

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Antara *Self Control* Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Wanita Dewasa Awal Penggemar K-Pop. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan jenis kuantitatif korelasional. Populasi pada penelitian ini adalah Anggota aktif WhatsApp Group Bandung Korea Community (bdghansamo) berjumlah 246 orang. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *non probability* sampling secara *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner penelitian yang terdiri dari dua skala psikologi, yakni *Self Control Scale* dan Skala Sikap Konsumtif belanja *online*. Analisis data penelitian ini menggunakan *Product Moment Correlation Coefisien* oleh Pearson. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan negatif pada wanita dewasa awal pada komunitas Bandung Korea Community atau Hansamo Bandung. Artinya bahwa semakin tinggi *self control* individu tersebut maka semakin rendah perilaku konsumtifnya dan sebaliknya, semakin rendah *self control* individu tersebut maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Kata Kunci : *Self Control*, Perilaku Konsumtif Belanja *Online*, Penggemar K-Pop

