

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Orientasi kancah dan Persiapan

4.1.1 Orientasi Kancah

Menurut Mochtar Naim (dalam Febrianty, Octisa, Fuadi, Dibrata & Nastain, 2022) merantau merupakan perpindahan individu dari daerah asalnya ke daerah baru yang menjadi tujuan migrasi dalam jangka waktu tertentu. Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang dikenal sebagai kota pelajar yang mampu menarik minat mahasiswa perantau agar mendapatkan pendidikan terbaik di Yogyakarta (Jannah, Putra, Nurudin & Situmorang, 2019). Penelitian ini dilakukan di Indonesia pada mahasiswa yang memilih merantau ke Yogyakarta yaitu pada mahasiswa laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 18-25 tahun, sudah berada lebih dari satu tahun di perantauan. Mahasiswa digolongkan kedalam tahap perkembangan dengan kisaran usia 18-25 tahun untuk menempuh pendidikan (Hulukati & Djibran, 2018).

Pengambilan data dilakukan oleh peneliti pada tanggal 9-23 juni 2023 yang disebarakan secara online melalui bantuan media *google form* yang berisi *informed consent*, kemudian kuesioner perilaku konsumtif dan kematangan emosi disebarakan dengan teknik *purposif sampling* melalui media sosial.

4.1.2 Persiapan Pelaksanaan

Persiapan yang dilakukan sebelum memulai pengambilan data:

a. Persiapan Administrasi

Peneliti terlebih dahulu menentukan subjek yang sesuai dengan kriteria penelitian yaitu mahasiswa perantau laki-laki dan perempuan berusia 18-25 tahun yang telah berada lebih dari satu tahun di perantauan. Proses pengambilan data penelitian ini dilakukan secara online yang disebar melalui media sosial *Whats App*, sehingga peneliti tidak memerlukan surat izin dari instansi. Namun peneliti menggunakan *informed consent* sebagai bentuk kode etik penelitian yang dilampirkan di *google form* sebelum subjek mengisi kuesioner perilaku konsumtif dan kematangan emosi sebagai bentuk persetujuan dan kesediaan subjek untuk terlibat dalam penelitian.

b. Persiapan Alat Ukur

Tahapan selanjutnya peneliti mempersiapkan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala perilaku konsumtif dan skala kematangan emosi.

1). Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini menggunakan skala dari Rahmawati (2022) dengan menggunakan aspek dan teori dari Lina dan Rosyid (1997). Skala perilaku konsumtif terdiri dari 12 aitem *favorable* dan 11 aitem *unfavorable*. Terdapat 5 pilihan jawaban yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), Netral (N), Sesuai (S), Sangat Sesuai (SS). Sebelum skala yang digunakan siap untuk disebarkan pada uji coba, terlebih dahulu peneliti melakukan uji validitas terhadap 10 *expert judgment* yang dilakukan untuk melihat validitas *aikens'v* dengan perolehan hasil validitas aikens'v bergerak dari 0,8-0,925.

2). Skala Kematangan Emosi

Skala kematangan emosi dalam penelitian ini menggunakan skala kematangan emosi dari Sarah (2017) dengan menggunakan aspek dan teori dari Walgito (2004). Skala kematangan emosi terdiri dari 23 aitem *favorable* dan 13 aitem *unfavorable*. Terdapat 5 pilihan jawaban yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), Netral (N), Sesuai (S), Sangat Sesuai (SS). Sebelum skala yang digunakan siap untuk disebarkan pada uji coba, terlebih dahulu peneliti melakukan uji validitas terhadap 10 *expert judgment* yang dilakukan untuk melihat validitas *aikens'v* dengan perolehan hasil validitas aikens'v bergerak dari 0,775-0,925.

c. Uji Coba Alat Ukur Penelitian

Tahapan selanjutnya sebelum skala yang akan digunakan dalam pengambilan data, terlebih dahulu peneliti melakukan uji coba skala (*try out*) dengan tujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari skala yang akan digunakan dalam penelitian. Peneliti melakukan uji coba skala ukur pada tanggal 24 Mei sampai 1 Juni 2023 terhadap 101 subjek mahasiswa/i yang sesuai dengan kriteria penelitian melalui media *google form*. Setelah alat ukur uji coba tersebut disebar serta telah memenuhi jumlah responden, kemudian penelitian melakukan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan SPSS (*Statistical Product And Service Solutions for windows 25*).

d. Hasil Analisis Uji Coba Alat Ukur Penelitian

Berdasarkan perolehan hasil uji coba pada kedua alat ukur maka diperoleh hasil yaitu:

1). Skala Kematangan Emosi

Hasil analisis uji coba skala kematangan emosi menunjukkan bahwa 23 aitem tersebut dinyatakan valid dengan koefisien validasi bergerak dari 0,775 sampai 0,925 dengan koefisien *alpha cronbach* sebesar 0,873. Berikut ini adalah tabel *blue print* skala kematangan emosi setelah uji coba.

Tabel 4.1

Blueprint Skala Kematangan Emosi (Setelah Uji Coba)

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
Menerima diri sendiri dan orang lain	Menilai dan menerima keadaan diri sendiri dan orang lain secara objektif serta apa adanya	1,8,13,17,21,22	6	7
Tidak impulsif	Mengatur pikiran sebelum memberi respon terhadap suatu rangsangan dan sebelum melakukan sesuatu	2,9	-	2
Kontrol emosi dan ekspresinya dengan baik	Mengontrol dan mengekspresikan emosi dengan baik	3,10,14,18,23	-	5
Dapat berfikir secara objektif dan realistis	Sabar, penuh pengertian dan mempunyai toleransi baik	4,11,15	-	3
Tanggung jawab dan ketahanan dalam menghadapi situasi	Menerima dan melaksanakan tanggung jawab dengan baik	5,12,16,19	7	5
Jumlah		20	3	23

2). Skala Perilaku Konsumtif

Hasil analisis uji coba skala perilaku konsumtif menunjukkan bahwa 12 aitem tersebut dinyatakan valid dengan koefisien validasi bergerak dari 0,8 sampai 0,925 dengan koefisien *alpha cronbach* sebesar 0,804. Berikut ini adalah tabel *blue print* skala perilaku konsumtif setelah uji coba.

Tabel 4.2*Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif (Setelah Uji Coba)

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah
		F	UF	
Pembelian Impulsif	Pembelian produk tanpa perencanaan	2	3	2
	Mengutamakan keinginan	1	5,6	3
Pembelian Berlebihan	Mengutamakan gengsi	-	4	1
	Mengikuti tren	-	11,12	2
Pembelian Tidak Rasional	Tidak membuat skala prioritas	7,8,9	-	3
	Membeli produk karena diskon	-	10	1
	Jumlah	5	7	12

4.2 Laporan Pelaksanaan Penelitian

Pengambilan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini dimulai pada tanggal 9 Juni hingga tanggal 23 Juni 2023. Proses pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan tautan *google form* yang didalamnya terdapat *informed consent*, kuesioner perilaku konsumtif dan kuesioner kematangan emosi. Tautan *google form* tersebut di sebarluaskan oleh peneliti melalui media sosial *Whatt App*, Instagram dan Telegram. Persyaratan subjek yang dapat berpartisipasi terhadap penelitian ini sesuai dengan kriteria peneliti yaitu mahasiswa/i aktif di Yogyakarta, usia 18-25 tahun dan telah berada lebih dari satu tahun di perantauan.

Media *google form* yang digunakan dalam penelitian ini untuk pengumpulan data, didalamnya berisi kuesioner dari dua skala. Kemudian didalamnya juga terdapat prosedur pengisian agar subjek dapat mengisi kuesioner sesuai dengan prosedur sehingga dapat memanimalisir

kesalahan dalam penelitian. Peneliti juga menjelaskan bahwa selama pengisian *link google form* tidak terdapat adanya unsur paksaan, sehingga apabila subjek tidak berkenan mengisi kuesioner tersebut maka subjek tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner. Selama berlangsungnya proses pengambilan data, peneliti melakukan pengecekan berkala terhadap jumlah responden yang bersedia mengisi *google form*.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Deskripsi Responden Penelitian

Berdasarkan data yang telah diperoleh peneliti melalui sebaran kuesioner yang dilakukan secara online menggunakan *google form* menunjukkan bahwa total akhir yang mengisi kuesioner penelitian yaitu sebanyak 149 responden dengan rentang usia 18-25 tahun. Berikut merupakan gambaran mengenai responden penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.3

Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	N	Persentase (%)
Laki-laki	32	21,4%
Perempuan	117	78,5%
Total	149	100%

Data responden yang diperoleh berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa terdapat 32 responden laki-laki yang berpartisipasi dalam penelitian ini dengan nilai persentase yaitu 21,4%, kemudian diketahui bahwa terdapat 117 responden perempuan dengan nilai persentase yaitu

78,5% yang dimana hal tersebut menunjuk kan bahwa persentase responden perempuan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan persentase responden laki-laki.

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Asal Daerah

Ansal Daerah	N	Persentase (%)
Aceh	1	0,006%
Bali	2	0,013%
Bandar Lampung	2	0,013%
Bangka Belitung	2	0,013%
Banten	2	0,013%
Bengkulu	2	1,34%
Jakarta	1	0,67%
Jambi	3	2,01%
Jawa Barat	32	21,47%
Jawa Tengah	40	26,84%
Jawa Timur	17	11,40%
Kalimantan Selatan	1	0,67%
Kalimantan Tengah	3	2,01%
Kalimantan Timur	5	3,35%
Kalimantan Utara	2	1,34%
Maluku	3	2,01%
Nusa Tenggara Timur	3	2,01%
Nusa Tenggara Barat	11	7,38%
Riau	4	2,68%
Sulawesi Selatan	3	2,01%
Sulawesi Tenggara	1	0,67%
Sumatera Selatan	5	3,35%
Sumatra Utara	4	2,68%
TOTAL	149	100%

Perolehan data penelitian berdasarkan asal daerah bahwa terdapat responden 40 responden berasal dari Jawa Tengah atau berkisar 26,84%. Jawa Barat 32 responden atau berkisar 21,47%. Nusa Tenggara Barat 11 responden atau berkisar 0,071%. Kalimantan Timur, Sumatera Selatan 5 responden atau berkisar 0,032%. Jambi 3 responden atau berkisar 2,01%. Riau 4 responden atau berkisar 0,26%. Sulawesi Selatan 3 responden atau berkisar

2,01%. Sumatera Selatan 4 responden atau berkisar 0,026%. Maluku 3 responden atau berkisar 0,019%. Nusa Tenggara Timur 3 responden atau berkisar 0,019%. Bali 2 responden atau berkisar 0,013%. Bandar Lampung 2 responden atau berkisar 0,013%. Bangka Belitung 2 responden atau berkisar 0,013%. Banten 2 responden atau berkisar 0,013%. Bengkulu 2 responden atau berkisar 0,013%. Kalimantan Utara 2 responden atau berkisar 0,013%. Aceh 1 responden atau berkisar 0,006%. Jakarta 1 responden atau berkisar 0,006%. Sulawesi Tenggara 1 responden atau berkisar 0,006%.

4.3.2 Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian diperlukan untuk mengetahui gambaran data yang telah peneliti peroleh agar peneliti dapat mudah menginterpretasikan data tersebut.

Tabel 4.5

Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Kematangan Emosi	23	115	69	15,3	56	113	92,1	10,3
Perilaku Konsumtif	12	60	36	8	28	46	35,9	3,2

Keterangan:

Skor Hipotetik : diperoleh berdasarkan skala

Skor Empirik : diperoleh berdasarkan hasil penelitian

Berdasarkan tabel deskripsi data diatas dapat digunakan untuk mengkategorisasikan skor yang telah diperoleh oleh responden berdasarkan masing-masing variabel penelitian. Menurut Azwar (2020) dengan adanya pemberian kategorisasi terhadap suatu penelitian dapat memposisikan setiap individu kedalam suatu kelompok berdasarkan dengan jenjang atribut yang diukur. Berikut rumus norma kategorisasi yaitu:

Tabel 4.6
Rumus Norma Kategorisasi

No	Kategorisasi	Rumus Norma
1.	Sangat Rendah	$X < M - 1,5 \sigma$
2.	Rendah	$M - 1,5 \sigma \leq x < M - 0,5 \sigma$
3.	Sedang	$M - 0,5 \sigma \leq x < M + 0,5 \sigma$
4.	Tinggi	$M + 0,5 \sigma \leq x < M + 1,5 \sigma$
5.	Sangat Tinggi	$X > M + 1,5 \sigma$

Keterangan:

X : skor total

M : rata-rata

σ : standar deviasi

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus kategorisasi di atas, peneliti selanjutnya mengkategorisasikan responden kedalam lima kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 4.7
Presentil Kategorisasi Tiap Variabel

Kategorisasi	Kematangan Emosi	Perilaku Konsumtif
Sangat Rendah	$x < 76.68$	$x < 31.16$
Rendah	$76.68 \leq X < 87.02$	$31.16 \leq X < 34.38$
Sedang	$87.02 \leq X < 97.36$	$34.38 \leq X < 37.6$
Tinggi	$97.36 \leq X < 107.7$	$37.6 \leq X < 40.82$
Sangat Tinggi	107.7	40.82

Dapat diketahui bahwa tabel diatas merupakan tabel perhitungan kategorisasi pada tiap variabel, berdasarkan kategorisasi tersebut, berikut ini merupakan hasil dari frekuensi dan persentase dari masing-masing variabel.

Tabel 4.8
Kategorisasi Data Penelitian Tiap Variabel

Kategorisasi	Kematangan Emosi		Perilaku Konsumtif	
	Frekuensi	Presentase (%)	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat Rendah	8	5,4%	13	8,7%
Rendah	28	18,8%	34	22,8%
Sedang	62	41,6%	54	36,2%
Tinggi	47	31,5%	38	25,5%
Sangat Tinggi	4	2,7%	10	6,7%
Total	149	100%	149	100%

Berdasarkan perhitungan tabel kategorisasi di atas, dapat dikatakan bahwa besarnya skor kematangan emosi menandakan terdapat 62 responden memiliki kematangan emosi dalam kategori sedang dengan

persentase sebesar 41,6%. Sedangkan kategori responden tinggi berjumlah 47 responden dengan persentase 31,5%. Kemudian yang berada dalam kategori rendah berjumlah 28 responden dengan persentase 18,8%. Terdapat responden dalam kategori sangat rendah berjumlah 8 responden dengan persentase 5,4%, dan pada kategori sangat tinggi berjumlah 4 responden dengan persentase 2,7%.

Selain itu besarnya perhitungan skor perilaku konsumtif juga menandakan bahwa terdapat 54 responden memiliki perilaku konsumtif sedang dengan persentase 36,2%. Sedangkan kategori tinggi berjumlah 38 responden dengan persentase 25,5%. Kemudian yang berada dalam kategori rendah berjumlah 34 responden dengan persentase 22,8%. Terdapat responden dalam kategori sangat rendah berjumlah 13 responden dengan persentase 8,7%, dan kategori sangat tinggi berjumlah 10 responden dengan persentase 6,7%.

4.3.3 Uji Asumsi

Uji asumsi merupakan suatu rangkaian penting dan merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan uji hipotesis untuk menguji hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Sehingga terlebih dahulu peneliti melakukan uji asumsi. Dalam hal ini serangkaian uji asumsi yang dilakukan yaitu uji normalitas dan uji linearitas menggunakan bantuan SPSS *for windows 25*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data, apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal (Fahmezyan, Soraya & Etmmy, 2018). Menurut Setiawan dan Yosepha (2020) uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* dengan bantuan SPSS *for windows*, apabila nilai signifikansi yang diperoleh $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal sedangkan apabila signifikansi yang diperoleh $< 0,05$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

Variabel	Sig	Interpretasi
Kematangan Emosi	0,094	Normal
Perilaku Konsumtif	0,025	Tidak Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai sig variabel kematangan emosi berdistribusi normal, sedangkan pada variabel perilaku konsumtif tidak berdistribusi normal. Adanya kesalahan dalam instrumen ataupun pengumpulan data dapat menyebabkan data tidak berdistribusi normal (Sugiyono, 2015).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear atau tidak dari kedua variabel yang diteliti

(Ranti, Budiarti & Trisna, 2017). Dalam penelitian ini uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear antar kematangan emosi dan perilaku konsumtif. *Tes for Linearity* pada taraf signifikansi $> 0,05$ dapat dilihat berdasarkan dua variabel, dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila signifikansi *Deviation from Linearity* $> 0,05$.

Tabel 4.10

Hasil Uji Linearitas

Variabel	P	Interpretasi
Kematangan Emosi*Perilaku Konsumtif	0,023	Tidak Linear

Hubungan linear antar variabel kematangan emosi dengan perilaku konsumtif dilihat berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel di atas. Nilai output dari uji linearitas di atas menunjukkan bahwa nilai p dalam *deviation from linearity* yaitu sebesar $> 0,023$ sehingga dikatakan tidak linear karena nilai $p < 0,05$. Selanjutnya berdasarkan uji linearitas menunjukkan bahwa hasil determinasi dari kedua variabel menunjukkan seberapa persen pengaruh yang diberikan oleh variabel kematangan emosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Tabel 4.11

Hasil Uji Determinasi

Variabel	R Square
Kematangan Emosi*Perilaku Konsumtif	0,004

Berdasarkan dengan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,004 artinya menunjukkan bahwa pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 0,4 %.

4.3.4 Uji Hipotesis

Setelah rangkaian uji asumsi dilakukan, selanjutnya yaitu melakukan uji hipotesis dengan menggunakan metode non parametrik dengan analisis *spearman rank* untuk menguji hubungan kedua variabel kematangan emosi terhadap variabel perilaku konsumtif. Uji hipotesis dapat diterima apabila perolehan nilai $p < 0,05$. (Sugiyono, 2016).

Tabel 4.12

Hasil Uji Hipotesis

Variable	r	p	Interpretasi
Kematangan Emosi*Perilaku konsumtif	-0,083	0,314	Tidak Terdapat Hubungan Negatif

Nilai korelasi person r sebesar -0,083 dan nilai p sebesar $0,314 > 0,05$ sehingga menunjukkan tidak adanya hubungan antara

kematangan emosi dan perilaku konsumtif yang dilihat berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan analisis *spearman rank*. Menurut Marlius (2017) apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis nya tidak diterima. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti **tidak diterima**.

4.3.5 Uji Analisis Tambahan

Uji analisis tambahan dilakukan untuk menguji perbedaan hubungan antar variabel bebas dan tergantung pada laki-laki dan perempuan.

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisis Tambahan

Variabel	\bar{x} Laki-laki	\bar{x} Perempuan
Kematangan Emosi	94,75	92,31
Perilaku Konsumtif	34,47	36,09

Keterangan: \bar{x} Mean

Berdasarkan perolehan hasil analisis tambahan dengan *one way anova* maka diperoleh nilai mean atau rata-rata kematangan emosi pada laki-laki yaitu sebesar 94,75 sedangkan pada perempuan sebesar 92,31. Kemudian mean atau rata-rata perilaku konsumtif pada laki-laki sebesar 34,47 dan pada perempuan sebesar 36,09. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai mean dari variabel kematangan emosi pada laki-laki lebih besar daripada perempuan, dan pada variabel perilaku konsumtif nilai mean lebih besar perempuan daripada laki-laki.

4.4 Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan kematangan emosi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di perantauan. Menurut Hasanah dan Wacana (2017) mahasiswa merupakan individu yang sedang menempuh pendidikan dan terdaftar dalam salah satu perguruan tinggi. Yogyakarta adalah provinsi yang terletak di pulau Jawa, yang menjadi salah satu kota tujuan pendidikan yang mampu menarik minat para perantau untuk dapat melanjutkan pendidikan ke berbagai perguruan tinggi (Devinta & Hendrastomo, 2015). Usia 18-25 tahun merupakan usia memasuki masa dewasa dalam menjalani pendidikan pada salah satu perguruan tinggi (Assolekhah, Fitriani, Sarwono, Fatoni, Suryandari, 2023). Hal tersebut sesuai dengan responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa atau mahasiswi aktif Yogyakarta dengan usia 18-25 tahun dan sudah berada lebih dari satu tahun di perantauan. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 149 orang, responden laki-laki berjumlah 32 orang dan responden perempuan berjumlah 117 orang yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa hipotesis pada penelitian yang di ajukan tidak diterima. Hal tersebut berarti tidak terdapat korelasi antar variabel kematangan emosi dan perilaku konsumtif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kematangan emosi bukan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh Kumalasari & Soesilo (2019) menyatakan bahwa uang saku menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa, hal tersebut menunjukkan bahwa banyak nya jumlah uang saku mahasiswa dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang tinggi.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Rachmadani (2021) menyatakan bahwa kontrol diri tidak memiliki hubungan negatif atau tidak memberikan kontribusi dalam perilaku konsumtif pada mahasiswa. Selain itu di dukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Siregar (2017) menunjukkan bahwa tinggi rendahnya harga diri tidak berhubungan dengan perilaku konsumtif terhadap *smartphone* mahasiswa, sehingga penelitian ini memperlihatkan bahwa harga diri tidak memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif. Adapun Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti ini yaitu tidak terdapatnya hubungan negatif antara kematangan emosi dan perilaku konsumtif, sehingga hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Purwanti (2013) hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa tidak terdapatnya hubungan pola asuh demokratis dengan kematangan emosi. Kematangan emosi merupakan suatu proses individu dalam mengendalikan serta mengontrol emosi dalam diri sehingga dapat menghadapi berbagai situasi (Maulidha & Salehudin, 2021).

Selain itu menurut Sofyan (2015) menyatakan bahwa seseorang yang menggunakan emosi nya dengan baik maka dapat ditandai dengan pengontrolan diri, serta dapat memberikan tanggapan yang bijak terhadap emosi yang ada pada dirinya ketika berada dalam lingkungan. Kematangan emosi yang dimiliki mahasiswa dalam penelitian ini termasuk kedalam kategori sedang yaitu terdapat 62 subjek. Hal tersebut menunjukkan bahwa

sebagian besar subjek dalam penelitian memiliki tingkat kematangan emosi yang sedang. Kemudian dalam kategori tinggi terdapat 47 subjek, pada kategori sangat tinggi berjumlah 4 subjek. Kematangan emosi menjadi aspek yang penting terhadap keberhasilan kepribadian. Seseorang yang memiliki kematangan emosi yang tinggi dapat menerima keadaan diri dan orang lain apa adanya, dapat berpikir secara objektif, tidak impulsif serta dapat memberikan respon yang baik terhadap stimulus yang datang padanya (Oktavianingsih & Fitroh, 2021). Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Annisavitry (2017) bahwa seorang individu yang memiliki kematangan emosi yang baik maka dapat mengarahkan perilakunya ke dalam pertanggung jawaban yang positif.

Hasil kategorisasi kematangan emosi tersebut juga diikuti oleh perilaku konsumtif yang dimiliki, pada variabel perilaku konsumtif terdapat 54 subjek berada dalam kategori sedang. Kemudian terdapat 38 subjek berada dalam kategori tinggi, dan terdapat 10 subjek berada dalam kategori sangat tinggi. Hasil kategorisasi tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang dimiliki sebagian besar responden dalam penelitian ini masuk ke dalam kategori sedang. Demikian hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa membeli barangan didominasi oleh emosi sehingga membeli barang tanpa pertimbangan, membeli secara berlebihan serta tidak rasional. Oleh karenanya mahasiswa yang mempergunakan uangnya tanpa pertimbangan dalam membeli, apabila dilakukan secara terus menerus maka dapat menyebabkan perilaku konsumtif. Hal tersebut didukung oleh penelitian

yang telah dilakukan oleh Widiastuti dan Nasution (2022) bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dapat semakin tinggi diakibatkan oleh adanya kemudahan akses dalam membeli.

Berdasarkan hasil kategorisasi diatas dapat diketahui bahwa subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat kematangan emosi yang rendah dan perilaku konsumtif nya tinggi. Adanya perbedaan kategorisasi tersebut juga menjelaskan bahwa tidak terdapatnya keterkaitan antar aspek kedua variabel. Pembelian impulsif tanpa memperdulikan pertimbangan sebelum membeli mempengaruhi sifat impulsif dengan tidak memikirkan sebab akibat hal ini berarti individu memiliki kematangan emosi yang kurang matang oleh karenanya, hal tersebut juga mempengaruhi bagaimana individu dapat berfikir sehingga dapat memutuskan sikap apa yang perlu digunakan. Didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sari (2014) bahwa pembelian impulsif merupakan pembelian secara spontan disebabkan oleh dorongan dari stimulus sehingga menghasilkan reaksi emosional yang membuat individu tersebut langsung membeli barang yang dilihatnya.

Individu yang berada di perantauan melakukan pembelian secara berlebihan tanpa mempertimbangan kebutuhan sehingga mengakibatkan individu tersebut menjadi boros, adanya perilaku ini membuat individu tidak dapat mengontrol emosinya dengan baik. Sehingga dalam hal ini, individu yang membeli melebihi dari yang dibutuhkan perlu memiliki pemikiran yang matang agar dapat mengambil keputusan dengan bijak dan rasional (Halimah,

Sudiarti & Harahap, 2022). Selain itu, pembelian secara rasional yaitu tidak mempertimbangkan fungsi dari barang yang dibeli mempengaruhi penerimaan diri sendiri dan orang sekitar serta tidak dapat bertanggung jawab dengan dirinya. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Nurhaini (2018) menyatakan bahwa individu yang tidak mampu mengontrol perilakunya cenderung akan melakukan perilaku konsumtif agar dapat diterima oleh orang lain dan lingkungan sekitarnya.

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor lain, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Solichach dan Dewi (2019) menyatakan bahwa konformitas menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dalam pembelian *fashion* pada mahasiswa. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Luas, Irawan, dan Windrawanto (2023) menyatakan bahwa konsep diri dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan pembahasan diatas, kesimpulan dalam penelitian ini yaitu tidak adanya hubungan yang negatif antara kematangan emosi dan perilaku konsumtif pada mahasiswa di perantauan.

Analisis tambahan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu untuk dapat mengetahui perbedaan antara responden laki-laki dan perempuan, dimana nilai rata-rata kematangan emosi pada laki-laki lebih besar dari perempuan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian oleh Pranoto dan Simbolon (2021) menemukan bahwa laki-laki lebih matang emosinya dibandingkan perempuan pada mahasiswa FK UISU angkatan 2017, hal tersebut bahwa laki-laki yang memiliki kematangan emosi lebih dapat berfikir

secara objektif, memiliki toleransi yang baik serta mampu bertanggung jawab terhadap permasalahan yang dihadapi. Kemudian rata-rata perilaku konsumtif pada laki-laki lebih kecil dari perempuan. Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewandari dan Putri (2021) bahwa perilaku konsumtif perempuan lebih tinggi daripada laki-laki. Menurut Kotler (dalam Idris, 2022) menyatakan bahwa perempuan mempunyai keinginan yang tiada batas dibandingkan dengan laki-laki.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, limitasi dalam penelitian ini tidak mencantumkan berapa jumlah uang saku perbulan yang diperoleh mahasiswa, serta berapa besar biaya pengeluaran setiap bulan nya. Kemudian dalam penelitian ini juga terdapat limitasi pada uji asumsi tidak berdistribusi normal dan tidak linear, karena adanya bias dalam pengisian kuesioner oleh responden. Menurut Puspatara, Hartika dan Supriyadi, 2020 terjadinya *social desirability* pada responden adalah kecenderungan dalam menunjukkan bahwa dirinya memiliki perilaku yang baik.