

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan internet di Negara Indonesia semakin pesat, dan menimbulkan dampak yang signifikan, oleh sebabnya, masyarakat kini sudah mulai bergantung dengan internet. Adapun berdasarkan survey dari *kominfo.go.id* bahwasannya pada tahun 2021 pengguna internet di Indonesia meningkat dari 175,4 juta hingga 202,6 juta pengguna. Hasil tersebut dikarenakan adanya kasus *covid 19* yang menjadikan masyarakat banyak menggunakan internet, tak hanya itu, untuk mencari informasi atau melakukan pekerjaan, melainkan untuk sarana bagi transaksi perdagangan via *online* yang dikenal dengan istilah *e-commerce* (*electronic commerce*)/*online shopping*.¹

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) ditahun 2019-2020 tercatat bahwasannya pengguna internet secara total di Indonesia hingga 196,7 juta jiwa. Namun jumlah ini meningkat menjadi 23,5 juta atau 8,9% dibanding pada tahun 2018 lalu. Jumlah pengguna internet paling banyak berasal dari provinsi Jawa Barat, yakni 35,1 juta jiwa. Posisi ini disusul oleh provinsi Jawa Tengah dengan 26,5 juta jiwa. Kemudian provinsi Jawa Timur, dengan jumlah 23,4 juta jiwa.²

Berdasarkan survey oleh *detiknews.com*, bahwasanya tingkat minat belanja *online* mengalami kenaikan terjadi sampai 100% di gerai ecer serta mengakibatkan meluasnya konsumen yang beranjak berbelanja produksi dengan *online* di *platform e-commerce*. Salah satu indikasi dari kasus *Covid 19* inilah yang menjadikan minat belanja online yang mengalami peningkatan hingga 1.036% mulai awal bulan Maret 2020 hingga saat ini.

¹ Galih Setiyo Budhi. *Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Jual Beli Online Lazada Indonesia*, (Yogyakarta: Jurnal Electronics, Informatict, and Vocational Education (ELINVO).1(2), 2016), h. 78

² Survei APJII melalui *kuesioner dan wawancara terhadap 7.000 sampel*, dengan tingkat toleransi kesalahan 1,27%. Yang dilakukan pada 2-25 Juni 2020.

Fenomena diatas sudah mengubah cara bergaya masyarakat Indonesia, diantaranya ialah kebiasaan berbelanja. Yang pada awalnya belanja dengan langsung mengunjungi gerai, pasar modern maupun konvensional, namun sekarang berbelanja hanya melalui *gadget* atau *online shopping* dengan perantara aplikasi *platform* antara lain yaitu (seperti: Lazada, Shopee, Tokopedia, Bukalapak, tiktokshop dan lainnya). Meningkatnya jumlah konsumen yang tinggi pada pemakaian internet, hal ini dapat mengakibatkan masalah pada perilaku *online shopping* diluar batas. Terlebih lagi dengan kondisi seperti sekarang ini bahwasannya gejala kasus *covid-19* menjadikan minat belanja via online yang mengalami peningkatan secara signifikan. Dengan adanya peraturan *lockdown*, masyarakat semakin gencar untuk memilih belanja via *online*. Salah satunya beragam pembeli yang memproduksi barang yang tidak didasarkan pada kebutuhan namun atas dasar kemauan atau secara cuma-cuma saja karena terdapat pengaruh teman sebaya, adat, serta lingkungan sekitar. *Online shop* memiliki berbagai kemudahan untuk pembelinya ditengah peminiman pengeluaran, belanja menjadi efektif, tidak perlu capek-capek cari-cari barang dengan keluar rumah, cukup dengan isi internet hp kemudian bisa langsung mencari dengan scroll produk *online shop* di hp, produk diantar sampai rumah, pembayaran metode transfer, serta harga miring. Kemudahan yang diberikan, dapat menimbulkan naiknya perilaku konsumtif remaja untuk memenuhi keperluan yang muluk-muluk atas dasar suka dengan barang atau produk yang diajakan lebih miring menjadikan mereka mau membeli barang secara *online*.³

Menurut Yayasan Konsumen Indonesia (dalam Tiurna Yustisi Sari) mengutarakan bahwasannya perilaku konsumtif *online shopping* ialah kecenderungan individu untuk menggunakan tanpa batasan serta individu lebih mengutamakan faktor kemauan daripada kebutuhan.⁴

³ Elryanawati, E. *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Pada Mahasiswa Fak. Psikologi Universitas Muhamadiyah Surakarta*. (Yogyakarta: Naskah Publikasi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta, 216), h. 23

⁴ Tiurna Yustisi Sari. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body Image Pada Remaja Putri*. (Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara, 2009), h. 22

Dikatakan sikap konsumtif apabila satu perilaku pembelian barang yang tak berdasarkan atas pengontrolan dengan cara kasatmata dan mengarah untuk menggunakan sesuatu produk diluar batas, dimana seseorang sebagai konsumen itu lebih mengutamakan faktor keinginan dibandingkan dengan kebutuhan.⁵

Tresna perilaku pembelian mempunyai pengaruh negatif, dampak yang terjadi jika belanja konsumtif pada *online shop* jika dibiarkan terusmenerus akan mengakibatkan keluhan orangtua pada anaknya karenanya uang jajan yang diberikan tidak digunakan untuk hal yang produktif dan bermanfaat, mereka ketergantungan untuk meminta tambahan uang jajan, semakin boros, mudah terbuju oleh rayuan iklan dan tidak pernah merasa puas dengan hasil yang dicapai. Adapun pengaruh psikologis yakni dapat mengakibatkan *compulsive buying disorder*. Hal ini mengakibatkan seseorang cenderung melakukan pembelian yang tidak memahami diri dia terjerumus kedalam sebuah peredaran yang tak bisa memilih antara kemauan dan keperluan, hingga akan berpengaruh pemborosan. Kemudian ada pengaruh sosialnya yang dapat memicu ketidakseimbangan dengan yang lain. Selain itu, seseorang bisa mundur dan tak mau berteman dengan teman kerabatnya sebab sadar tak bisa meniru model seperti temannya. Pengaruh tersebut bisa membuat tambah luas bila temannya menyisihkan individu tersebut hingga seorang menyadari sendiri.⁶

Kotler mengatakan bahwasannya perilaku konsumtif dipengaruhi dengan 4 faktor, antaralain: 1) Faktor kultur, yaitu kultur budaya, serta tingkat sosial; 2) Faktor sosial, yaitu kelas sosial, peran dan status, , keluarga,; 3) Faktor pribadi, yakni usia, gaya hidup, kepribadian, keadaan ekonomi dan pekerjaan; 4) Faktor psikologis, terdiri dari motivasi, pandangan, kerpercayaan serta sikap.⁷

Pembentukan seseorang berperilaku konsumtif atau berbelanja yang terlalu sering karena mereka merasa tidak mau tertinggal zaman atau faktor dari budaya, yang selalu ingin lebih *up to date* dengan gayanya. Biasanya yang lebih banyak melakukan hal ini ialah usia remaja yang mana dia itu akan selalu mengikuti

⁵ Triyaningsih. *Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. Vol. 11 No. 2. (Surakarta: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 2011), h. 175

⁶ Java Tresna. *Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa FIS UNY*, (2013),h. 21

⁷ Kotler, Philip. *Managemen Pemrasarqn*. Edisis 11 Jilid 1. (Jakarta: Indeks, 2005), h. 108

hawa nafsunya dan mendahulukan ego dan emosinya apabila tidak ada pengontrolan diri atau dalam istilah Islam disebut dengan *mujāhadah an-nafs* dari dirinya maka akan terjadi perilaku konsumtif.⁸

Marknetter's (dalam Tatik Suryani) menegaskan bahwasannya yang memainkan ekonomi pasar website jual-beli *online* sebagian besar diduduki oleh para kaum muda dengan remaja kisaran usia 17-19 tahun yang menduduki deretan utama (34%).⁹ Fenomena tersebut diidentikan dengan subjek pada penelitian ini, yakni remaja Madrasah Miftahussurur Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi. Dari tempat madrasah ini sebab mereka mempelajari materi mengenai *Mujāhadah an-Nafs, Husnudzan, dan Ukhuwah*.

Pernyataan dari Monks dkk bahwasanya remaja memiliki keinginan belanja yang tinggi, sebab pada dasarnya remaja mempunyai ciri sendiri dalam bermodel, *bermake-up*, berperilaku.¹⁰ Karena sebagian besar perilaku konsumtif berada di rentan umur remaja, mereka cenderung lebih ingin tahu tentang kejadian *update*, sampai mereka yakin untuk melakukannya.¹¹ Untuk memproduksi barang-barang yang mendukung penampilannya remaja yang memiliki sikap berlebihan condong mencontoh *trend* dengan rela menghamburkan uang. Di kalangan remaja mengira keperluan seperti pakaian, *handphone*, sepatu, kosmetik, tas, aksesoris, dan produk lainnya yang *bermerk*, sehingga mereka cenderung membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang tersebut. menjadikan mereka mempunyai kedudukan yang tinggi dan ditempatkan sebagai kebutuhan pokok, Berdasarkan hasil didapatkan perilaku konsumen yang paling terlihat dikalangan remaja adalah belanja *online*.

Pernyataan ini searah pendapat Sumartono yang mana “seorang akan mengerjakan perilaku konsumtif yang mengarah pada apa yang ditentukan oleh

⁸ Chita, R. C. M., David, L., Pali, C. *Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011*. (Manado: Jurnal E-Biomedik (EBM).3(1), 2015), h. 68

⁹ Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen: Implikasi Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 56-57

¹⁰ Monks, dkk. *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. (Yogyakarta: UGM Press, 2006), h. 72

¹¹ Sholihah, N. A., & Kuswardani, I. *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku konsumtif terhadap Ponsel pada Remaja*. Bekasi: Jurnal Psikologi Vol. 101 No. 2 Psikohumanika, 2011), h. 29

kelompok sebayanya.¹² Remaja bisa dipandang mengikuti pengembangan zaman apabila membeli dan menggunakan benda dengan *trend* sekarang. Remaja pada umumnya beli sesuatu tak didasarkan pada keperluan, namun dengan demikian lebih mengutamakan pada pemenuhan keperluan psikologis. Yang mana berarti itu belanja tak hanya sekadar agar memperoleh barang yang diinginkan namun belanja sudah membuat suatu kegiatan yang sifatnya liburan guna memperoleh rasa puas, seperti corak- corak sosial serta subjektif.¹³

Penelitian Anggreini dan Maryanti pun memaparkan bahwasanya remaja mempunyai kepribadian konsumtif tinggi sebab mereka bisa memastikan barang sesuai dengan keperluan sebagai pelajar, namun mereka tetap membeli barang yang mereka inginkan untuk menunjang penampilan dan sebagaimana mestinya kebutuhan pembelajarannya.¹⁴

Mujāhadah an-Nafs merupakan suatu perilaku yang dilatih didalam agama Islam supaya manusia bisa membuat dirinya menjadi pribadi dengan mampu mengendalikan emosi dan nafsunya dengan selalu mengendepankan kejernihan hati dan pikiran yang dapat meninggikan derajatnya dihadapan Allah swt sehingga mampu menata dan mengarahkan perilaku individu kearah yang lebih baik.¹⁵

Merujuk pada fenomena diatas, bisa dikaitkan bahwasannya individu belum bisa mengontrol diri atau *bermujāhadah an-Nafs* dalam memilih informasi serta melahirkan persepsi hingga pada saat menangkap ketentuan membuatnya kurang benar tergolong kedalam kegiatan belanja *online*. Sebagaimana pelanggan terutama wanita pada kalangan remaja yang cenderung membeli barang atas dasar kemauan, dan bukan berdasarkan keperluan melalui adanya pengembangan internet serta teknologi pada saat ini mengakibatkan manusia tidak bisa berperilaku cakap dalam menghadapi zaman keuniversalan.

¹² Sumartono. *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Kpnsumentif*. (Bandung: Alfabeta, 2002), h. 57

¹³ Ekowati, Mas Roro Lilik. *Perencanaan, Implementasi, dan Evaluasi Kebijakan atau Program*. (Pustaka Cakra: Surakarta, 2009), h. 98

¹⁴ Anggrein, R, dan Mariati, S. *Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Komsumtif Mahasiswa Universitas Esa Ungul*. (Jurnal Psikologi, 2014),h.13

¹⁵ Ghufro M. Nur, Rini Risnawati S. *Teori-teori Psikologi*. (Yogyakarta: Ar Ruz Media, 2010), h. 127

Berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut penelitian dengan judul penelitian “**Hubungan Mujāhadah an-Nafs (Kontrol Diri) Dengan Perilaku Konsumtif (Studi Pada Remaja Madrasah Miftahussurur Desa Cinunuk Kabupaten Bandung)**”.

B. Rumusan Masalah

Terlihat yang telah dijelaskan diatas, maka mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai sikap *mujāhadah an-Nafs* pada remaja Madrasah Miftahussurur?
2. Bagaimana gambaran perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja Madrasah Miftahussurur?
3. Apakah terdapat hubungan antara sikap *mujāhadah an-Nafs* terhadap perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja Madrasah Miftahussurur?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja Madrasah Miftahussurur
2. Untuk mengetahui bagaimana gambaran sikap *mujāhadah an-Nafs* pada remaja Madrasah Miftahussurur
3. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan sikap *mujāhadah an-Nafs* terhadap perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja Madrasah Miftahussurur

D. Manfaat Penelitian

Efek lanjutan analisis diangankan mampu membuahkan faedah sebagai berikut.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa berkemaslahatan dalam membuahkan derma yang mana buat meningkatkan aset pengetahuan untuk tinjauan dibidang tasawuf psikoterapi. Mensupport validitas ide dalam penelitian sebelumnya serta bisa dipakai sebagai tinjauan demi keperluan dimasa datang.

2. Manfaat praktis

Penulis mengharapkan bahwasannya penelitian ini bisa membuahkan ikhtiar bagi:

- a. Mengidentifikasi bagi civitas akademika perihal Penerapan *mujāhadah an-Nafs* serta esensi mempelajarinya yang mana ini bermanfaat untuk kehidupan setiap hari
- b. Penelitian ini bisa memberi faedah dan meningkatkan pengetahuan serta prestasi untuk kalangan publik mengenai kegunaan *mujāhadah an-Nafs* juga efektivitasnya terhadap perilaku konsumtif *online shopping*.

E. Kerangka Berpikir

Konsumtif ialah salah satu perbuatan atau aktivitas individu selaku pembeli untuk membeli dan mengkonsumsi benda ataupun jasa dengan keterlaluhan serta tak masuk akal tanpa adanya pertimbangan lebih dulu. Aktivitas orang-orang yang seperti ini dapat mengakibatkan perilaku yang boros sebab cuma dengan mendahulukan kemauan atau kebahagiaan tanpa mempertimbangkan lebih dulu fungsi serta keperluan dari produk ataupun tenaga lain.

Ada parameter kepribadian konsumtif diantaranya belanja barang sebab ada iming-iming bonus, sebab bungkusannya menarik, guna mengatur image sendiri, belanja barang sebab peninjauan harga, cuma semata-mata gambaran status, mengenakan barang sebab komponen kecocokan tentang gaya yang mengiklankan, adanya pemberian nilai bahwasanya beli prodak dengan harga mahal bisa mengakibatkan rasa percaya diri.¹⁶

Apabila remaja mampu *bermujāhadah an-Nafs* mereka ketika dihadirkan dengan beberapa faktor perilaku konsumtif, lalu resiko kecenderungan berperilaku konsumtif juga dapat dihindari. Oleh sebabnya dibutuhkan *mujāhadah an-Nafs* untuk mengontrol seseorang dalam pengambilan keputusan berbelanja.

¹⁶ Sumartono. *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Kponsumtif*. (Bandung: Alfabeta, 2002), h. 60

Mujāhadah an-Nafs ialah salah satu perilaku yang diarahkan dalam Islam supaya kita dapat membuat pribadi yang dapat mengontrol emosi serta egonya serta selalu mengutamakan kejelasan hati dan pikiran perilaku yang mulia yang mampu meluaskan derajatnya di hadapan Allah swt. Mampu mengontrol dirinya dalam hal apapun untuk bisa berpikir lebih matang lagi. *Mujāhadah an-Nafs* ialah usaha yang benar- benar menguatkan pikiran dan syariah dalam melakukan amal shaleh dan meninggalkan perbuatan tercela.¹⁷

Mujāhadah an-Nafs bagi seorang remaja ialah sikap yang sangat penting. Sebab seperti yang kita ketahui bahwasannya *mujāhadah an-Nafs* itu sebagai pengendalian diri atau kontrol diri. Sebab kejadian kejadian yang terjadi pada remaja sangat menentukan perkembangan manusia, masa remaja menempati tahap progresif.¹⁸

Perilaku konsumtif bisa dihindari bilamana remaja mempunyai *mujāhadah an-Nafs* yang mempuni sebab remaja yang mempunyai *mujāhadah an-Nafs* yang tinggi bisa mengatur perilakunya, hingga tak mudah terpengaruh atau terjerumus pada perilaku konsumtif.

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



F. Hipotesis

Hipotesis yakni tanggapan sementara terhadap rumusan masalah yang sebelumnya telah dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya. Jawaban ini diperoleh dari teori- teori yang relevan, belum didasarkan pada data- data yang diolah menjadi fakta- fakta empiris sehingga jawaban ini disebut sebagai jawaban

¹⁷ Yusuf, Kadar, M. *Pembentukan Karakter Pribadi Melalui Mujahadah*. (Riau: *Al-Fikra*; Jurnal Ilmiah Keislaman, Vol. 13 No. 2, 2015), h. 72

¹⁸ Jalaludin Rahmat. *Psikologi Komunikasi*, (Bandung; PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 74

teoritis, belum sebagai jawaban yang empirik.¹⁹ artinya, kebenaran hipotesis harus dibuktikan oleh data- data dan fakta lapangan.

Penelitian ini memiliki dua variabel yang akan diteliti, yakni sebagai berikut:²⁰

1. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas. Artinya variabel ini merupakan variabel yang memberi pengaruh atau yang mengakibatkan perubahan adanya variabel terikat (dependen). Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah *Mujāhadah an-Nafs*.

2. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel dependen sering diartikan sebagai variabel terikat. Artinya variabel ini yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi dari adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif.²¹

Gambar 1.2 Variabel Penelitian



Untuk menguji hipotesis penelitian ini, maka diajukan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H_a : Terdapat korelasi negatif antara *mujāhadah an-Nafs* terhadap perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja Madrasah Miftahussurur.

H_o : Tidak terdapat korelasi negatif antara *mujāhadah an-Nafs* terhadap perilaku konsumtif *online shopping* pada remaja Madrasah Miftahussurur.

¹⁹ Sugiyono, P. D. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mi Methods)*. (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 99

²⁰ Sugiyono, P. D. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mi Methods)*. (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 64

²¹ Sugiyono, P. D. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mi Methods)*. (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 64

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mengambil hipotesis bahwasannya terdapat korelasi negatif antara *mujāhadah an-Nafs* dengan perilaku konsumtif pada remaja Madrasah Miftahussurur.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti mengamati beberapa akar seperti skripsi, jurnal, maupun buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Tujuannya agar kita dapat memaparkan perbedaaan penelitian kini dan penelitian penelitian terdahulu, diantaranya:

1. Skripsi oleh Meta Ratna Sari yang berjudul “Komparasi *Mujāhadah An- Nafs* Antara Siawa Laki- Laki Dengan Siswa Perempuan Yang Tinggal Di Asrama Madrasah Tsanawiyah Sungai Sarik Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar” di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”, tahun 2021. Skripsi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedan *mujāhadah an Nafs* antara siswa laki- laki dengan siswa perempuan yang tinggal di asrama Madrasah Tsanawiyah Sungai Sarik Kampar. Hasilnya menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan *mujāhadah an nafs* antara siswa laki- laki dan siswa perempuan. Terbukti dari hitungan uji statistic bahwa $t_o = 3,93$ lebih besar dari t_t baik pada taraf signifikan $5\% = 2,12$ maupun pada taraf signifikan $1\% = 2,92$. Dengan demikian berarti ada perbedaan *mujahadah an nafs* antara dsiswa laki- laki dan siswa perempuan yang tinggal di asrama MTS Sungai Sarik Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar.
2. Jurnal yang ditulis oleh Siti Nazratul Ain Mohd Arifin, dan Salasiah Hanin Hamjah yang berjudul “Aplikasi Tazkiyah Al Nafs Menerusi *Mujāhadah An Nafs* Dalam Konseling”, di Universiti Kebangsaan Malaysia, pada tahun 2017. Jurnal ini bertujuan untuk mengkaji penyakit hati yang dikenal oleh konselor dan aplikasi tazkiyatunafs menerusi *mujahadah an nafs*. Hasilnya terdapat empat penyakit hati yang mempunyai nilai min tertinggi yaitu menghadapi tekanan atawu stress min 3.7, mempunyai perasaan bimbang min 3.5, emosi sedih dan kecewa min 3.4, dan mempunyai perasaan benci dan dendam min 3.1.

3. Skripsi yang ditulis oleh Tiya Waryanti, yang berjudul “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Memiliki Usaha Dan Tidak Memiliki Usaha”, di Institut Agama Islam Negeri Metro, pada tahun 2018. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perbandingan perilaku konsumtif mahasiswa yang memiliki usaha dan tidak memiliki usaha. Hasilnya terdapat bahwa mahasiswa yang tidak memiliki usaha cenderung lebih sedikit melakukan konsumsi dibandingkan mahasiswa yang memiliki usaha tingkat konsumsinya bukan berdasarkan keinginan, sedangkan yang tidak memiliki usaha tingkat konsumsinya berdasarkan pada keinginan.
4. Skripsi yang ditulis oleh Diani Tiona yang berjudul “Pengaruh Kontrol Diri dengan Perilaku Hedonisme Berbelanja *Online*” di Universitas Negeri Jakarta, pada tahun 2019. Tujuannya dari skripsi ini adalah untuk mengetahui apakah dengan menerapkan sikap kontrol diri bisa mengontrol perilaku konsumtif atau tidak. Hasilnya adanya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja *online*. Dengan hasil negatif dapat diartikan jika kontrol diri meningkat perilaku menurun begitu juga dengan sebaliknya.
5. Skripsi yang ditulis oleh Eva Erlyanawati yang memiliki judul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif *Online Shopping* Pada Mahasiswa” di Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2016. Tujuannya skripsi ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi. Hasilnya menunjukkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,096$ dengan $p = 0,171$ ($p > 0,05$) artinya tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.
6. Artikel jurnal oleh SL. Triyaningsih yang berjudul “Dampak *Online Marketing* Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat” pada jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Volume 11, nomor 2, Bulan Oktober Tahun 2011 di halaman 172-177. Jurnal ini memaparkan bahwa terdapat dampak yang signifikan dari berjualan online melalui *ecommerce* terhadap perilaku konsumtif masyarakat khalayak umum. Penelitian ini juga mengetahui bagaimana korelasi antara online shopping dengan perilaku konsumtif.

7. Artikel jurnal oleh Henky S Pratama yang berjudul “Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif” pada jurnal Psikologi Volume 10, nomor 2 pada bulan Desember pada tahun 2017 pada halaman 138- 147. Penelitian jurnal ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik korelasi *product moment pearson* dengan nilai korelasi sebesar $(r) = 0,213$ dengan nilai signifikan $0,025$ ($p < 0.01$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif.

