:rahmadita_170701@umg.ac.id)

Asri Rejeki²
[asrirejeki@umg.ac.id²](mailto:asrirejeki@umg.ac.id)

Noer Suci Endah Puspitaningrum³
[nse.puspitaningrum@umg.ac.id³](mailto:nse.puspitaningrum@umg.ac.id)

¹²³Universitas Muhammadiyah Gresik

Abstract

The current pandemic period makes non-cash transaction activities increase. This can lead to consumptive behavior if students have weak self-control. This study aims to empirically examine the effect of self-control with consumptive behavior of cashless users on students at the University of Muhammadiyah Gresik. This study analyzed 100 cashless users. The measuring instrument used is the Self-Control Scale and the Consumptive Behavior Scale. The statistical analysis method used is simple linear regression analysis. The results of the partial test resulted in $t_{count} = -8.789$ more than $t_{table} = 1.984$ with a significance (p) = 0.000 less than 0.05 which means that there is a significant effect of self-control with consumptive behavior of cashless users at Muhammadiyah University Gresik students of 44.1%. The purpose of the negative sign (-) is to indicate the direction, namely the higher the self-control, the lower the consumptive behavior and vice versa, the lower the self-control, the higher the consumptive behavior. The results of the categorization of this study indicate that the subject has a moderate category on self-control and a moderate category on consumptive behavior.

Keywords: *Cashless, Consumptive Behavior, Self Control.*

Abstrak

Masa pandemi seperti saat ini membuat aktivitas transaksi *non-tunai* semakin meningkat. Hal tersebut dapat menimbulkan perilaku konsumtif jika mahasiswa memiliki kontrol diri yang lemah. Studi ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *cashless* terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Penelitian ini menganalisis 100 orang pengguna *cashless*. Alat ukur yang digunakan ialah Skala Kontrol Diri dan Skala Perilaku Konsumtif. Metode analisis statistik yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana. Hasil Uji parsial

menghasilkan thitung = -8,789 lebih dari ttabel = 1,984 dengan signifikansi (p) = 0,000 kurang dari 0,05 yang berarti adanya pengaruh signifikan pengaruh kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna *cashless* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik sebesar 44,1%. Maksud dari tanda negatif (-) tersebut untuk menunjukkan arah yakni semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif dan begitu sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Hasil kategorisasi penelitian ini menunjukkan bahwa subjek memiliki kategori sedang pada kontrol diri dan kategori sedang pada perilaku konsumtif.

Kata Kunci : *Cashless*, Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri.

PENDAHULUAN

Perkembangan global teknologi informasi waktu ini sangat pesat. tidak hanya terbatas di beberapa konteks elemen kehidupan saja, tetapi telah merambah ke semua elemen kehidupan insan secara kompleks. Indonesia termasuk salah satu negara dengan perkembangan teknologi digital yg pesat di wilayah Asia Tenggara. Perkembangan teknologi digital pada Indonesia membawa pertumbuhan di aneka macam aspek kehidupan, seperti adanya sekolah *online* maupun kursus *online*, ojek *online*, sampai pada sektor kegiatan ekonomi yang sebelumnya berjalan secara konvensional mulai bergeser ke arah digitalisasi. saat ini yang praktis kita amati ialah pergeseran pola transaksi warga. Sebelumnya, membayar menggunakan uang tunai memberikan kenyamanan bagi mayoritas rakyat Indonesia, tapi kian hari kehadiran *cashless* (transaksi *non-tunai*) menyampaikan pesona tersendiri oleh sebagian warga Indonesia. berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 888/40/PBI/2016 bahwa pertumbuhan teknologi serta sistem informasi terus mendatangkan bermacam penemuan, salah satunya berkaitan dengan pembayaran yaitu financial technology (fintech). Industri fintech memperkenalkan sistem pembayaran uang elektronik menggunakan bermacam bentuk. Uang elektronik mampu berbentuk smartcards menggunakan chip ataupun application based (Usman, 2017). Fungsi *cashless* sebenarnya tidak selaras dengan fungsi uang tunai. Penggunaan uang elektronik (*cashless*) menggunakan cara pemindahan uang secara virtual di merchant dengan mengurangi langsung mata uang elektronik pada media yang diatur sang pemilik *cashless* (Usman, 2017).

Hadirnya *cashless* di Indonesia, sudah ditetapkan oleh pihak yang berwenang yaitu Bank Indonesia. Menurut Sihombing (2017) Peraturan No.11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*cashless*) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menjelaskan bahwa uang elektronik ialah media pembayaran yang di lengkapi dengan unsur-unsur sebagai berikut: diwujudkan dengan dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemilik pada penerbit; nilai uang tersimpan secara elektronik pada suatu media sejenis chip atau server; digunakan untuk media pembayaran pada penjual yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan nilai uang elektronik yang disetorkan oleh pemilik dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan tabungan yang telah diatur dalam undang-undang tentang perbankan. Penemuan digitalisasi jenis uang ini menimbulkan dampak yang baik dan buruk kepada masyarakat sebagai pengguna *cashless*. Kasus-kasus penipuan yang mengatasnamakan penyedia *cashless* tertentu pun tidak dapat dihindarkan. Akan tetapi

kelebihan yang dirasa oleh pengguna *cashless* dapat membuat pertumbuhan *cashless* semakin meningkat baik dari sisi penyedia maupun dari sisi penggunaannya. Jika dilihat dari sisi positif penggunaan *cashless*, terdapat beberapa keuntungan yang dapat dirasakan oleh penggunanya, antara lain sebagai berikut: (1) merchant tidak perlu menyiapkan uang pecahan kecil untuk uang kembalian; (2) pengguna tidak perlu membawa banyak uang tunai ketika berbelanja; (3) melakukan pembayaran untuk belanja *online* semakin mudah kapanpun dan dimanapun (Ramadhan dkk, 2016).

Selama pandemi covid-19, penerapan pembayaran *non-tunai* atau *cashless* di Indonesia melonjak sebesar 44%. Hal ini berdasarkan data statistik Ipsos pada Asia Tenggara pada September 2020 lalu. *Managing Director Ipsos in Indonesia* Soeprapto Tan menyampaikan sejak dua tahun lalu Ipsos telah melihat adanya tren terhadap penerapan aplikasi dompet digital (e-wallet) di Indonesia. Hal ini terungkap dari hasil survei Ipsos Indonesia terhadap riset kebiasaan masyarakat Indonesia pada penerapan media pembayaran digital. "Menurut data Bank Indonesia, selama tahun 2019 telah terjadi sejumlah transaksi *cashless* sebanyak 4,7 juta dan Rp 128 triliun volume transaksi *cashless* di Indonesia, sehingga perubahan pembayaran sudah terjadi dengan pesat". Tentunya hal tersebut diakibatkan oleh kemunculan teknologi dan digitalisasi di Indonesia, yang sudah mengubah kebiasaan masyarakat pada penerapan alat pembayaran. Survei tersebut diterapkan pada 1.000 responden yang menetap di pulau Jawa sejumlah 66%, Sumatera sejumlah 21%, Kalimantan sejumlah 6%, Sulawesi sejumlah 4%, Bali sejumlah 4% dan Nusa Tenggara sejumlah 1%. Hasilnya menampilkan beragam fakta menarik, bahwa sejumlah 25% responden menggunakan pembayaran digital, karena menyenangkan, dan sebanyak 26% karena aman, nyaman, dan yakin. Melalui Studi *The Next Cashless Society*, mengungkapkan bahwa responden tidak hanya menggunakan satu jenis dompet digital sebanyak 21%, sedangkan sebanyak 28% menggunakan dua jenis, dan 47% menggunakan tiga jenis atau lebih serta *cashless* yang banyak digunakan ialah OVO dan Gopay. Penelitian juga memperlihatkan kebiasaan warga pada penggunaan kartu *non-tunai* (*cashless*) dan Flazz adalah kartu yang paling banyak dipakai saat bertransaksi. Sebanyak 47% hanya memiliki satu kartu, 30% memiliki dua kartu, dan 23% memiliki tiga atau lebih kartu *non-tunai* (Nordiansyah, 2020)

Selain dari beragam kemudahan dan manfaat dalam penerapan *cashless*, juga terdapat kekurangan. Salah satu kekurangan yang terlihat dikarenakan kepraktisan dan kemudahan dalam penerapan *cashless* adalah pemborosan. Hal tersebut terjadi karena pengguna dapat melakukan pembayaran dengan sangat mudah dan cepat sehingga cenderung memakai aplikasi *cashless* tanpa berpikir lebih jauh (Ramadhan dkk, 2016). Promosi dan potongan harga yang ditawarkan oleh pemilik *cashless* juga dapat menjerumuskan penggunaannya ke dalam perilaku konsumtif jika mereka tidak dapat mengontrol penggunaan *cashless* tersebut dengan baik. Selain itu, kekurangan *cashless* salah satunya bergantung terhadap teknologi, sehingga memiliki potensi gangguan. Apabila terjadi gangguan, maka dikhawatirkan akan mengganggu system keuangan penggunanya. Selain hal itu, pembayaran *non-tunai* juga dapat membuat penggunanya menjadi konsumtif dikarenakan pembayaran *non-tunai* memudahkan akses terhadap konsumsi. Ditambah dengan adanya beberapa promosi serta potongan harga. Maka dari itu, pentingnya edukasi penggunaan pembayaran *non-tunai*

terhadap masyarakat. "Harus diberikan edukasi dan pembelajaran lagi. Transaksi *cashless* seharusnya tidak membuat kita semakin boros tetapi malah membuat kita merencanakan keuangan dengan baik." (www.cnnindonesia.com).

Sistem pembayaran *cashless* ini terkadang membuat seseorang menjadi kurang realistis dalam mengambil keputusan atau berpikir dalam mengkonsumsi sesuatu, untuk mengikuti gaya hidup tersebut. Semakin mudah transaksi pada saat ini dengan adanya *cashless* membuat masyarakat mudah berperilaku konsumtif khususnya mahasiswa (Ulayya & Endah, 2020). Ramadani (2016) menjelaskan promosi dan potongan harga yang ditawarkan oleh marketplace dapat membuat mahasiswa lebih konsumtif dikarenakan merasa mendapatkan keuntungan jika melakukan transaksi tersebut selama masa promo masih berlangsung. Sedangkan apabila dilewatkan maka mahasiswa sebagai pengguna *cashless* merasa akan kehilangan penawaran harga terbaik yang mampu mereka dapatkan. Meningkatnya aktivitas berbelanja *online* juga dapat memicu peningkatan penggunaan *cashless*. Perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa saja, namun mahasiswa yang berada di tahap dewasa awal juga tidak bisa terhindar terhadap perilaku konsumtif (Chita dkk, 2015). Menurut Tambunan (2001) mahasiswa adalah salah satu pasar yang berpotensi tinggi bagi produsen-produsen untuk menawarkan produknya karena pola konsumsi seseorang mulai terbentuk pada tahap usia ini. Selain itu, mahasiswa terkadang mudah terpengaruh oleh promosi, iklan, trend maupun lingkungan pertemanan. Mahasiswa lebih memilih untuk menggunakan pembayaran dengan metode digital payment karena beberapa pertimbangan seperti lebih praktis, aman, dan mudah untuk digunakan. Selain itu terdapat banyak diskon dalam bentuk poin atau penawaran belanja yang menarik. Searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2016), wawancara yang telah dilaksanakan oleh Ulayya dan Endah (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa mahasiswa benar-benar terbantu dengan adanya *cashless* yang dianggap mempunyai kepraktisan dan kemudahan dalam pembayaran dimana dan kapanpun. Selain itu promo seperti cashback yang diberikan oleh layanan *cashless* dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam membeli suatu produk, karena mahasiswa merasa hal tersebut dapat menguntungkan mereka. Promosi yang ditawarkan ini mengakibatkan mayoritas mahasiswa tidak mampu mengontrol pengeluaran dan perilaku mereka mengarah ke membeli tanpa memikirkan terlebih dahulu tentang kebutuhan dan kegunaan tersebut.

Penerapan *cashless* secara berlebih bisa memunculkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering berkaitan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan dasar seseorang. Perilaku konsumtif juga bisa diartikan sebagai suatu tindakan untuk membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional, tanpa mempertimbangkan kegunaannya, sehingga yang ditampakkan adalah prestige, status, kekayaan, keistimewaan dan hal lain yang mencolok (Trianingsih & R, 2011). Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Engel dkk, 1994). Faktor internal meliputi motivasi, pembelajaran, observasi dan kepribadian. Faktor eksternal meliputi budaya, kelompok, kelas sosial dan keluarga. Lebih lanjut, Munandar (2006) menjelaskan bahwa kontrol diri termasuk pada salah satu faktor kepribadian seseorang dalam memilih kecenderungan perilaku konsumtif. Sears dkk (2004) menyatakan bahwa harga diri termasuk salah satu faktor yang dapat mempengaruhi

perilaku konsumtif dimana seseorang dengan harga diri yang rendah akan cenderung lebih mudah terpengaruh daripada orang-orang yang memiliki harga diri tinggi. Penerapan *cashless* juga bisa mengarah pada perilaku keuangan yang kurang baik dalam hal ini perilaku konsumtif atau biasa disebut boros. Hal ini dikarenakan pada saat bertransaksi *online*, secara psikologis tidak merasa menggunakan uang, sehingga menghasilkan suatu kecanduan untuk melakukan pembelian secara berulang. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan pembelian secara tidak terencana atau berlebihan. Lina dan Rosyid (1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif ialah dorongan untuk membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional. Larasati dan Budiani (2014) menyatakan bahwa beberapa masyarakat melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhannya lagi, tetapi hanya ingin memenuhi hasrat yang muncul dari dalam diri. Hasil penelitian sebelumnya tentang makna dari perilaku konsumtif, terwujud dalam bentuk kegemarannya berbelanja, berbelanja tidak untuk sekedar membeli barang, memakai atau menghabiskan barang. Namun, belanja adalah media untuk bisa dihargai dan diakui keberadaannya di lingkungan sosial (Umami & Nurcahyati, 2013).

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terhadap 3 mahasiswa, sebagian besar mengatakan bahwa mereka pengguna aktif *cashless* dan mempunyai beberapa aplikasi serta kartu elektronik sebagai alat pembayaran utama. Pada hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka terbantu dengan adanya *cashless* karena sangat mudah digunakan serta praktis untuk melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Selain itu, promosi serta cashback yang ditawarkan oleh penyedia jasa layanan *cashless* cukup berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena mahasiswa merasa mendapatkan keuntungan. Kemudahan dan promosi yang diberikan penyedia jasa *cashless* menyebabkan mayoritas mahasiswa menjadi kurang bisa mengontrol pengeluarannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana dalam penelitian ini menekankan pada data-data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan diolah dengan metode analisis statistika. Penelitian ini menggunakan metode survei, metode dengan memberikan selebaran angket atau skala terhadap satu sampel untuk mendeskripsikan opini, sikap, perilaku, atau karakteristik responden. Menurut Syahrudin dan Salim (2012) populasi yang tidak pernah diketahui secara tepat jumlahnya dapat disebut populasi infinitif atau tidak terbatas, dalam penelitian ini peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah pengguna *cashless* di Universitas Muhammadiyah Gresik. Adapun populasi berjumlah 4.088 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik dari angkatan tahun 2017-2021 dengan karakteristik tertentu.

Teknik yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Sehingga semua elemen pada populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability* sampling yang digunakan pada penelitian ini ialah *accidental sampling*, dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang peneliti temui secara aksidental, sehingga sampel tersebut memenuhi karakteristik populasi dan dipandang cocok sebagai sumber data. Pemilihan teknik *nonprobability sampling* dipilih berdasarkan pertimbangan kemampuan peneliti dari

keterbatasan waktu, tenaga dan dana. Subjek terkumpul menjadi 50 mahasiswa.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala. Skala ialah suatu prosedur pengambilan data yang merupakan suatu alat ukur aspek afektif yang merupakan konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana bantuan program IBM SPSS 16.00 for Windows. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent. Adapun hasil hipotesis, sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Distribusi data dikatakan normal apabila nilai $p > 0,05$ sebaliknya jika $p < 0,05$ maka distribusi data tidak dikatakan normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Variabel	N	Sig.	Keterangan
Perilaku Konsumtif	100	0,059	Normal
Kontrol Diri	100	0,200	Normal

(Sumber : IBM SPSS 16.00 for windows)

Berdasarkan uji normalitas pada tabel di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Data perilaku konsumtif berdistribusi normal karena taraf signifikansi (p) $0,059 \geq 0,05$ dengan uji Kolmogorov – Smirnov.
- 2) Data kontrol diri berdistribusi normal karena taraf signifikansi (p) $0,200 \geq 0,05$ dengan uji Kolmogorov – Smirnov.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Variabel dikatakan linier apabila p deviation from linearity $> 0,05$ dan p linearity $< 0,05$.

Tabel 2. Hasil Uji Linieritas

Variabel	P deviation from linearity	P linearity	Keterangan
Perilaku Konsumtif *	0,298	0,000	Linear
Kontrol Diri			

(Sumber : IBM SPSS 16.00 for windows)

Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (p) deviation from linearity sebesar 0,298 lebih dari 0,05 dan nilai signifikansi (p) linearity 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel perilaku konsumtif dengan variabel kontrol diri memiliki hubungan yang linier.

c. Uji Regresi Linier Sederhana

Teknik regresi linier sederhana adalah regresi yang memiliki satu variabel independent (X) dan satu variabel dependen (Y). Analisis regresi sederhana ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 3. Anova

F_{Hitung}	p-value
77,248	0,000

(Sumber : IBM SPSS 16.00 for windows)

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa F_{Hitung} sebesar 77,248. Selain itu jika nilai signifikansi (p) = 0,000 kurang dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat diartikan adanya pengaruh signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *cashless* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model	R	R ² (R Square)
Regresi	0,664	0,441

(Sumber : IBM SPSS 16.00 for windows)

Berdasarkan data pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai korelasi atau hubungan (R) = 0,664. Kategorisasi besarnya R tersebut menunjukkan hubungan yang kuat, hal ini sesuai pendapat Azwar (2015) yang mengategorisasikan nilai R= 0 - 0,20 tidak ada hubungan, R= 0,21 - 0,40 hubungan lemah, R= 0,41 - 0,60 hubungan sedang, R= 0,61 - 0,80 hubungan kuat, serta R= 0,80 - 1 hubungan sangat kuat. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,441, yang berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 44,1 %.

Tabel 5. Persamaan Regresi

Model		Estimasi (B)	Std. Error	T	p-value
1	(Constant)	102,512	5,784	17,725	0,000
	Kontrol Diri	- 0,668	0,076	-8,789	0,000

(Sumber : IBM SPSS 16.00 for windows)

Dari data pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa persamaan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif memenuhi rumus:

$$Y = a + b X \quad (1)$$

Pada persamaan (1) a merupakan konstanta tetap sedangkan b adalah koefisien regresi dan X adalah variabel bebas. Nilai a pada sehingga didapati persamaan regresi pada penelitian ini adalah:

$$Y = 102,512 + (-0,668) X \quad (2)$$

Pada persamaan (2) dapat disimpulkan bahwa setiap penambahan 1 nilai kontrol diri maka nilai perilaku konsumtif akan berkurang 0,668. Selain itu thitung sebesar -8,789 lebih dari ttabel = 1,984 dan taraf signifikan p = 0,000 kurang dari 0,05 yang berarti ada pengaruh signifikan antara kontrol diri pada perilaku konsumtif pengguna *cashless* terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Maksud dari tanda negatif (-) itu adalah

untuk menunjukkan arah yakni semakin besar kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif dan begitu sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin besar perilaku konsumtif.

d. Analisis Kategorisasi Variabel

Analisis kategorisasi variabel penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa tinggi persentase variabel penelitian pada subjek yang diteliti. Tingkat perilaku konsumtif dan kontrol diri pengguna *cashless* pada mahasiswa dibagi menjadi tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah. Penentuan kategorisasi tersebut dilakukan setelah mengetahui Mean (M) hipotetik dan Standart Deviation (SD) hipotetik pada kedua variabel tersebut.

Tabel 6. Kategorisasi Variabel Y

Kategori	Norma Kategori	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 42,22$	15	15 %
Sedang	$42,22 \leq X < 61,98$	70	70 %
Tinggi	$61,98 \leq X$	15	15 %
Total		100	100%

Berdasarkan data yang telah dipaparkan, dapat dilihat jika terdapat 15 responden dengan perilaku konsumtif yang tinggi memiliki presentase sebesar 15%, sedangkan responden dengan tingkat perilaku konsumtif yang sedang berjumlah 70 orang dengan presentase 70% serta 15 orang dengan perilaku yang rendah dengan presentase 11%. Hasil presentase perilaku konsumtif yang paling tinggi berada pada tingkat sedang dengan presentase sebesar 70%, maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa pengguna *cashless* di Universitas Muhammadiyah Gresik cenderung memiliki tingkat perilaku konsumtif yang sedang.

Tabel 7. Kategorisasi Variabel X

Kategori	Norma Kategori	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 65,624$	11	11 %
Sedang	$65,624 \leq X < 85,256$	70	70 %
Tinggi	$85,256 \leq X$	19	19 %
Total		100	100 %

Berdasarkan data yang telah dipaparkan, dapat dilihat jika terdapat 19 responden dengan kontrol diri yang tinggi memiliki presentase sebesar 19%, sedangkan responden dengan tingkat kontrol diri yang sedang berjumlah 70 orang dengan presentase 70% serta 11 orang dengan kontrol diri yang rendah dengan presentase 11%. Hasil presentase kontrol diri yang paling tinggi berada pada tingkat sedang dengan presentase sebesar 70%, maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa pengguna *cashless* di Universitas Muhammadiyah Gresik memiliki kontrol diri yang sedang. Mahasiswa yang mempunyai tingkat kontrol diri yang sedang mendorong mahasiswa untuk mengendalikan perilaku serta mempertimbangkan konsekuensi untuk melakukan perilaku tersebut.

2. Pembahasan

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini dinamakan populasi infinitif (tidak terbatas) yang merupakan populasi tidak pernah diketahui dengan pasti jumlahnya (Syahrudin & Salim, 2012). Peneliti menggunakan populasi tersebut dikarenakan tidak

mengetahui secara pasti jumlah pengguna *cashless* di Universitas Muhammadiyah Gresik sehingga didapatkan populasi mahasiswa aktif dari angkatan tahun 2017- 2021 Universitas Muhammadiyah Gresik yang berjumlah 4.088 mahasiswa. Sampel penelitian sebanyak 100 mahasiswa dengan menggunakan teknik *NonProbability Sampling* yaitu *Accidental Sampling*, teknik penentuan sampel yang tidak ditetapkan lebih dulu jadi peneliti mengambil data secara langsung dari setiap orang yang ditemui dan sesuai dengan kriteria hingga jumlah yang diharapkan terpenuhi (Syahrums & Salim, 2012). Setelah peneliti melakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas dan uji linearitas maka tahap selanjutnya adalah menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *cashless* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *cashless* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Hipotesis penelitian ini antara lain:

Ho = Tidak ada pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *cashless* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.

Ha = Ada pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *cashless* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima sehingga bisa diartikan adanya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *cashless* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Hasil persamaan regresi menunjukkan persamaan regresi $Y = 102,512 + (-0,668) X$. Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana juga didapati thitung = -8,789 lebih dari ttabel = 1,984 dengan signifikansi (p) = 0,000 kurang dari 0,05 berarti ada pengaruh signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *cashless* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. Maksud dari tanda negatif (-) itu adalah untuk menunjukkan arah yakni semakin besar tingkat kontrol diri maka semakin kecil tingkat perilaku konsumtif dan begitu sebaliknya, semakin kecil tingkat kontrol diri maka semakin besar tingkat perilaku konsumtif. Besarnya pengaruh yang diukur dengan uji koefisien determinasi (*R Square*) sebanyak 0,441 yang berarti pengaruh variabel x (kontrol diri) terhadap variabel y (perilaku konsumtif) sebanyak 44,1%. Dari hasil yang didapat melalui uji hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dan berkorelasi negatif antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *cashless* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik.

Hal itu sejalan dengan penelitian terdahulu yang dikerjakan oleh Ulayya dan Endah (2020) menyatakan bahwa ada hubungan negatif antara *self-control* dan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro yang membuktikan nilai $r_{xy} = -0,869$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) dengan hasil *self-control* sebanyak 68,9% dalam memprediksi perilaku konsumtif, dan sisanya sebanyak 31,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Hal itu juga bermakna sama dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Tripambudi dan Indrawati (2018) menunjukkan terdapat hubungan negatif yang relevan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian *gadget* ($r_{xy} = -0,207$; $p = 0,003$). Semakin besar tingkat kontrol diri maka semakin kecil tingkat perilaku konsumtif pembeli *gadget*, dan semakin kecil tingkat kontrol diri maka semakin besar pula

tingkat perilaku konsumtif pembelian *gadget*, kontrol diri memberikan hasil sebanyak 4,3% terhadap perilaku konsumtif pembelian *gadget*. Hal serupa juga dilakukan oleh Dewandari dan Putri (2021) yang menunjukkan terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien beta (β) = -0.489, serta t hitung $>$ t tabel ($-5.697 > 1.984$) dan $p = 0.000$ ($p < 0.05$).

Munandar (2001) mengatakan bahwa kontrol diri yaitu sifat kepribadian yang mendorong perilaku seseorang dalam membeli barang maupun jasa. Keahlian seseorang untuk dapat menahan berperilaku konsumtif didorong oleh kontrol diri, sehingga setiap mahasiswa diharapkan dapat mengontrol sikapnya karena pada dasarnya setiap orang mempunyai suatu mekanisme yang bisa membantu, mengatur, serta mengarahkan sikapnya. Hal serupa juga sesuai dengan penelitian Antonides dan Gerrit (1991) yang mengemukakan kontrol diri mempunyai kontribusi yang penting dalam proses membeli, karena kontrol diri dapat menuntun dan mengatur seseorang untuk mengerjakan hal yang positif termasuk hal membelanjakan sesuatu. Seseorang yang mempunyai kontrol diri yang besar akan dapat mengatur sikap belanjanya sesuai dengan kebutuhan tidak untuk memuaskan keinginan saja. Kontrol diri adalah hal penting dan harus dimiliki oleh seseorang untuk bisa menahan godaan dan nafsu dari dalam diri. Keahlian seseorang dalam menahan godaan dan nafsu dari dalam diri ini dapat membantu seseorang dalam mengerjakan tindakan bermoral yang sesuai dengan lingkungan sosial. Mahasiswa yang dapat mengendalikan perilaku diharapkan akan mampu mengontrol sikapnya dalam segala hal, melalui aktivitas atau kegiatan tertentu supaya tidak menonjol pada sikap yang sia-sia dan hanya membuang-buang waktu, pada hal ini kecenderungan berperilaku konsumtif (Haryani & Herwanto, 2015).

Kontrol diri yakni salah satu kemampuan yang bisa dipakai dan ditingkatkan oleh seseorang dalam menemui keadaan di lingkungan sekitar dan bisa digunakan sebagai pengontrol perilaku sebelum menentukan sesuatu untuk bertindak (Kumalasari & Susilo, 2019). Kontrol diri mengakibatkan seseorang dapat menahan diri dari hawa nafsu jadi bisa bersikap sesuai dengan hati dan pikiran (Tripambudi & Indrawati, 2018). Seseorang yang mempunyai kontrol diri kecil ialah seseorang yang tidak dapat mengolah informasi yang didapatkan, tidak mampu mengendalikan emosi, dan tingkah laku jadi bersikap emosional lalu cenderung impulsif ketika berbelanja (Anggreini & Mariyanti, 2014). Seperti pendapat Sumartono (2008) perilaku konsumtif bisa dikurangi bahkan dihindari apabila seseorang mempunyai sistem pengontrol internal dalam dirinya yang disebut kontrol diri. Untuk seseorang yang mempunyai kontrol diri yang besar akan dapat menahan tingkah lakunya sehingga tidak gampang tergoda pada perilaku konsumtif. Searah oleh penelitian yang dilaksanakan Heni (2013) bahwa setiap manusia mempunyai suatu mekanisme yang bisa menolong untuk mengatur tingkah laku khususnya mahasiswa. Mahasiswa harus dapat menyikapi budaya konsumtif yang semakin meningkat, hal ini mengartikan bahwa mahasiswa diwajibkan untuk dapat menahan diri dan tingkah lakunya itu jadi bisa ditangani. Sehingga tingkah laku konsumtif yang sudah tersebar luas di lingkungan mahasiswa saat ini bisa dikurangi. Semakin besar tingkat kontrol diri seseorang, maka semakin baik pengendalian perilaku yang berdampak dengan budaya sosial jadi mengantarlam individu ke tingkah laku yang positif maka dari itu semakin besar kontrol

diri semakin kecil perilaku konsumtif (Noftriani, 2020). Keahlian mengelola perilaku mempunyai hubungan dengan kemampuan seseorang untuk memutuskan siapa yang mengontrol kondisi atau peristiwa. Seseorang yang mempunyai kontrol diri yang baik dapat menempatkan dan mengelola perilakunya, tidak gampang terhasut dengan perubahan yang terjadi dan bisa tersingkirkan dari perilaku menyimpang (Afdal, 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai pengaruh variabel kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *cashless* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diperoleh hasil kontrol diri mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai $(p) = 0,000$ kurang dari $0,05$ sehingga H_a diterima. Maksud dari tanda negatif (-) tersebut untuk menunjukkan arah yakni semakin bertambah kontrol diri maka semakin berkurang perilaku konsumtif dan sebaliknya, semakin berkurang kontrol diri maka semakin bertambah perilaku konsumtif.
2. Diperoleh hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R sebesar $0,664$ yang bermaksud ada hubungan yang kuat antara kontrol diri dan perilaku konsumtif.
3. Diperoleh hasil nilai R^2 sebesar $0,441$ atau dapat disimpulkan pengaruh variabel x (kontrol diri) terhadap variabel y (perilaku konsumtif) sebesar $44,1\%$.
4. Hasil dari penelitian, subjek memiliki kategori sedang pada perilaku konsumtif dan kategori sedang pada kontrol diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonides, & Gerrit. (1991). *Psychology in Economics and Business an Introduction to Economic Psychology*. Massachusetts: Kluwer Academic Publishers.
- Azwar, S. (2016). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bank, I. (2016). Retrieved from Sistem pembayaran: Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran: https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Pages/pbi_184016.asp
- Chita, R. C., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Ebiomedik*, 3(1), 5-8.
- Dewandari, B. P., & Putri, E. T. (2021). Pengaruh Citra Tubuh dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Wanita Dewasa Awal di Kota Samarinda. *Psikoborneo*, 9(2). doi: 10.30872/psikoborneo
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Budiyo. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Indonesia, B. (2009, April 13). Retrieved from Peraturan Nomor 11/12/PBI/2009 pada tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money): <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Psikologi*, 2(3), 1-8.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja putri. *Psikologika*, 4(1), 5-13.
- Munandar, A. S. (2006). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Nordiansyah, E. (n.d.). Retrieved from Pengguna Cashless Naik 44% Selama Pandemi:

<https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/8N0jY8Mk-pengguna-cashless-naik-44-selama-pandemi>

- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 1-8.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 131-145.
- Sears, O., Freedman, L., & Peplau, A. (2004). *Psikologi Sosial 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sihombing, R. J. (2017). Keabsahan electronic money di Indonesia. *Jurnal Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 5(2), 4-8.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Jakarta.
- Trianingsih, & R, S. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(2), 172-177.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(2), 189.
- Ulayya, S., & Endah, M. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271-279.
- Umami, R., & Nurcahyati. (2013). Gambaran perilaku konsumsi pada perempuan dewasa awal, sebuah life history. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(2), 1-6.
- Usman, R. (2017). Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran. 32(1), 134-164.