

HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN KECENDERUNGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z PENGGUNA PEMBAYARAN DIGITAL DI YOGYAKARTA

by Hana Widiya Puteri 212303055

Submission date: 04-Aug-2025 12:13PM (UTC+0700)

Submission ID: 2724998988

File name: PERILAKU_KONSUMTIF_PADA_GENERASI_Z_PENGGUNA_PEMBAYARAN_DIGI.docx (643.26K)

Word count: 12814

Character count: 86574

**HUBUNGAN ⁸KONTROL DIRI DENGAN KECENDERUNGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z PENGGUNA
PEMBAYARAN DIGITAL ²¹DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Program Studi Psikologi (S-I) Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun Oleh:

Hana Widiya Puteri

212303055

**⁹PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA
2025**

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Generasi Z lahir antara 1995-2010 yang tumbuh berdampingan dengan kemajuan teknologi digital yang sangat pesat. Mereka memiliki kemampuan tinggi dalam menguasai perangkat seperti *smartphone*, laptop, dan tablet, sehingga cenderung mengutamakan fleksibilitas dalam bekerja maupun berkomunikasi. Era digital yang mereka masuki membuat hampir seluruh aktivitas, mulai dari interaksi sosial hingga pengisian waktu luang dilakukan secara online, dengan media sosial sebagai saluran utama dalam membentuk identitas dan jejaring sosial mereka (Ramadhani & Khoirunisa, 2025). Mereka tumbuh dengan internet, media sosial, dan aplikasi pintar sebagai bagian tak terpisahkan dari keseharian. Digitalisasi yang diinisiasi oleh Generasi Z telah mengubah pola konsumsi dengan peningkatan preferensi belanja daring, serta mendorong lahirnya ekonomi *gig* dan *startup* teknologi (Zirzis, 2024).

Transformasi teknologi informasi menggeser fokus dari uang fisik ke “uang maya” yang dikelola sepenuhnya dalam sistem elektronik. Pembayaran gaji, pembelian barang, dan tagihan listrik atau air kini dapat dilakukan kapan saja melalui internet *banking*, *mobile banking*, dan aplikasi pembayaran (Danuri, 2019). Generasi Z diposisikan sebagai segmen konsumen paling aktif di *e-commerce*, khususnya *Shopee*. Mereka disebut-sebut sebagai pendorong utama pertumbuhan belanja online di

Indonesia, dengan preferensi kuat terhadap kemudahan, kecepatan transaksi, dan ragam produk yang ditawarkan. Transformasi digital yang dipicu oleh pandemi memantapkan peran mereka sebagai pengguna setia *platform* daring, menegaskan bagaimana teknologi informasi telah mengubah cara belanja dan interaksi ekonomi sehari-hari (Firellsya, Kembau, Bernanda, & Christin, 2024).

Sebagai pusat pendidikan dan budaya, Yogyakarta memiliki karakteristik unik dengan keberagaman penduduknya, termasuk mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia. Mahasiswa seringkali dihadapkan pada berbagai pilihan konsumsi dan gaya hidup baru yang mendorong mereka untuk mengadopsi pola perilaku tertentu, termasuk dalam penggunaan pembayaran digital. Menurut data Badan Pusat Statistik (2022), jumlah Generasi Z yang berusia 15-30 tahun di Yogyakarta tercatat sebanyak 93.015 jiwa, lebih rendah dibandingkan dengan Surakarta yang mencapai 118.682 jiwa, Bali sebanyak 175.163 jiwa, dan Malang dengan 192.792 jiwa. Sementara itu, Bandung memiliki jumlah Generasi Z tertinggi, yaitu 590.683 jiwa. Meskipun Yogyakarta memiliki jumlah Generasi Z yang lebih sedikit dibandingkan dengan Surakarta, Bali, Malang, dan Bandung, persentase penggunaan pembayaran digital di tergolong tinggi, yang pada akhirnya memunculkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri, Riswanmudib dan Naufal (2025) mengungkapkan bahwa pengaruh penggunaan QRIS atau

pembayaran melalui digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Yogyakarta mencapai 37,5%. Bank Indonesia (BI) DIY mencatat bahwa transaksi QRIS di DIY mencapai Rp 5,81 triliun, meningkat sebesar 298,87% dengan total 60,27 juta transaksi. Selain itu, jumlah pengguna QRIS hingga akhir 2024 tercatat sebanyak 925.880 orang. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Yogyakarta, termasuk Generasi Z, semakin terbiasa dengan teknologi dan implementasi pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari (Bramantyo, 2025).

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2024) sebagian besar Generasi Z di Yogyakarta, yakni 60%, mengakui bahwa penggunaan pembayaran digital telah meningkatkan perilaku konsumtif mereka. Fenomena ini mencerminkan pengaruh kenyamanan dan kemudahan yang diberikan oleh aplikasi pembayaran digital dalam berbelanja, yang mendorong mereka untuk bertransaksi lebih sering dan kurang mempertimbangkan keputusan pembelian (Azizah, 2024).

Penelitian di Yogyakarta menunjukkan bahwa 75% responden mahasiswa memiliki tingkat perilaku konsumtif sedang, dengan 21,5% lainnya menunjukkan perilaku konsumtif tinggi. Sebagian besar mahasiswa mengaku melakukan pembelian terhadap barang yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan serta merasa senang melakukan pembelian barang meskipun harganya mahal (Kairupan & Suoth, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Putri, Bakar dan Hamid (2023) menunjukkan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan

Generasi Z cukup tinggi. Di D.I. Yogyakarta, 60% Generasi Z menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif, sementara di D.K.I. Jakarta, 48,9% Generasi Z juga memiliki kecenderungan serupa. Kota Medan menunjukkan persentase tertinggi, dengan 64,64% Generasi Z terlibat dalam kecenderungan perilaku konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif tidak terbatas pada satu wilayah saja, melainkan menjadi fenomena yang meluas di kalangan Generasi Z di Indonesia

Kemudahan akses ke berbagai saluran pembayaran digital mulai dari *mobile banking* hingga *e-wallet* memudahkan Generasi Z untuk melakukan pembelian. Mereka sering dipengaruhi oleh iklan online dan rekomendasi dari teman sebaya, kemudian menyelesaikan transaksi dengan cepat berkat kemudahan proses *checkout* dan ketersediaan metode pembayaran non-tunai di *smartphone* mereka (Nadhifah, Sucipto, & Sudiby, 2024). Adopsi transaksi *cashless* dan belanja online meningkatkan kemudahan akses, namun juga memicu pengeluaran yang tidak terkontrol, berpotensi menimbulkan utang dan masalah keuangan jangka panjang. Generasi Z dengan perilaku konsumtif mungkin kesulitan menabung atau berinvestasi, sehingga stabilitas finansial masa depan mereka dapat terganggu (Cahyani, Suherman, & Noor, 2024).

Sebagaimana dijelaskan oleh Anggraini (2019) kecenderungan perilaku konsumtif dapat dikategorikan berdasarkan intensitas belanja menjadi: kategori 1-3 kali, kategori 4-6 kali, kategori 7-9 kali dan kategori

lebih dari 10 kali. Dimana kategori rendah yaitu 1-3 kali belanja dalam satu bulan, kategori sedang ditunjukkan oleh frekuensi belanja sebanyak 4-6 kali dalam sebulan, kategori tinggi mencakup frekuensi belanja 7-9 kali per bulan, sedangkan kategori sangat tinggi ditandai dengan belanja lebih dari 10 kali dalam sebulan. Intensitas penggunaan pembayaran digital pada penelitian ini berada di Yogyakarta dan wilayah Kabupaten Sleman merupakan domisili yang paling dominan dalam penggunaan pembayaran digital, mulai dari intensitas sangat tinggi hingga kategori rendah.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli barang melebihi kebutuhan sebagai respons terhadap tekanan emosional, dorongan pribadi, atau pengaruh lingkungan, di mana keputusan beli tidak lagi berlandaskan pada kebutuhan yang rasional, melainkan sekadar memenuhi keinginan semata. Kondisi ini kerap ditandai oleh gaya hidup konsumeris yang menempatkan citra, *prestise*, dan kesenangan sesaat di atas pertimbangan fungsi atau manfaat barang (Widiastuti, Universari, & Setiawan, 2023). Penelitian lain menjelaskan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif didefinisikan sebagai suatu sikap individu dalam melakukan pembelian yang dipengaruhi oleh dorongan emosional, bersifat tidak rasional, serta tidak didasari oleh perencanaan yang matang (Saragih & Pusvitasari, 2022). Kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z khususnya mahasiswa yang terpapar gaya hidup *brand-minded* seringkali berujung pada gangguan kecemasan. Individu yang terus-menerus merasa “harus” membeli barang

sesuai tuntutan citra diri, tetapi tidak didukung kemampuan finansial, akan mengalami tekanan psikologis karena keinginan yang tak terpenuhi (Sadewa & Ariani, 2022).

Generasi Z rentan terjerumus pada kecenderungan perilaku konsumtif, yakni kecanduan membeli barang/jasa tanpa henti. Dampak negatifnya meliputi pemborosan, gangguan emosional, stres dan depresi, hingga masalah finansial yang merusak hubungan sosial dengan keluarga atau lingkungan sekitar (Kurniawati, Pratitis, & Arifiana, 2024). Sejalan dengan penelitian Siallagan, Derang dan Nazara (2021) yang mana Generasi Z menunjukkan bahwa kecenderungan konsumtif terutama didorong oleh kebutuhan meningkatkan status sosial, mudah terpengaruh tren online, dan daya beli tinggi berpotensi membentuk gaya hidup berlebihan yang memprioritaskan penampilan semata. Hal ini memicu pola hidup boros, menurunkan kemampuan menabung, dan bahkan mengancam kesejahteraan individu maupun mekanisme ekonomi kampus karena konsumsi tanpa kendali dan kurangnya pertimbangan rasional terhadap kebutuhan nyata.

Penelitian lainnya oleh Ulya, Hakim dan Jamaluddin (2021) mengungkapkan bahwa kecenderungan konsumtif menimbulkan kebiasaan belanja berlebihan sering membeli barang bukan untuk kebutuhan primer tetapi demi gengsi atau penampilan sehingga mengurangi prioritas terhadap tujuan akademik, memicu stres finansial, dan menurunkan kemampuan berpikir rasional tentang pengelolaan sumber daya.

Penggunaan dompet elektronik seperti *Go-Pay* yang menawarkan promo *cashback* membuat Generasi Z lebih sering melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kegunaan atau kebutuhan lainnya. Hal ini mengakibatkan transaksi yang semakin sering dan sulit dikendalikan. Fenomena ini dapat mengganggu perencanaan keuangan pribadi, mengurangi kepuasan jangka panjang, dan menciptakan siklus pembelian yang berlebihan yang berdampak negatif secara psikologis (Maula & Kustanti, 2020).

Dampak lain dari kecenderungan perilaku konsumtif adalah pola konsumsi yang dipengaruhi oleh tekanan sosial dan keinginan untuk mengikuti gaya hidup "*hits*", yang menyebabkan pembelian berlebihan dan pemborosan. Hal ini tidak hanya membuang sumber daya, tetapi juga meningkatkan risiko terlibat dalam tindakan ekstrem seperti mencuri untuk memenuhi hasrat belanja, serta melemahkan kemampuan berpikir rasional dan mengelola keuangan pribadi (Jafar, Anggrainy, Suhardin, & Tohai, 2023). Lebih parahnya, berdampak langsung pada stabilitas ekonomi keluarga dan kesehatan mental individu. Konsumsi berlebihan sering mendorong siswa untuk berbohong, mencuri, atau bahkan menjual diri untuk mendukung gaya hidup mereka, sementara kebiasaan berbelanja yang tidak terkendali mengurangi kemampuan untuk menabung dan berinvestasi jangka panjang, yang pada akhirnya menciptakan tekanan finansial dan kecemasan yang terus-menerus (Hanifaturohmah & Widyarto, 2022).

Hasil data awal yang diperoleh melalui wawancara dengan tujuh subjek dari Generasi Z di Yogyakarta menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Subjek-subjek ini menyatakan bahwa kemudahan yang diberikan oleh metode pembayaran digital, seperti *e-wallet* dan QRIS, membuat mereka lebih cenderung untuk berbelanja tanpa banyak pertimbangan. Salah satu responden mengungkapkan bahwa, sebelum menggunakan metode pembayaran digital, mereka lebih berhati-hati dalam membeli barang. Namun, dengan adanya fitur transaksi cepat dan berbagai promo menarik, mereka sering kali membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan. Selain itu, beberapa subjek juga merasa bahwa tidak adanya uang tunai yang terlihat secara fisik membuat mereka kurang memperhatikan pengeluaran mereka, sehingga lebih sering melakukan pembelian tanpa pertimbangan matang.

Temuan ini mencerminkan meningkatnya kecenderungan konsumtif di kalangan Generasi Z, yang dipicu oleh kemudahan transaksi digital dan paparan beragam tawaran diskon, *cashback*, dan fitur *pay later*. Di sisi lain, meskipun mereka menyadari dampak dari kebiasaan konsumtif ini, beberapa subjek menunjukkan upaya untuk mengontrol pengeluaran, seperti dengan menetapkan anggaran belanja bulanan. Mereka menyadari pentingnya kontrol diri untuk menghindari pemborosan dan menjaga keseimbangan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada dorongan untuk berbelanja lebih banyak, kemampuan

individu dalam mengendalikan diri mampu memainkan peran penting dalam mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan.

Cara mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif antara lain dengan mendorong individu untuk mengeksplorasi hobi dan aktivitas non-konsumsi (olahraga, seni, atau relawan), serta membangun kesadaran diri melalui refleksi nilai pribadi. Selain itu, mengadakan diskusi kelompok atau *workshop* mengenai “nilai kebahagiaan non-material” dapat membantu mereka melepaskan tekanan untuk selalu “tampil mewah” demi pengakuan sosial (Alamanda, 2018).

Karena belanja online mempermudah akses, penting untuk menerapkan strategi pengendalian diri yang sesuai dengan konteks digital. Misalnya, memasang batasan anggaran di aplikasi *e-wallet*, menonaktifkan notifikasi promosi, atau menggunakan ekstensi *browser* yang memblokir situs belanja pada jam tertentu. Selain itu, teknik “*cooling-off*” seperti menunda klik “*checkout*” selama 10-15 menit dapat mengurangi keputusan emosional. Pelibatan teman atau keluarga sebagai “*accountability partner*” juga efektif sebelum membeli, diskusikan dulu rencana pembelian dengan mereka untuk mendapatkan perspektif kedua (Sari & Irmayanti, 2021).

Salah satu cara untuk mengurangi kecenderungan konsumtif adalah dengan meningkatkan kemampuan kontrol diri, terutama dalam membuat keputusan pembelian yang lebih bijaksana. Mendorong Generasi Z untuk memprioritaskan tujuan keuangan jangka panjang daripada kesenangan sesaat sangat penting. Selain itu, pendidikan tentang literasi keuangan dan

dampak dari konsumsi berlebihan juga dapat membantu individu untuk membuat pilihan belanja yang lebih bertanggung jawab (Islamia & Purnama, 2022). Pada individu, kontrol diri dalam mengurangi perilaku konsumtif berfokus pada kemampuan untuk menahan dorongan dan membuat keputusan pembelian yang lebih bijaksana. Mahasiswi perlu dilatih untuk membedakan antara keinginan membeli barang karena tren atau promosi dan kebutuhan yang sesungguhnya. Mengajarkan mereka untuk menentukan anggaran dan berkomitmen untuk tetap berada dalam batas tersebut bisa membantu mereka menghindari pembelian yang tidak perlu.

Salah satu cara praktis adalah dengan membuat daftar belanja berdasarkan prioritas kebutuhan, serta merefleksikan dampak keuangan dari setiap pembelian. Selain itu, memperkuat kemampuan mahasiswi dalam menunda kepuasan dan berfokus pada tujuan jangka panjang juga dapat mengurangi perilaku konsumtif yang sering dipicu oleh iklan atau godaan sesaat (Salamah, 2021).

Menurut penelitian Renaldy, Dewi, dan Hidayatullah (2018), kontrol diri sangat berperan signifikan dalam menekan perilaku konsumtif, terutama dalam berbelanja online melalui media sosial. Kontrol diri dipandang sebagai kapasitas individu dalam mengendalikan tindakannya yang dipicu oleh dorongan, seperti keputusan pembelian mendadak, dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari tindakan tersebut. Dengan memperkuat kontrol diri, individu dapat menghindari pembelian

barang yang tidak diperlukan yang dipengaruhi oleh rangsangan eksternal seperti iklan atau tekanan teman sebaya. Mengajarkan mahasiswa untuk berpikir kritis tentang pembelian mereka dan membuat keputusan berdasarkan kebutuhan, bukan emosi atau tekanan eksternal, dapat membantu mengurangi pembelian yang tidak perlu.

Selain itu penelitian Fidaiyu, Sulistiani dan Mahastuti (2021) menggambarkan kontrol diri sebagai faktor penting dalam mencegah perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Kontrol diri mempermudah individu membuat keputusan yang lebih rasional saat dihadapkan pada dorongan untuk membeli produk tanpa pertimbangan matang. Mahasiswa yang mampu mengendalikan dirinya dengan baik cenderung dapat menunda kepuasan juga menghindari pembelian yang tidak perlu, yang seringkali didorong oleh keinginan sesaat. Untuk meningkatkan kontrol diri, mahasiswa dapat didorong untuk membuat rencana pembelian, menetapkan tujuan keuangan, dan lebih sadar akan kebiasaan pengeluaran mereka. Kontrol diri juga memungkinkan individu untuk membedakan antara kebutuhan sejati dan keinginan, sehingga mengurangi kemungkinan pengeluaran berlebihan.

Penelitian lainnya yang dikemukakan oleh Juniar (2023) menyatakan bahwa kontrol diri dapat menurunkan perilaku konsumtif pada individu. Studi ini mengindikasikan bahwa individu yang mampu mengatur dirinya dengan baik lebih berpotensi untuk mengelola dorongan bahkan emosinya, sehingga mereka dapat menghindari pembelian barang

yang dipengaruhi oleh teman sebaya atau tren sosial Kontrol diri memungkinkan individu untuk mengevaluasi konsekuensi dari pembelian mereka dan membuat keputusan yang lebih rasional. Dengan mengajarkan individu untuk membuat anggaran, menabung, dan mempertimbangkan manfaat praktis dari pembelian mereka, kontrol diri dapat membantu mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan.

Dalam studi yang dilaksanakan oleh Anggreini dan Mariyanti (2014), kontrol diri didefinisikan sebagai keterampilan seseorang dalam memodifikasi perilaku, mengelola informasi, serta memilih tindakan yang tepat. Kontrol diri ini sangat berhubungan dengan pengelolaan keuangan, di mana individu dengan pengendalian diri yang kuat biasanya mampu untuk lebih bijak dalam membelanjakan uang mereka, terutama menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu, kontrol diri dianggap sebagai potensi individu untuk mengelola dorongan dan membuat keputusan yang lebih rasional terkait konsumsi. Kontrol diri memainkan peran penting dalam mengurangi perilaku konsumtif dengan membuat individu lebih bijak dalam mengelola keuangan dan menghindari pengeluaran yang tidak direncanakan (Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki dampak positif, seperti pada penelitian Layaman, Khairunnisa, dan Rohayati (2022), dimana kontrol diri memiliki dampak positif dalam mengurangi perilaku konsumtif. Penelitian ini mengindikasikan bahwa kontrol diri yang baik mampu menjembatani keterkaitan hubungan antara

penggunaan *e-money* dan perilaku konsumtif meskipun penggunaan uang elektronik bisa menstimulasi kebiasaan konsumtif, kontrol diri membantu mahasiswa untuk menghindari pembelian yang berlebihan dan tetap mengelola keuangan mereka dengan bijak.

Selanjutnya penelitian oleh Prasinta, Wiyono, dan Maulida (2024), dimana kontrol diri dikatakan memiliki dampak positif terhadap pengurangan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Kemampuan kontrol diri yang tinggi pada mahasiswa membuat mereka cenderung tidak melakukan pembelian yang tidak perlu dan lebih bijak dalam mengelola pengeluaran mereka. Kontrol diri yang baik membantu mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka dan menghindari keputusan pembelian yang tergesa-gesa. ¹¹⁸ Menunjukkan bahwa tingkat kontrol diri yang tinggi memiliki hubungan negatif ⁸² terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswi dengan kontrol diri yang baik cenderung lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan dan lebih selektif dalam membeli barang. ²⁶ Dengan kontrol diri yang lebih baik, mereka dapat menghindari membeli barang yang tidak perlu dan lebih fokus pada pengelolaan keuangan yang sehat (Arum & Khoirunnisa, 2021).

Pemaparan diatas menekankan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana kontrol diri mempengaruhi ⁷ perilaku konsumtif Generasi Z yang menggunakan pembayaran digital. Pemahaman tentang hubungan ini dapat memberikan wawasan berharga mengenai pengembangan strategi pengelolaan keuangan dan peningkatan

literasi keuangan untuk membantu generasi muda ini. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan mampu menyajikan rekomendasi bagi para pembuat kebijakan dan penyedia *platform* pembayaran digital dalam merancang fitur-fitur yang mendorong perilaku konsumsi yang lebih bijaksana di kalangan pengguna, khususnya Generasi Z.

Generasi Z dijadikan subjek penelitian karena mereka termasuk generasi yang paling aktif dan terhubung dengan perkembangan teknologi digital. Kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh pembayaran digital dapat mendorong pola konsumsi yang lebih impulsif di kalangan mereka. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak penggunaan pembayaran digital terhadap kecenderungan perilaku konsumtif Generasi Z di wilayah Yogyakarta.

B. Tujuan Penelitian

Riset ini dilakukan dengan tujuan guna menganalisis adanya hubungan antara kontrol diri dan kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian yang mengusung judul hubungan kontrol diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta ini meliputi:

⁶ 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menyalurkan kontribusi teoritis dalam ranah psikologi, terutama pada kajian dalam konteks hubungan antara kontrol diri dan kecenderungan perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur dalam bidang psikologi kepribadian dan psikologi konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan wawasan kepada Generasi Z mengenai pentingnya kontrol diri dalam mengatur keuangan dan menghindari perilaku konsumtif. Pengetahuan ini diharapkan membantu mereka lebih bijak dalam menggunakan pembayaran digital, serta meningkatkan kesadaran akan dampak perilaku konsumtif terhadap kondisi finansial mereka.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini memberikan wawasan bagi masyarakat mengenai pentingnya kontrol diri dalam mengatur perilaku konsumtif Generasi Z yang menggunakan pembayaran digital di Yogyakarta. Melalui pemahaman ini, generasi muda dapat lebih cermat dalam mengelola keuangan, sementara orang tua, pendidik, dan pemerintah dapat menyusun strategi edukasi keuangan yang

lebih efektif untuk mendorong kebiasaan konsumsi yang lebih bijak di era digital.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini membekali peneliti dengan pengalaman lapangan secara langsung dalam mengkaji perilaku konsumtif dan kontrol diri. Selain itu, penelitian ini juga akan meningkatkan keterampilan dalam merancang dan melaksanakan penelitian ilmiah, khususnya dalam mengumpulkan, melakukan pengolahan, serta analisis data melalui metode yang relevan.

d. ⁷⁵ Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan berpotensi menjadi sumber acuan dan pedoman bagi peneliti berikutnya yang ingin mengeksplorasi tema yang serupa. Output dan penemuan riset ini dapat memberikan panduan dalam memahami variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks penggunaan pembayaran digital, serta membantu peneliti berikutnya untuk mengembangkan penelitian lanjutan yang lebih mendalam atau eksploratif.

D. Keaslian Penelitian

Kajian tentang kontrol diri dan kecenderungan perilaku konsumtif telah banyak dikembangkan oleh berbagai peneliti, meskipun dengan variabel yang berbeda. Di antaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh

Mardikaningsih, Sinambela, Darmawan, & Nurmalasari (2020) dengan variabel penelitian perilaku konsumtif dan minat dalam menggunakan layanan pinjaman online. Studi ini dilaksanakan di Kota Surabaya melibatkan 100 responden mahasiswa perguruan tinggi di mana teknik yang digunakan adalah *accidental sampling*. Proses pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan teknik pengumpulan data skala *Likert*, sementara teknik analisis yang digunakan adalah Korelasi *Pearson Product Moment*, dan hasilnya menunjukkan adanya keterkaitan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan minat mahasiswa terhadap penggunaan pinjaman daring.

Silvia, Sandri, dan Sera (2023) melakukan penelitian dengan menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional, dengan variabel yang dikaji yaitu perilaku konsumtif dan kelekatan teman sebaya. Teknik dalam pengambilan sampel dilaksanakan dengan metode *non-probability sampling*, jenis *purposive sampling*. Total subjek dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden. Skala perilaku konsumtif pada studi ini menerapkan teori Ariana (2016), dengan total aitem sebesar 50 aitem dan pada skala kelekatan teman sebaya yang disusun dari teori Hidayanti, dkk (2022), dengan total aitem sebesar 56 aitem. Pada hasil penelitian menunjukkan terdapat korelasi yang signifikan antara kelekatan teman sebaya dan perilaku konsumtif pada remaja yang menggunakan TikTok Shop.

Penelitian yang dilakukan oleh Valerie & Risnawaty (2023) mengkaji ¹⁵ hubungan antara *self-esteem* dan perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal. Pada studi ini menggunakan teori perilaku konsumtif Mowen dan Minor (2002) serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Jakarta dengan melibatkan 336 partisipan terpilih melalui teknik *convenience sampling*. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa ⁸¹ terdapat korelasi positif yang signifikan antara harga diri (*self-esteem*) dengan ⁹² perilaku konsumtif dalam pembelian produk kosmetik secara daring pada wanita dewasa awal. Instrumen pengukuran dalam penelitian ini disusun oleh Fransisca dan Suyasa (2007), berdasarkan teori perilaku konsumtif yang dikembangkan oleh Sumartono pada tahun 2002.

Ramanda (2024) melakukan penelitian kuantitatif dengan ⁴⁵ variabel penelitian literasi keuangan, *self-control*, dan gaya hidup. Penelitian ini dilaksanakan di Jakarta dengan melibatkan 100 responden dari Generasi Z yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pada studi ini, ⁴⁵ literasi keuangan dan *self-control* berperan sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependennya ialah gaya hidup. Teori *self-control* pada penelitian ini berdasarkan Hadi (2021).

Penelitian yang dilakukan Nasya (2024) dengan variabel yang mempengaruhi yaitu *Social Media Overload*, *Self-Control*, dan jam kerja. Variabel yang dipengaruhi *Job Performance*. Teknik pengumpulan data dengan metode *non-probability sampling*, sementara pemilihan sampel

dilakukan melalui teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden 268 generasi Z. Instrumen pengukuran *self-control* ⁴ dalam penelitian ini mengacu pada skala *Self-Control Scale* (SCS) yang dikembangkan oleh Tangney (2004).

Pramesti, Azizah, Purnamasari, Sulistiyani, & Widyanti, (2024) melakukan penelitian kuantitatif dengan variabel yang diteliti meliputi *e-wallet* ShopeePay, promosi *cashback*, dan perilaku konsumtif. Studi ini melibatkan 60 responden mahasiswa di Kota Semarang yang dipilih memakai teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian, *e-wallet* ShopeePay sebagai dompet digital terbukti memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara keseluruhan. Sementara itu, promosi *cashback* tidak ⁵⁶ memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif tersebut.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian sebelumnya, peneliti tidak menemukan adanya kesamaan langsung dengan penelitian ini. Dengan demikian, peneliti menjelaskan sejumlah perbedaan yang terdapat antara penelitian ini dengan studi sebelumnya:

1. Keaslian Topik

Studi ini mengangkat topik yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang sudah diuraikan di bagian atas, dengan fokus topik utama studi ini yaitu “Hubungan Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Pengguna Pembayaran Digital di Yogyakarta”. Pada penelitian ini, pada variabel tergantung

menggunakan perilaku konsumtif sedangkan pada penelitian sebelumnya seperti pada penelitian Mardikaningsih, dkk (2020) variabel minat mahasiswa menggunakan jasa pinjaman *online*. Kemudian pada penelitian Silvy, dkk (2023) Perilaku konsumtif menjadi variabel yang mempengaruhi sedangkan kelekatan teman sebaya sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Keaslian Teori

Pada studi ini, mengacu pada teori yang berbeda dengan teori yang sebelumnya dimana dalam penelitian sebelumnya seperti pada penelitian oleh Valerie & Risnawaty (2023) teori untuk variabel perilaku konsumtif menggunakan teori Mowen dan Minor (2002) dan untuk variabel tergantung yaitu *self-control* pada penelitian Ramanda (2024) menggunakan teori dari Hadi (2021). Dari perbedaan penelitian tersebut dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan dari teori yang dipakai.

3. Keaslian Alat Ukur

Dalam penelitian ini, instrumen untuk variabel perilaku konsumtif menggunakan alat ukur yang dimodifikasi dari peneliti Putriyani (2024) yang mengacu pada aspek Engel, Blackwell, dan Miniard (1994), sedangkan pada peneliti Silvy, dkk (2023) alat ukur variabel perilaku konsumtif menggunakan skala perilaku konsumtif menggunakan teori Ariana (2016). Instrumen pada variabel kontrol diri penelitian ini menggunakan instrumen yang dimodifikasi berdasarkan

pada peneliti Furqan (2024) yang mengacu pada aspek dari teori Averil (1973), sedangkan pada peneliti sebelumnya Nasya (2024) mengukur dengan mengadaptasi dari ⁵⁰ *Skala Self-Control Scale (SCS)* yang dirancang oleh Tangney (2004).

4. ⁶ Keaslian Subjek

Pada penelitian ini responden penelitian menggunakan subjek Generasi Z di Yogyakarta, sedangkan pada penelitian sebelumnya Pramesti, dkk (2024) menggunakan subjek penelitiannya yaitu mahasiswa di Kota Semarang dan subjek yang digunakan oleh peneliti Valerie & Risnawaty (2023) yaitu wanita dewasa awal di Jakarta. Dapat dilihat bahwa subjek memiliki perbedaan antar penelitian dalam kriteria yang digunakan.

Berdasarkan penjelasan di atas, studi yang akan dilaksanakan tidak memiliki persamaan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel bebas perilaku konsumtif sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel perilaku konsumtif menjadi variabel tergantung. Perbedaannya juga terletak pada teori, alat ukur, dan subjek. Dengan demikian, penelitian ini memiliki perbedaan dibandingkan riset sebelumnya, sehingga keasliannya dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, studi dengan ⁸ judul "*Hubungan Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Pengguna Pembayaran Digital di Yogyakarta*" merupakan gagasan murni dari peneliti.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam studi ini dengan judul Hubungan Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Pengguna Pembayaran Digital di Yogyakarta, yaitu:

³⁴ Variabel Tergantung : Kecenderungan Perilaku Konsumtif

Variabel Bebas : Kontrol Diri

B. Definisi Operasional

Menurut Karimuddin, dkk (2022), definisi operasional adalah uraian mengenai variabel-variabel yang diteliti dalam sebuah studi hingga menjadi lebih terperinci dan dapat diukur dengan instrumen penelitian. Definisi operasional harus mampu menjelaskan makna variabel serta metode pengukurannya secara jelas dan mendetail.

1. Kecenderungan Perilaku Konsumtif

Variabel tergantung dalam studi ini adalah kecenderungan perilaku konsumtif. Kecenderungan didefinisikan sebagai situasi di mana Generasi Z pengguna pembayaran digital yang berusaha menjaga agar keyakinan, perasaan, dan tindakannya tetap selaras atau tidak saling bertentangan. Sedangkan perilaku konsumtif merupakan Generasi Z pengguna pembayaran digital yang melakukan pembelian berlebihan, yang lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional daripada kebutuhan

rasional. Dapat disimpulkan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif adalah sikap atau keadaan di mana Generasi Z pengguna pembayaran digital cenderung melakukan pembelian secara berlebihan karena dorongan emosi, dan berusaha menyalurkan tindakan tersebut dengan keyakinan serta perasaannya agar tetap merasa nyaman atau tidak bertentangan dengan dirinya sendiri. Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif diukur melalui tiga aspek utama menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) yaitu *Impulsive Buying* (Perilaku impulsif), *Non-Rational Buying* (Pembelian tidak rasional), dan *Wasteful Buying* (Pembelian boros).

2. Kontrol Diri

Variabel independen pada penelitian ini yaitu kontrol diri, yang merujuk pada kemampuan Generasi Z pengguna pembayaran digital dalam mengelola serta mengatur respons internal, termasuk pemikiran, emosi, dan tindakan, dalam menghadapi pada berbagai godaan serta tekanan situasional. Dalam konteks penelitian ini, kontrol diri diukur berdasarkan tiga aspek yang dikemukakan oleh Averill (1973), yaitu *behavior control* (kontrol perilaku), *cognitive control* (kontrol kognitif), dan *decisional control* (kontrol dalam pengambilan keputusan).

C. Subjek Penelitian

Menurut Sugiyono (2024), populasi merujuk pada kumpulan objek atau subjek yang mempunyai jumlah serta ciri khas tertentu dan dipilih oleh peneliti sebagai objek kajian untuk dianalisis. Dalam penelitian kuantitatif, diperlukan pemilihan sampel untuk mewakili populasi yang besar guna mengatasi keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga dalam proses penelitian. Sampel itu sendiri ⁶⁶ merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri khas spesifik dan dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi yang sedang diteliti (Sugiyono, 2024). Dalam riset ini, populasi yang dikaji ialah Generasi Z di Yogyakarta pengguna pembayaran digital, sedangkan sampel penelitian terdiri dari Generasi Z di Yogyakarta yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 serta menggunakan pembayaran digital.

Pengambilan sampel pada riset ini ³⁵ dilakukan dengan metode *non-probability sampling* menggunakan teknik *snowball sampling*. *Non-probability sampling* metode pemilihan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang setara bagi setiap anggota populasi untuk dipilih (Sugiyono, 2024). Sedangkan teknik *snowball sampling* menurut Sugiyono (2024) ialah ¹⁸ metode pengambilan sampel yang dimulai dari jumlah kecil, lalu bertambah banyak seiring waktu. Cara kerjanya mirip seperti bola salju yang menggelinding dan makin besar. Awalnya, peneliti memilih satu atau dua orang sebagai responden. Jika informasi dari mereka dirasa belum cukup, peneliti akan meminta mereka

merekomendasikan orang lain yang dianggap lebih tahu atau bisa melengkapi informasi. Proses ini terus berlanjut hingga jumlah sampel bertambah sesuai kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2024). Dengan demikian, adapun kriteria subjek penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Berjenis kelamin Perempuan/Laki-laki
2. Lahir pada tahun 1995 s/d 2010
3. Pengguna pembayaran digital
4. Berdomisili di Yogyakarta

D. Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2024), mendefinisikan teknik pengumpulan data sebagai metode yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Proses ini dapat dilakukan dalam beragam konteks, beragam sumber, serta menggunakan beragam metode yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen berperan sebagai alat untuk mengumpulkan data serta mengukur nilai variabel yang diteliti (Sugiyono, 2024). Pada penelitian ini, alat ukur yang digunakan untuk mengukur kecenderungan perilaku konsumtif merupakan skala yang telah dimodifikasi dari skala Putriyani (2024), yang disusun berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (1994). Sementara itu, instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kontrol diri adalah skala kontrol diri

yang dimodifikasi dari penelitian Furqan (2024), yang dikembangkan berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Averill (1973).

Dalam penelitian ini, skala psikologi digunakan sebagai instrumen untuk menilai variabel yang diteliti. Instrumen ini disajikan dalam bentuk angket. Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyajikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2024). Penelitian ini menerapkan tipe aitem Likert, yang dirancang untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu terhadap sebuah fenomena sosial dengan menguraikan variabel ke dalam indikator tertentu (Sugiyono, 2024). Pernyataan dalam skala ini terbagi menjadi dua kategori, diantaranya yaitu *favourable* (mendukung objek sikap) dan *unfavourable* (tidak mendukung objek sikap). Tipe aitem Likert dalam penelitian ini menyediakan lima pilihan jawaban, yakni sangat sesuai (SS), sesuai (S), netral (N), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS).

Tabel 3. 1 Skala likert

Pilihan Jawaban	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
N (Netral)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

1. Skala Penelitian Kecenderungan Perilaku Konsumtif

Instrumen yang diterapkan dalam penelitian ini untuk menilai variabel kecenderungan perilaku konsumtif adalah skala kecenderungan perilaku konsumtif yang telah dimodifikasi dari skala

yang dikembangkan oleh Putriyani (2024). Modifikasi skala ini adalah pada bagian aitem yang sebelumnya ditujukan pada mahasiswa, lalu pada penelitian ini ditujukan pada generasi Z. Skala ini dirancang berdasarkan aspek-aspek yang diungkapkan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (1994) meliputi *impulsive buying* (perilaku impulsif), *non-rational buying* (pembelian tidak rasional), dan *wasteful buying* (pembelian boros).

Tabel 3. 2 *Blue Print* Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba

Aspek	Nomor Aitem		Jumlah	Bobot
	F	UF		
1. <i>Impulsive Buying</i>	1,7,13	4,12,16	6	33,33%
2. <i>Non-Rational Buying</i>	5,9	2,8,11,14	6	33,33%
3. <i>Wasteful Buying</i>	3,15,17	6,10,18	6	33,33%
Total	8	10	18	100%

2. Skala Penelitian ¹⁹ Kontrol Diri

Instrumen yang diterapkan dalam penelitian ini untuk menilai variabel kontrol diri adalah skala kontrol diri yang telah dimodifikasi dari skala yang dikembangkan oleh Furqan (2024). Modifikasi pada skala ini dilakukan dengan menyesuaikan aitem yang sebelumnya dirancang untuk calon legislatif DPR, sehingga dalam penelitian ini ditujukan untuk Generasi Z. Peneliti Menyusun skala ini dengan mengacu pada aspek-aspek yang diungkapkan oleh Averill (1973),

yang mencakup *behavior control* (kontrol perilaku), *cognitive control* (kontrol kognitif), dan *decisional control* (kontrol keputusan).

Tabel 3. 3 *Blue Print* Kontrol Diri Sebelum Uji Coba

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah	Bobot
		F	UF		
1. Kontrol Perilaku (<i>Behavioral Control</i>)	Kemampuan individu untuk mengatur stimulus/ suatu keadaan yang tidak menyenangkan	1,17	16,27	4	29,63%
	Kemampuan individu untuk memodifikasi stimulus/ yang tidak menyenangkan	2,18	15,26	4	
2. Kontrol Kognitif (<i>Cognitive Control</i>)	Kemampuan individu dalam menafsirkan, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif	3,19	14	3	25,93%
	Kemampuan individu menilai informasi yang tidak diinginkan untuk mengurangi tekanan	4,20	13,25	4	
3. Kontrol Keputusan (<i>Decisional Control</i>)	Kemampuan individu untuk memilih dan menentukan tujuan yang diinginkan	5	12,24	3	44,44%
	Kemampuan individu untuk mengontrol keputusan karena memiliki kesempatan	6,21	11	3	
	Kemampuan individu untuk mengontrol keputusan karena memiliki kebebasan	7	10,23	3	
	Kemampuan individu untuk mengontrol keputusan karena memiliki berbagai alternatif dalam melakukan suatu tindakan	8,22	9	3	
Total		14	13	27	100%

E. Metode Analisa Data

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis serta menginterpretasikan data yang diperoleh melalui skala kecenderungan ²⁴ perilaku konsumtif dan skala kontrol diri. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis korelasi, yang bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara kedua variabel tersebut. Analisis korelasi sendiri merupakan ¹¹³ metode statistik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat dan arah hubungan antar kedua atau lebih variabel. Menurut Sugiyono (2024), teknik ini digunakan untuk menentukan sejauh mana ¹⁰ hubungan antar variabel yang diteliti serta mengukur kekuatan hubungan tersebut, yang dapat bersifat positif, negatif, atau tidak memiliki hubungan sama sekali.

Sebelum melakukan analisis korelasi, awalnya dilakukan uji asumsi, yang mencakup uji normalitas guna memastikan ³ bahwa data berdistribusi normal serta uji linearitas bertujuan untuk memverifikasi apakah hubungan antara variabel bersifat linear (Sugiyono, 2024). Setelah kedua asumsi tersebut terpenuhi, hipotesis dianalisis melalui uji korelasi ⁸ *Pearson Product Moment* dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara kontrol diri dan kecenderungan perilaku konsumtif. Menurut Sugiyono (2024), metode ini dipakai untuk menguji hubungan antara satu variabel ²⁰ bebas dengan satu variabel terikat.

Metode *Pearson Product Moment* dipilih karena termasuk dalam analisis statistik parametrik yang mensyaratkan ¹¹¹ data berdistribusi normal

dan hubungan antar variabel bersifat linear. Teknik ini mampu mengukur hubungan antara perilaku konsumtif dan kontrol diri dengan lebih akurat jika data memenuhi asumsi normalitas, serta memberikan informasi mengenai arah dan kekuatan hubungan kedua variabel. Namun, apabila uji asumsi menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, maka metode korelasi yang lebih sesuai adalah *Spearman Rank* (Sugiyono, 2024). Hasil analisis ini diharapkan dapat menghasilkan perspektif yang lebih luas dan mendalam mengenai kekuatan serta arah hubungan antara kontrol diri dan kecenderungan perilaku konsumtif. Berikut adalah tahapan yang akan dilakukan dalam proses analisis data:

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu suatu teknik yang digunakan untuk mengetahui apakah data dalam suatu variabel atau kelompok mengikuti distribusi normal atau tidak (Fahmeyzan, Soraya, & Etmy, 2018). Proses pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* melalui bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 for Windows. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Sugiyono, 2024).

b. Uji Linearitas³³

Pada studi ini, uji linearitas dilakukan dengan metode *test for linearity* menggunakan program SPSS versi 25 for Windows. Uji ini bertujuan guna mengidentifikasi apakah terdapat hubungan⁵⁹ linear antara dua variabel yang diteliti. Hubungan antara kedua variabel dikatakan linear jika nilai signifikansi melebihi 0,05, maka data dianggap memenuhi asumsi linearitas.³⁰ Sebaliknya, apabila nilai signifikansi berada di bawah atau kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel tidak bersifat linear (Azwar, 2023).

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilaksanakan setelah peneliti menyelesaikan uji asumsi terhadap variabel kontrol diri (X) dan perilaku konsumtif (Y).¹⁴ Dalam penelitian ini, analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah metode Korelasi *Pearson Product Moment*. Jika kedua variabel memiliki data yang serupa, koefisien korelasi akan dihitung untuk mengidentifikasi hubungan dan mendukung asumsi yang relevan. Analisis korelasi ini dimaksudkan untuk menilai kekuatan hubungan antara kontrol diri dan kecenderungan perilaku konsumtif.²⁴

F. Kredibilitas

1. Uji Validitas

Azwar (2023) mendefinisikan validitas sebagai sejauh mana sebuah instrumen pengukuran dapat menghasilkan *output* yang akurat serta sesuai dengan fungsi yang seharusnya. Dalam penelitian ini, validitas ditentukan berdasarkan penilaian dari para ahli, bukan melalui uji statistik seperti validitas konstruk atau validitas empiris. Menurut Sugiyono (2024), setelah instrumen dikembangkan berdasarkan aspek-aspek yang hendak diukur sesuai dengan kategori tertentu, langkah berikutnya adalah mengkonsultasikan kepada para ahli (*expert judgement*) guna memperoleh masukan. Dalam penelitian ini, validitas isi diukur menggunakan koefisien Aiken's V, yang digunakan untuk menghitung nilai berdasarkan penilaian para ahli. Adapun rumus Aiken's V ditunjukkan sebagai berikut:

$$V = \frac{\text{Jumlah } s}{n(c-1)}$$

Berikut adalah penjelasan rumus dengan keterangan sebagai berikut:

$$S = r - l_0$$

l_0 = angka penilaian terendah

c = angka penilaian tertinggi

r = angka yang diberikan oleh seorang ahli

2. Uji Reliabilitas

Azwar (2023) menyatakan bahwa reliabilitas mengacu pada ⁵⁵sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya dan memberikan hasil yang konsisten. Dalam penelitian ini, reliabilitas instrumen diuji menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Koefisien ¹⁵reliabilitas adalah angka yang menunjukkan seberapa konsisten suatu alat ukur, dengan nilai berkisar antara 0 sampai 1. ⁶Semakin mendekati angka 1, berarti alat ukur tersebut semakin andal atau konsisten. Sebaliknya, jika mendekati 0, maka reliabilitasnya rendah. Dalam penelitian ini, nilai reliabilitas dianggap cukup jika mencapai minimal 0,7. Untuk menghitung reliabilitas, peneliti menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25.

3. Seleksi Aitem

Azwar (2023) menyatakan bahwa proses seleksi aitem dilakukan untuk membedakan antara aitem yang sudah memenuhi standar kualitas psikometrik dan aitem yang masih perlu diperbaiki atau dihilangkan. Dalam proses ini, hal utama yang menjadi fokus perhatian adalah daya diskriminasi aitem. Daya diskriminasi ini menunjukkan seberapa baik ¹⁷aitem dapat membedakan antara individu yang memiliki dan tidak memiliki atribut yang ingin diukur. Nilai daya diskriminasi aitem ²berada dalam rentang 0 sampai 1,00. Semakin tinggi daya diskriminasi sebuah aitem, maka nilainya akan semakin mendekati 1,00 (Azwar, 2023). Sebaliknya, jika nilainya mendekati 0 atau

bernilai ¹⁵ negatif, maka hal itu menunjukkan bahwa aitem tersebut tidak memiliki daya diskriminasi yang baik.

Azwar (2023) juga menjelaskan bahwa koefisien korelasi antara aitem dan total skor yang dianggap baik adalah minimal 0,300. Aitem yang nilainya dibawah 0,300 dianggap memiliki daya diskriminasi rendah. Namun, jika nilainya mendekati 0,300, seperti 0,275, maka aitem tersebut tidak harus langsung dibuang, melainkan bisa disimpan sementara atau diperbaiki agar daya diskriminasinya menjadi lebih baik.

⁵ G. Rancangan Penelitian

1. Prosedur Penelitian

a. Tahap Persiapan

Penelitian dimulai dengan menetapkan topik yang akan diteliti, disesuaikan terhadap bidang keilmuan serta relevansinya terhadap permasalahan yang diteliti. Setelah topik ditentukan, peneliti melakukan pencarian dan telaah literatur ⁹⁶ untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas dan mendalam tentang variabel yang akan dikaji. Kajian literatur ini mencakup ⁴⁹ jurnal ilmiah, buku, serta sumber akademik lainnya yang memberikan dasar teori yang kuat.

Tahap berikutnya adalah penyusunan proposal penelitian yang terbagi menjadi tiga struktur utama meliputi bagian

pendahuluan, tinjauan pustaka, serta metode penelitian. Dalam proses penyusunan ini, peneliti secara aktif berdiskusi serta berkonsultasi dengan dosen pembimbing guna mendapatkan arahan, masukan, dan bimbingan agar proposal sesuai dengan standar akademik.

Selain itu, peneliti juga melakukan modifikasi skala dan menyiapkan instrumen yang akan diuji validitas isinya. Untuk memastikan validitas tersebut, peneliti meminta penilaian dari para ahli (*rater*). Setelah itu, dilakukan pengambilan data uji coba guna mengukur reliabilitas serta menyeleksi butir-butir aitem yang relevan. Setelah tahap uji coba selesai, barulah penelitian utama dapat dilaksanakan dengan pengambilan data penelitian.

b. Tahap Pelaksanaan

Setelah data diperoleh, peneliti melakukan analisis dengan melalui beberapa tahapan, yaitu pengkategorian subjek, uji asumsi, dan uji hipotesis. Hasil dari analisis ini bertujuan untuk menilai apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau harus ditolak, yang kemudian menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan.

c. Tahap Pengolahan Data

Dalam tahap pengolahan data, analisis dilakukan dengan memanfaatkan SPSS versi 25 *for Windows*. Selanjutnya, hasil analisis data dianalisis dan diinterpretasikan secara objektif berdasarkan temuan yang diperoleh dari proses analisis tersebut.

d. Tahap Evaluasi

Proses ini tidak hanya berfokus pada penulisan hasil penelitian dan pembahasannya, tetapi juga melibatkan evaluasi terhadap temuan yang diperoleh untuk memastikan kesesuaian antara analisis yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, peneliti secara aktif berkonsultasi dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan masukan serta perbaikan dalam penyusunan skripsi. Berdasarkan pada hasil analisis data serta tujuan penelitian yang sudah ditetapkan, peneliti menarik kesimpulan dari hipotesis yang diajukan, yang kemudian menjadi dasar dalam perumusan implikasi penelitian. Setelah seluruh proses penulisan dan evaluasi selesai, tahap akhir dari penelitian ini adalah pelaksanaan ujian skripsi.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

BAB IV

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kacah dan Persiapan

1. Orientasi Kacah

Penelitian ini dilaksanakan pada Generasi Z yang berdomisili di Yogyakarta. Generasi Z dalam penelitian ini merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1995-2010. Jumlah Generasi Z di Yogyakarta tercatat sebanyak 93.015 jiwa. Pemilihan Yogyakarta sebagai lokasi penelitian bukan tanpa alasan. Selain dikenal sebagai pusat pendidikan, budaya, dan pariwisata, Yogyakarta juga mengalami peningkatan signifikan dalam penggunaan pembayaran digital. Hingga akhir tahun 2024, tercatat jumlah pengguna QRIS di Yogyakarta mencapai 925.880 orang.

Kemudahan akses terhadap layanan pembayaran digital, seperti mobile banking dan *e-wallet*, membuat Generasi Z semakin dimudahkan dalam melakukan transaksi, termasuk dalam memenuhi kebutuhan konsumtif. Tak hanya pengguna, pelaku usaha di Yogyakarta pun telah banyak yang beralih ke sistem pembayaran digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, Rudianto, Sediatmoko, dan Pakpahan (2024), yang menyatakan bahwa penggunaan QRIS di kalangan UMKM di Yogyakarta mengalami peningkatan yang signifikan, bahkan telah menjangkau UMKM skala kecil. Mayoritas UMKM menggunakan

QRIS bukan hanya karena mengetahui manfaatnya, tetapi juga karena tingginya minat konsumen terhadap penggunaan sistem tersebut.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, pemisahan partisipan antara uji coba instrumen dan penelitian utama dilaksanakan dengan menggunakan *google form* yang berbeda. Tujuan dari pemisahan ini adalah untuk menjaga agar data dari masing-masing tahap tetap terpisah dan tertata dengan baik. Selain itu, verifikasi juga dilakukan melalui alamat email partisipan guna memungkinkan pemeriksaan silang (*cross-check*), sehingga dapat dipastikan bahwa setiap individu tidak mengisi kedua formulir atau melakukan pengisian ganda pada tahap yang sama.

87

2. Persiapan Penelitian

a. Persiapan Administrasi

Pada tahap ini, yang dilakukan oleh peneliti adalah menetapkan partisipan atau subjek yang cocok dengan kriteria penelitian terlebih dahulu yaitu laki-laki dan perempuan yang berusia 15-30 tahun yang berdomisili di Yogyakarta. Proses pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui *google form*. Sebelum menjawab kuesioner, partisipan diminta untuk menyetujui *informed consent* yang telah disediakan dalam *google form* sebagai tanda kesediaan mereka untuk ikut serta dalam penelitian ini.

Peneliti juga telah memberikan penjelasan bahwa tidak ada risiko yang ditimbulkan dari penelitian ini, dan partisipan berhak untuk menghentikan pengisian kapan saja apabila merasa tidak nyaman. Dalam kegiatan ini tidak digunakan surat pengurusan administrasi secara fisik, karena seluruh proses administrasi dilakukan secara digital melalui *google form*. Pendekatan ini dipilih untuk menghemat waktu, mempermudah akses, serta mendukung proses pengarsipan yang lebih efisien dan praktis.

b. Persiapan Alat Ukur

Peneliti juga melakukan persiapan lain berupa menyiapkan instrumen untuk pengumpulan data. Instrumen yang digunakan mencakup skala kecenderungan perilaku konsumtif dan skala kontrol diri.

1) Skala Kecenderungan Perilaku Konsumtif

Skala kecenderungan perilaku konsumtif dalam penelitian ini ialah hasil modifikasi dari skala yang disusun oleh Putriyani (2024) berdasarkan pada aspek-aspek yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (1994), meliputi aspek *impulsive buying* (perilaku impulsif), *non-rational buying* (pembelian tidak rasional), dan *wasteful buying* (pembelian boros). Skala kecenderungan perilaku konsumtif terdiri dari 8 aitem *favorable* dan 10 aitem *unfavorable*. Terdapat lima

⁹ pilihan jawaban, yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Netral (N), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS).

2) Skala Kontrol Diri

Skala kontrol diri dalam penelitian ini ialah hasil modifikasi dari skala yang disusun oleh Furqan (2024) berdasarkan pada aspek-aspek yang diungkapkan oleh Averill (1973), yang mencakup *behavior control* (kontrol perilaku), *cognitive control* (kontrol kognitif), dan *decisional control* (kontrol keputusan). Skala kontrol diri terdiri dari 14 aitem *favorable* dan 13 aitem *unfavorable*. Terdapat lima pilihan jawaban, yaitu Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Netral (N), Sesuai (S), dan Sangat Sesuai (SS).

c. Uji Validitas Isi

Langkah berikutnya adalah melakukan uji validitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur secara akurat dan tepat sesuai dengan fungsinya. Pada penelitian ini, validitas isi dinilai oleh 15 orang *rater* yang memiliki riwayat pendidikan lulusan program studi psikologi. Proses penelitian tersebut dilaksanakan mulai tanggal 27-31 Mei 2025.

Sebanyak 15 *rater* dalam penelitian ini seluruhnya merupakan lulusan Psikologi, dengan latar belakang pendidikan S1 hingga S2. Beberapa di antaranya memiliki latar belakang

pekerjaan sebagai karyawan di sektor swasta, yaitu *rater* keempat, kelima, dan keenam yang saat ini bekerja sebagai staff HR dan karyawan swasta. Tiga *rater* lainnya, yaitu *rater* kedua, kesembilan, dan ketiga belas, saat ini bekerja secara *freelance*, termasuk salah satunya sebagai *freelance recruiter*. Adapun *rater* ketiga bekerja sebagai *peer counsellor*, sedangkan *rater* kesepuluh menjabat sebagai MT HR *Recruitment*. Dua orang *rater*, yaitu *rater* kedelapan dan keempat belas, saat ini bekerja sebagai asisten psikolog. *Rater* pertama merupakan seorang Guru Bimbingan Khusus (GBK), sementara *rater* ketujuh adalah satu-satunya lulusan S2 Psikologi Profesi yang saat ini berpraktik sebagai psikolog sekaligus dosen di Yogyakarta. *Rater* kelima belas, meskipun juga lulusan S1 Psikologi, memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda, yaitu sebagai anggota TNI-AU. Terakhir, *rater* kesebelas dan kedua belas merupakan lulusan S1 Psikologi dari universitas swasta di Yogyakarta, namun tidak dijelaskan lebih lanjut mengenai pekerjaan aktif mereka saat ini.

d. Hasil Uji Validitas Isi

Validitas isi dalam penelitian ini memanfaatkan penggunaan rumus Aiken's V, yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana tingkat kesepakatan para ahli terhadap relevansi setiap item dalam instrumen. Berikut merupakan rumus yang digunakan:

$$V = \frac{\text{Jumlah } s}{n(c-1)}$$

Dengan keterangan sebagai berikut:

$S = r - l_0$

l_0 = angka penilaian terendah

c = angka penilaian tertinggi

r = angka yang diberikan oleh seorang ahli

Nilai hasil perhitungan Aiken's V kemudian dibandingkan dengan nilai kritis yang tercantum dalam tabel Aiken's V. Mengacu pada referensi tersebut, nilai Aiken's V dinyatakan signifikan secara valid apabila mencapai $\geq 0,67$ untuk jumlah penilai sebanyak 15 orang (Aiken, 1985). Dengan demikian, item yang memperoleh nilai V di atas batas tersebut dianggap memenuhi syarat dan memiliki validitas isi yang memadai.

Setelah dilakukan perhitungan berdasarkan hasil penilaian dari *expert judgement*, tidak terdapat aitem yang gugur untuk kedua skala, yakni skala kecenderungan perilaku konsumtif dan skala kontrol diri, karena seluruh aitem memperoleh nilai $\geq 0,67$. Jumlah total aitem pada skala kecenderungan perilaku konsumtif adalah 18 aitem, sedangkan pada skala kontrol diri terdapat 27 aitem.

e. **Uji Coba Alat Ukur**

Tahap selanjutnya adalah melakukan uji coba terhadap instrumen penelitian untuk mengetahui sejauh mana tingkat reliabilitas skala dan kualitas aitem yang akan digunakan.

Pengumpulan data uji coba dilakukan pada tanggal 1 hingga 4 Juni 2025 terhadap 129 responden. Namun, 5 responden dinyatakan gugur karena memberikan jawaban yang berpola, sehingga jumlah responden yang tersisa adalah 124 orang yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Menurut Sugiyono (2024), uji coba instrumen sebaiknya melibatkan minimal 30 partisipan. Dalam proses ini, peneliti memanfaatkan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 25 untuk menganalisis data validitas dan reliabilitas yang diperoleh.

Pengumpulan data dilakukan melalui media *google form*. Penyebaran media *google form* melalui *WhatsApp* dan *Instagram*. Dengan cara mengunggah melewati fitur *story Instagram* dan *WhatsApp*, serta meminta partisipan awal untuk menyebarkan link kuesioner kepada orang lain yang memiliki karakteristik serupa, sehingga jumlah responden bertambah secara bertahap.

f. Hasil Analisis Reliabilitas dan Seleksi Aitem

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

1) Skala Kecenderungan Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji coba pada skala kecenderungan perilaku konsumtif, serta mengacu pada kriteria seleksi aitem menurut Azwar (2023), koefisien aitem-total yang dianggap memadai adalah minimal 0,300. Aitem yang nilainya dibawah

0,300 dianggap memiliki daya diskriminasi rendah. Namun, jika nilainya mendekati 0,300, seperti 0,275, maka aitem tersebut tidak harus langsung dibuang, melainkan bisa disimpan sementara atau diperbaiki agar daya diskriminasinya menjadi lebih baik.

Uji reliabilitas dan seleksi aitem pada skala ini dilakukan dalam dua putaran. Pada putaran pertama, diperoleh nilai reliabilitas sebesar $\alpha = 0,638$, dengan 7 aitem dinyatakan gugur karena nilai korelasi item-total (*rit*) berada di bawah batas minimum yang ditetapkan, yaitu $< 0,300$. Aitem yang gugur meliputi nomor 3 (*rit* = -0,008), 4 (*rit* = -0,393), 5 (*rit* = -0,042), 8 (*rit* = 0,093), 12 (*rit* = 0,001), 14 (*rit* = 0,255), dan 17 (*rit* = 0,029). Putaran kedua, memiliki reliabilitas $\alpha = 0,767$ dan tidak ada aitem yang gugur dengan daya diskriminasi bergerak dari 0,303 hingga 0,613, sehingga sisa 11 aitem. Adapun blue print skala kecenderungan perilaku konsumtif setelah uji coba yang akan digunakan untuk pengumpulan data penelitian ditampilkan pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1 Blue Print Kecenderungan Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba

Aspek	Aitem		Jumlah	Bobot
	F	UF		
1. Impulsive Buying	1,4,3	10	4	36,36%
2. Non-Rational Buying	5	2,7	3	27,27%
3. Wasteful Buying	9	3,6,11	4	36,36%
Total	5	6	11	100%

2) Skala Kontrol Diri

Berdasarkan hasil uji coba pada skala kecenderungan perilaku konsumtif, serta mengacu pada kriteria seleksi aitem menurut Azwar (2023), koefisien aitem-total yang dianggap memadai adalah minimal 0,300. Aitem yang nilainya dibawah 0,300 dianggap memiliki daya diskriminasi rendah. Namun, jika nilainya mendekati 0,300, seperti 0,275, maka aitem tersebut tidak harus langsung dibuang, melainkan bisa disimpan sementara atau diperbaiki agar daya diskriminasinya menjadi lebih baik.

Uji reliabilitas dan seleksi aitem pada skala ini ¹ dilakukan dalam dua putaran. Pada putaran pertama, diperoleh nilai reliabilitas sebesar $\alpha = 0,803$, dengan 8 aitem dinyatakan gugur karena nilai korelasi item-total (rit) berada di bawah batas minimum yang ditetapkan, yaitu $< 0,300$. Aitem yang gugur meliputi nomor 2 ($rit = 0,299$), 3 ($rit = 0,163$), 4 ($rit = -0,094$), 7 ($rit = -0,271$), 13 ($rit = -0,197$), 15 ($rit = -0,049$), 20 ($rit = -0,168$), dan 21 ($rit = 0,235$). Putaran kedua, memiliki reliabilitas $\alpha = 0,883$ dan tidak ada aitem yang gugur dengan daya diskriminasi bergerak dari 0,331 hingga 0,720, sehingga sisa 19 aitem. Adapun *blue print* skala kontrol diri ¹⁷ setelah uji coba yang akan digunakan untuk pengumpulan data penelitian ditampilkan pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 *Blue Print* Kontrol Diri Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah	Bobot
		F	UF		
1. Kontrol Perilaku (Behavioral Control)	Kemampuan individu untuk mengatur stimulus/ suatu keadaan yang tidak menyenangkan	1,11	10,19	4	29,63%
	Kemampuan individu untuk memodifikasi stimulus/ yang tidak menyenangkan	12	18	2	
2. Kontrol Kognitif (Cognitive Control)	Kemampuan individu dalam menafsirkan, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif	13	9	2	25,93%
	Kemampuan individu menilai informasi yang tidak diinginkan untuk mengurangi tekanan		17	1	
3. Kontrol Keputusan (Decisional Control)	Kemampuan individu untuk memilih dan menentukan tujuan yang diinginkan	2	8,16	3	44,44%
	Kemampuan individu untuk mengontrol keputusan karena memiliki kesempatan	3	7	2	
	Kemampuan individu untuk mengontrol keputusan karena memiliki kebebasan		6,15	2	
	Kemampuan individu untuk mengontrol keputusan karena memiliki berbagai alternatif dalam melakukan suatu tindakan	4,14	5	3	
	Total		8	11	

B. Laporan Pelaksanaan Penelitian

Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui proses pengumpulan yang dilaksanakan mulai tanggal 8 Juni 2025 hingga 20 Juni 2025. Teknik yang digunakan adalah penyebaran kuesioner dalam bentuk tautan *google form* kepada partisipan yang telah memenuhi kriteria yang ditentukan. Kuesioner tersebut mencakup penjelasan umum mengenai penelitian, pernyataan persetujuan partisipasi, data identitas responden, petunjuk pengisian, serta instrumen ²⁸ skala kecenderungan perilaku konsumtif dan skala kontrol diri yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Tautan *google form* disebarluaskan oleh peneliti ⁹⁸ melalui berbagai *platform media sosial*, seperti *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Facebook*. Penyebaran dilakukan dengan peneliti terlebih dahulu membagikan kuesioner kepada beberapa partisipan yang memenuhi kriteria penelitian. Selanjutnya, partisipan tersebut diminta untuk meneruskan tautan kuesioner kepada teman, rekan, atau kenalan lain yang juga termasuk dalam populasi yang dituju. Dengan cara ini, jumlah responden bertambah secara bertahap melalui jaringan sosial dari partisipan sebelumnya.

Partisipan yang mengisi kuesioner terdiri dari ⁵⁰ laki-laki dan perempuan berusia antara 15 hingga 30 tahun serta berdomisili di Yogyakarta. Selama proses pengumpulan data, peneliti secara aktif menyebarkan tautan kuesioner melalui media sosial, bahkan mendatangi langsung kelompok masyarakat yang sedang berkumpul. Dari hasil tersebut, terkumpul 397 responden yang telah mengisi *google form*.

Namun, setelah dilakukan penyesuaian, ditemukan bahwa 59 partisipan tergolong *outlier* berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS, karena nilai yang diberikan berbeda secara ekstrim dari mayoritas data lainnya. Dengan demikian, jumlah responden yang dianalisis akhir sebanyak 338 orang.

6 **C. Hasil Penelitian**

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan peneliti melalui *google form*, tercatat total sebanyak 397 responden. Setelah disesuaikan dengan karakteristik yang telah ditentukan, sebanyak 338 responden dinyatakan sesuai, sedangkan 59 partisipan lainnya teridentifikasi sebagai *outlier* berdasarkan hasil analisis SPSS karena memiliki nilai yang secara ekstrem berbeda dari mayoritas data lainnya. Menurut Widjanarko, dkk (2023) kelompok individu yang disebut Generasi Z atau Gen Z mencakup mereka yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010.

Tabel 4. 3 Deskripsi subjek berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	N	Persentase (%)
Laki-Laki	90	26,6%
Perempuan	248	73,4%
Total	338	100%

Berdasarkan Tabel 4.3, diketahui bahwa sebagian besar responden yang telah mengisi kuesioner berdasarkan jenis kelamin yaitu

perempuan, dengan total 248 orang atau sebesar 73,4%. Sementara itu, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 90 orang, yang setara dengan 26,6%.

Tabel 4. 4 Deskripsi subjek berdasarkan domisili

Domisili	N	Persentase (%)
Kota Yogyakarta	118	34,9%
Kabupaten Sleman	138	40,8%
Kabupaten Bantul	56	16,6%
Kabupaten Gunung Kidul	11	3,3%
Kabupaten Kulon Progo	15	4,4%
Total	338	100%

³⁹ Berdasarkan Tabel 4.4, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berasal dari Kabupaten Sleman, dengan jumlah 138 orang (40,8%). Posisi berikutnya ditempati oleh Kota Yogyakarta dengan 118 responden (34,9%), diikuti oleh Kabupaten Bantul sebanyak 56 responden (16,6%). Sementara itu, responden dari Kabupaten Kulon Progo tercatat sebanyak 15 orang (4,4%), dan jumlah paling sedikit berasal dari Kabupaten Gunung Kidul, yaitu 11 orang (3,3%).

Tabel 4. 5 Deskripsi subjek berdasarkan intensitas penggunaan pembayaran digital dalam 1 bulan

Intensitas	N	Persentase (%)
1-3 Kali (Rendah)	51	15,1%
4-6 Kali (Sedang)	72	21,3%
7-9 Kali (Tinggi)	43	12,7%
> 10 Kali (Sangat Tinggi)	172	50,9%
Total	338	100%

Berdasarkan Tabel 4.5, dapat dilihat bahwa sebagian besar

Generasi Z menggunakan pembayaran digital lebih dari 10 kali dalam satu bulan, yaitu sebanyak 172 responden atau 50,9%. Selanjutnya, sebanyak 72 responden (21,3%) menggunakan pembayaran digital sebanyak 4-6 kali, 51 responden (15,1%) menggunakannya 1-3 kali, dan 43 responden (12,7%) menggunakan layanan tersebut sebanyak 7-9 kali dalam sebulan.

Berdasarkan hasil tabel di atas, wilayah Kabupaten Sleman merupakan domisili yang paling dominan dalam penggunaan pembayaran digital, mulai dari intensitas sangat tinggi hingga kategori rendah. Tercatat ada 70 responden yang menggunakan pembayaran digital dengan intensitas sangat tinggi (>10 kali), 19 responden pada kategori tinggi (7-9 kali), 26 responden pada kategori sedang (4-6 kali), dan 23 responden pada kategori rendah (1-3 kali).

Seluruh responden dalam penelitian ini, yang berjumlah 338 orang atau setara dengan 100%, diketahui memiliki domisili tempat kerja, kampus, atau sekolah yang berlokasi di wilayah Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh partisipan memang sesuai dengan kriteria geografis yang telah ditetapkan oleh peneliti.

2. Deskripsi Data Penelitian

Tujuan dari penyajian deskripsi data penelitian adalah agar hasil yang diperoleh dapat dipahami dengan lebih mudah oleh pembaca.

Berdasarkan data yang telah terkumpul, peneliti melakukan perhitungan untuk mendapatkan nilai empiris dan nilai hipotetik, yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Deskripsi statistik data penelitian

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	Xmin	Xmax	Mean	SD	Xmin	Xmax	Mean	SD
KPK	11	55	33	7,33	12	39	25,55	5,65
KD	19	95	57	12,66	46	95	71,06	9,86

Keterangan:

Skor Empirik diperoleh dari hasil data penelitian

Skor Hipotetik diperoleh dari skala

KPK: Kecenderungan Perilaku Konsumtif

KD: Kontrol Diri

Berdasarkan tabel 4.6, diketahui bahwa skala kecenderungan perilaku konsumtif memiliki nilai rata-rata (mean) hipotetik sebesar 33 dengan St. Deviasi 7,33. Sementara itu, nilai mean empiris pada skala kecenderungan perilaku konsumtif adalah 25,55 dengan St. Deviasi 5,65. Untuk skala kontrol diri, diperoleh mean hipotetik sebesar 57 dengan St. Deviasi 12,66, sedangkan mean empirisnya adalah 71,06 dengan St. Deviasi 9,86.

Jika ditinjau dari skor maksimal, kecenderungan perilaku konsumtif menunjukkan skor empirik sebesar 39, yang memiliki selisih cukup besar dibandingkan skor hipotetik sebesar 55. Sementara itu, pada skor minimal kontrol diri, menunjukkan skor empirik sebesar 46, sedangkan skor hipotetik hanya 19, yang juga menunjukkan jarak cukup jauh. Kondisi ini mengindikasikan bahwa responden kemungkinan bersikap bias, dengan kecenderungan memberikan

jawaban yang terlalu positif atau dibagus-baguskan saat mengisi kuesioner.

Tabel 4. 7 Norma kategorisasi

Kategori	Rumus Norma
Sangat Rendah	$X < M - 1,8SD$
Rendah	$M - 1,8SD < X \leq M - 0,6SD$
Sedang	$M - 0,6SD < X \leq M + 0,6SD$
Tinggi	$M + 0,6SD < X \leq M + 1,8SD$
Sangat Tinggi	$X > M + 1,8SD$

Berdasarkan rumus norma pada tabel 4.7, peneliti kemudian mengelompokkan responden ke dalam lima kategori berdasarkan masing-masing skala, yakni:

Tabel 4. 8 Kategorisasi data penelitian tiap variabel

Kategorisasi	KDK	KD
Sangat Rendah	$X < 15,38$	$X < 53,29$
Rendah	$15,38 < X \leq 22,16$	$53,29 < X \leq 65,14$
Sedang	$22,16 < X \leq 28,94$	$65,14 < X \leq 76,98$
Tinggi	$28,94 < X \leq 35,72$	$76,98 < X \leq 88,83$
Sangat Tinggi	$X > 35,72$	$X > 88,83$

Tabel 4. 9 Persentil dalam kategorisasi tiap variabel

Kategorisasi	Kecenderungan Perilaku Konsumtif		Kontrol Diri	
	Frekuensi	Presentase (%)	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat Tinggi	10	3,0%	8	2,4%
Tinggi	73	21,6%	73	21,6%
Sedang	155	45,9%	160	47,3%
Rendah	86	25,4%	81	24,0%
Sangat Rendah	14	4,1%	16	4,7%
Total	338	100	338	100

Tabel 4.9 menunjukkan persentil dalam kategorisasi tiap variabel, yaitu kecenderungan perilaku konsumtif dan kontrol diri. Pada variabel kecenderungan perilaku konsumtif, sebagian besar partisipan berada dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 155 orang (45,9%). Diikuti oleh kategori rendah dengan 86 partisipan (25,4%), kemudian kategori tinggi sebanyak 73 partisipan (21,6%), sangat rendah sebanyak 14 partisipan (4,1%), dan yang paling sedikit adalah kategori sangat tinggi, yaitu 10 partisipan (3,0%). Dan untuk variabel kontrol diri, mayoritas partisipan berada dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 160 orang (47,3%). Selanjutnya, kategori rendah mencakup 81 partisipan (24,0%), diikuti oleh kategori tinggi sebanyak 73 partisipan (21,6%). Kemudian, kategori sangat rendah berjumlah 16 partisipan (4,7%), dan yang paling sedikit adalah kategori sangat tinggi, yaitu 8 partisipan (2,4%).

⁶ 3. Uji Asumsi

Uji asumsi merupakan tahapan awal yang perlu dilakukan sebelum memasuki proses pengujian hipotesis. Pada penelitian ini, dilakukan pengujian asumsi melalui uji normalitas dan uji linearitas. Analisis data dilakukan melalui penggunaan perangkat lunak SPSS 25 for Windows. Hasil dari kedua uji tersebut disajikan sebagai berikut:

1 a) Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan menilai apakah distribusi data sesuai dengan distribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan *software SPSS 25* dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila hasil uji menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$, maka data dikategorikan berdistribusi normal. Namun, jika nilai signifikansi $< 0,05$, data tersebut dianggap tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Penelitian

Variabel	Sig.	Interpretasi
Kecenderungan Perilaku Konsumtif	0,081	Normal
Kontrol Diri	0,200	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,081 untuk variabel kecenderungan perilaku konsumtif. Karena nilai tersebut melebihi batas signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel ini memiliki distribusi normal. Pada variabel kontrol diri, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,200, yang juga berada di atas ambang batas 0,05. Dengan demikian, data pada kedua variabel dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi syarat asumsi normalitas.

b) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk menilai apakah terdapat hubungan yang bersifat linear antar dua variabel yang dianalisis.

Suatu **hubungan** dinyatakan **linear** apabila nilai signifikansi pada kolom *Sig. Deviation from Linearity* melebihi 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka hubungan antara kedua variabel dianggap tidak linear (Azwar, 2023).

Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig. (p)	Interpretasi
Kecenderungan Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri	0,672	Linear

Hubungan linear antara variabel kecenderungan perilaku konsumtif dan kontrol diri ditunjukkan melalui **hasil uji** linearitas yang tercantum pada Tabel 4.11. Hasil *output uji* tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi (*Sig. Deviation from Linearity*) sebesar 0,672 dengan nilai $f = 0,889$. Karena nilai tersebut melampaui batas 0,05, maka hubungan kedua variabel dinyatakan **linear**.

4. Uji Hipotesis

Sugiyono (2024) pengujian **hipotesis** dapat dilakukan setelah peneliti memastikan bahwa asumsi normalitas dan linearitas telah terpenuhi. Jika kedua asumsi tersebut terpenuhi, maka uji parametrik seperti korelasi *Product Moment* dapat digunakan. Selain itu, hipotesis dapat diterima apabila nilai $p < 0,01$.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis

Variabel Bebas	Variabel Tergantung	Koefisien Korelasi Pearson	Koefisien Sig. (p)
Kontrol Diri	Kecenderungan Perilaku Konsumtif	-0,688	0,000

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar -0,688 dan nilai sangat signifikansi (p) sebesar 0,000 ($<0,01$). Hal ini mengindikasikan adanya hubungan yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif. Tanda negatif menunjukkan bahwa arah hubungannya negatif. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z di Yogyakarta. Sehingga, hipotesis yang telah diajukan oleh peneliti dinyatakan **diterima**.

Menurut sugiyono (2024) interpretasi koefisien korelasi terbagi menjadi lima kriteria yaitu:

Tabel 4. 13 Kriteria koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan nilai koefisien korelasi yang diperoleh, yakni -0,688, dapat disimpulkan bahwa tingkat korelasi tersebut tergolong **kuat**.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Nilai Korelasi (r)	Nilai R Square	Keterangan
Kontrol Diri*Kecenderungan Perilaku Konsumtif	-0,688	0,474	47,4%

Berdasarkan nilai R Square ³⁴ tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,474 yang artinya kontrol diri memberikan sumbangan terhadap kecenderungan perilaku konsumtif sebesar 47,4%. Namun untuk nilai korelasi (r) sebesar -0,474. Koefisien korelasi memiliki dua makna, yakni kekuatan hubungan yang dinyatakan oleh nilai antara 0 hingga 1, serta arah hubungan yang ditandai dengan simbol ³¹ positif atau negatif.

Koefisien korelasi yang bernilai positif mengindikasikan adanya hubungan linier yang searah antara variabel X dan Y, yang berarti ketika nilai X meningkat, maka nilai Y juga cenderung meningkat, begitu pula sebaliknya. Sebaliknya, koefisien ³¹ korelasi negatif mengindikasikan hubungan yang berlawanan arah antara kedua variabel. Penurunan pada ⁵⁸ skor X cenderung diikuti oleh peningkatan pada skor Y, dan peningkatan pada skor X cenderung diikuti oleh penurunan pada skor Y (Azwar, 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut, kesimpulan dari ²² hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini dapat diterima.

5. Uji Analisis Tambahan

Uji beda dilakukan sebagai analisis tambahan untuk mengetahui adanya perbedaan tingkat kontrol diri dan kecenderungan perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan, domisili di wilayah Yogyakarta, dan intensitas penggunaan pembayaran digital dalam 1 bulan. Uji *Independent sample t-test* dan uji *One-Way ANOVA* diterapkan sebagai metode analisis komparatif dalam penelitian ini setelah data telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji *independent sample t-test* merupakan metode statistik yang digunakan untuk membandingkan rata-rata antara dua kelompok yang bersifat independen atau tidak saling berkaitan. Ketidakterkaitan ini berarti bahwa analisis dilakukan pada dua kelompok sampel yang berbeda. Prinsip dasar dari uji ini adalah untuk menilai perbedaan variasi antara kedua kelompok data (Palupi, Yulianna, & Winarsih, 2021). Sedangkan Uji *One-Way ANOVA*, atau yang juga dikenal sebagai ANOVA satu arah, digunakan untuk membandingkan tiga kelompok data atau lebih, dan merupakan bentuk pengembangan lanjutan dari uji-t (Palupi & Prasetya, 2022).

a) Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin

Uji beda kecenderungan perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kecenderungan perilaku konsumtif antara laki-laki dan perempuan.

Tabel 4. 15 Hasil uji beda kecenderungan perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin

Variabel	Mean	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Laki-laki	25,92	0,475	Tidak ada perbedaan
Perempuan	25,42		

Dari hasil uji *independent sample t-test* pada tabel di atas, diperoleh nilai Sig. (2-tailed) > 0,05, sehingga menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam hal kecenderungan perilaku konsumtif. Nilai rata-rata (mean) skor kecenderungan perilaku konsumtif pada responden laki-laki adalah 25,92, yang berarti tingkat kecenderungan perilaku konsumtif pada laki-laki sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan, yang memiliki mean sebesar 25,42. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kecenderungan perilaku konsumtif antara laki-laki dan perempuan secara umum hampir sama, karena perbedaan yang ada tidak signifikan secara statistik.

Tabel 4. 16 Hasil uji beda kontrol diri berdasarkan jenis kelamin

Variabel	Mean	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Laki-laki	70,80	0,766	Terdapat perbedaan
Perempuan	71,16		

Uji beda kontrol diri berdasarkan jenis kelamin dilakukan guna mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat kontrol diri antara laki-laki dan perempuan. Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan dalam tabel 4.16, diperoleh nilai Sig. (2-tailed) > 0,05,

yang berarti tidak ada perbedaan signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam hal kontrol diri. Nilai rata-rata (mean) skor kontrol diri pada responden laki-laki adalah 70,80, yang berarti tingkat kecenderungan perilaku konsumtif pada laki-laki lebih rendah dibandingkan dengan perempuan, yang memiliki mean sebesar 71,16.

b) Uji Beda Berdasarkan Domisili

Pada uji beda berdasarkan domisili ini menggunakan Uji *One-Way ANOVA*, yang dilihat dari kolom Sig. (*p-value*) di baris “*Between Groups*”, jika nilai $p < 0,05$ artinya ada perbedaan signifikan antar domisili di wilayah Yogyakarta. Namun, jika nilai $p > 0,05$ maka tidak ada perbedaan signifikan antar domisili di wilayah Yogyakarta.

Tabel 4. 17 Hasil uji beda berdasarkan domisili

Variabel	Sig. (<i>p-value</i>)	Keterangan
Kecenderungan Perilaku Konsumtif	0,983	Tidak Signifikan
Kontrol Diri	0,715	Tidak Signifikan

Berdasarkan hasil uji beda menggunakan *One-Way ANOVA*, diketahui bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam skor kecenderungan perilaku konsumtif berdasarkan domisili di wilayah Yogyakarta, dengan nilai signifikansi sebesar 0,983. Begitu juga dengan skor kontrol diri, yang memiliki nilai signifikansi 0,715,

menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan berdasarkan domisili di wilayah Yogyakarta.

c) Uji Beda Berdasarkan Intensitas Penggunaan

Pada uji beda berdasarkan intensitas penggunaan pembayaran digital dalam 1 bulan juga menggunakan Uji *One-Way ANOVA*, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 18 Hasil uji beda berdasarkan intensitas penggunaan pembayaran digital dalam 1 bulan

Variabel	Sig. (<i>p-value</i>)	Keterangan
Kecenderungan Perilaku Konsumtif	0,895	Tidak Signifikan
Kontrol Diri	0,874	Tidak Signifikan

Berdasarkan hasil uji beda menggunakan *One-Way ANOVA*, diketahui bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam skor kecenderungan perilaku konsumtif berdasarkan intensitas penggunaan pembayaran digital dalam se1 bulan, dengan nilai signifikansi sebesar 0,895. Begitu juga dengan skor kontrol diri, yang memiliki nilai signifikansi 0,874, menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan berdasarkan intensitas penggunaan pembayaran digital dalam 1 bulan.

D. Pembahasan

Hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima, yaitu adanya hubungan yang sangat signifikan antara kontrol diri dan kecenderungan

perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta. Arah hubungannya dalam penelitian ini yaitu negatif, artinya semakin tinggi tingkat kontrol diri yang dimiliki, maka semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta. Begitu pula sebaliknya, jika tingkat kontrol diri menurun, maka kecenderungan perilaku konsumtif cenderung meningkat pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta. Kekuatan hubungan masuk dalam kategori kuat. Kontrol diri memberikan sumbangan terhadap kecenderungan perilaku konsumtif sebesar 47,4%.

Hasil penelitian Dinanti & Nesner (2024) memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Gen Z dengan arah hubungan sebesar 61,8%. Individu dengan kontrol diri tinggi mampu menahan dorongan untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan, berpikir rasional sebelum berbelanja, dan lebih selektif terhadap pengaruh eksternal seperti promosi *e-money* atau tren digital. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri rendah cenderung melakukan pembelian impulsif tanpa pertimbangan matang, hanya demi kesenangan sesaat atau mengikuti tren populer yang ditawarkan platform digital. Temuan ini menegaskan peran kontrol diri sebagai faktor internal utama yang menekan perilaku konsumtif pada generasi yang akrab dengan teknologi finansial.

Selanjutnya, penelitian Sofiyana & Aryanto (2025) menambahkan perspektif yang lebih luas dengan menjelaskan peran kontrol diri sebagai

mediator dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Dari sisi internal, kontrol diri menjadi mekanisme psikologis yang membantu individu mengatur kebiasaan belanja berdasarkan pemahaman keuangan yang dimilikinya. Individu yang memiliki literasi keuangan tinggi dan mampu mengendalikan diri cenderung lebih disiplin serta bijak dalam mengelola pengeluaran. Namun, dari sisi eksternal, tekanan gaya hidup modern, promosi layanan *pay later*, dan pengaruh teman sebaya tetap menjadi faktor dominan yang mendorong perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kontrol diri berperan penting dalam mengelola dampak dari literasi keuangan, pengaruh lingkungan sosial dan tren digital yang kuat terkadang sulit diimbangi hanya dengan kontrol diri saja (Sofiyana & Aryanto, 2025).

Temuan penelitian ini berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Islamia dan Purnama (2022) mengenai keterkaitan antara kontrol diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa pandemi *Covid-19*. Hasil penelitiannya, mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan dan negatif antara tingkat kontrol diri dan kecenderungan perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif yang dimiliki mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan mereka sering melakukan pembelian barang-barang seperti produk *fashion* dan *skincare* meskipun barang sebelumnya belum habis atau tidak terlalu dibutuhkan yang dipicu oleh meningkatnya waktu luang di rumah dan seringnya akses ke media. Penelitian memiliki konteks

yang berbeda dikarenakan, pada penelitian sebelumnya dilakukan saat kondisi pandemi *Covid-19* yang diharuskan untuk orang-orang membatasi aktivitas diluar ruangan.

Berbeda dengan jurnal sebelumnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif jika dilihat secara parsial. Alasan utamanya adalah karena kontrol diri saja tidak cukup kuat untuk membendung pengaruh dari gaya hidup hedonis dan rendahnya literasi keuangan yang banyak dialami oleh Gen Z. Gaya hidup yang terfokus pada kesenangan dan tren sosial, serta dorongan untuk tampil eksis di media sosial, membuat kontrol diri menjadi tidak efektif ketika tidak diimbangi dengan kesadaran finansial yang baik. Dengan kata lain, meskipun seseorang memiliki kontrol diri, namun tekanan sosial dan ekspektasi gaya hidup bisa tetap mendorong perilaku konsumtif apabila kontrol tersebut tidak didukung oleh faktor lainnya (Salsabilla & Wicaksono, 2025)

Ketika ada konteks Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta, rendahnya kontrol diri dapat mendorong mereka untuk lebih mudah melakukan pembelian secara impulsif melalui platform digital, seperti sering memanfaatkan fitur *pay later*, diskon kilat, atau kemudahan transaksi sekali klik (Islamia & Purnama, 2022). Peneliti lain mengeksplorasi pengalaman subjektif mahasiswa dalam mengelola dana bantuan pendidikan dan menemukan bahwa rendahnya kontrol diri menjadi faktor utama yang menyebabkan perilaku konsumtif. Mahasiswa

sering kali melakukan pembelian berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan, seperti membeli barang baru secara impulsif atau menghabiskan uang untuk kesenangan pribadi. Manajemen keuangan yang lemah serta tidak adanya skala prioritas memperparah kecenderungan ini. Faktor lingkungan seperti tekanan teman sebaya dan pengaruh media sosial juga turut memperlemah kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumtif (Busstommi & Madrem, 2024).

Kontrol diri terbukti sebagai faktor penghambat⁷ terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan. Individu dengan tingkat kontrol diri tinggi cenderung mampu menahan godaan dari promosi, diskon, atau tren konsumsi yang tersebar di media sosial. Sementara itu,¹¹⁹ individu dengan kontrol diri rendah lebih mudah terpengaruh oleh tekanan sosial dan konten konsumtif di platform seperti *Instagram* atau *marketplace* seperti *Shopee*. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa kontrol diri memainkan peran penting dalam membatasi dampak negatif lingkungan digital terhadap perilaku konsumsi (Erwadi, Maulida, Sulaeman, & Damayanti, 2025).

Kontrol diri juga ditemukan²³ memiliki peran mediasi yang signifikan dalam hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan kecenderungan perilaku konsumtif. Teknologi keuangan digital yang menawarkan berbagai kemudahan dan promo menarik memang dapat mendorong perilaku konsumtif, terutama pada Generasi Z. Namun, individu yang memiliki kontrol diri tinggi cenderung mampu mengendalikan dorongan tersebut, sehingga dapat mengurangi dampak

negatif dari penggunaan teknologi digital terhadap keputusan konsumsi (Mariana, Wahyuni, Rahmat, & Oskar, 2025).

Fenomena serupa juga terlihat pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta, di mana rendahnya kontrol diri memicu kecenderungan melakukan pembelian impulsif melalui *platform* digital, seperti memanfaatkan fitur *pay later*, promo diskon terbatas, maupun kemudahan transaksi instan. Sebaliknya, Generasi Z yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung lebih mampu menahan dorongan berbelanja secara tidak terencana, mempertimbangkan kebutuhan secara matang sebelum bertransaksi, serta mengelola keuangan secara bijaksana di tengah kemudahan sistem pembayaran digital. Temuan lain dari penelitian ini adalah kekuatan hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif berada pada kategori kuat.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Lorenza dan Lestari (2023) yang menguji hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang berbelanja di *e-commerce*. Hasil penelitian tersebut juga mendapatkan bahwa korelasi antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada kategori sedang. Hal ini didasarkan pada temuan bahwa meskipun sebagian mahasiswa mampu mengendalikan dorongan berbelanja, namun masih banyak pula yang melakukan pembelian secara impulsif karena tergoda oleh promosi, diskon, atau keinginan sesaat. Dengan kata lain, mahasiswa tidak sepenuhnya mampu mengontrol perilaku konsumtifnya, tetapi juga tidak sepenuhnya kehilangan kendali.

Fenomena ini menunjukkan bahwa kontrol diri yang dimiliki mahasiswa dalam menghadapi godaan berbelanja daring cukup bervariasi, sehingga menghasilkan hubungan yang berada dalam kategori sedang antara kedua variabel tersebut.

Penelitian ini memperjelas distribusi tingkat kecenderungan perilaku konsumtif dan kontrol diri pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta. Mayoritas responden berada pada kategori sedang untuk kedua variabel, baik kecenderungan perilaku konsumtif maupun kontrol diri. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta memiliki perilaku konsumtif yang relatif wajar dan berada pada taraf kontrol diri yang cukup stabil. Namun, ditemukan pula sejumlah responden yang berada pada kategori rendah hingga sangat rendah dalam hal kontrol diri, yang berpotensi meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif. Sebaliknya, hanya sedikit responden yang menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif yang sangat tinggi, dan kelompok ini sebagian besar berasal dari individu dengan kontrol diri yang sangat rendah. Pola ini memperkuat dugaan adanya hubungan antara tingkat kontrol diri dengan perilaku konsumtif, di mana penurunan kontrol diri cenderung diikuti oleh meningkatnya perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta. Distribusi ini mencerminkan bahwa proporsi individu yang memiliki tingkat kontrol diri atau

kecenderungan perilaku konsumtif pada taraf ekstrem tidak dominan dalam sampel penelitian atau disebut dengan *response bias*.

Response bias adalah jawaban yang diberikan responden pada kuesioner atau alat ukur, tetapi tidak menggambarkan kondisi sebenarnya. Jika responden menjawab tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, maka hasil dari pengukuran psikologi tersebut bisa menjadi kurang akurat (Yulianto, 2020). Untuk membuktikan bahwa responden bias atau memiliki indikasi memberikan jawaban di bagus-bagusakan dapat ditunjukkan dalam wawancara yang telah dilakukan sebelumnya pada 7 generasi Z di Yogyakarta. Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa 6 dari 7 responden menunjukkan adanya perubahan perilaku dari yang semula tidak konsumtif menjadi cenderung lebih konsumtif setelah beralih menggunakan pembayaran digital. Pada awalnya mereka cenderung berhati-hati dalam berbelanja, namun kemudahan transaksi serta godaan promo dan diskon membuat mereka lebih sering melakukan pembelian impulsif. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan pembayaran digital dapat mendorong pergeseran perilaku konsumsi menjadi lebih boros dan kurang terkontrol.

Temuan ini juga diperkuat dengan hasil perbandingan antara skor hipotetik dan skor empiris dari masing-masing variabel. Pada skala kecenderungan perilaku konsumtif, nilai skor terendah dari data empiris sama dengan batas minimum yang ditetapkan secara teoritis dalam skala, yang menunjukkan bahwa terdapat partisipasi dengan kecenderungan

perilaku konsumtif yang sangat rendah. Di sisi lain, pada skala kontrol diri, nilai skor tertinggi dari data empiris setara dengan batas maksimum dari skor hipotetik, yang mengindikasikan bahwa terdapat individu dalam sampel yang ¹⁴memiliki tingkat kontrol diri yang sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum partisipan cenderung berada pada kategori sedang, terdapat pula sebagian kecil individu yang berada pada batas ekstrem, baik dalam hal kontrol diri maupun perilaku konsumtif. Keberadaan partisipan pada kedua ujung spektrum tersebut menunjukkan bahwa variasi data tersebar secara cukup luas, meskipun tidak merata.

Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin juga menunjukkan ketimpangan yang cukup mencolok, di mana partisipasi perempuan jauh lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Ketimpangan ⁹³ini dapat terjadi karena beberapa alasan. Salah satunya adalah bahwa perempuan, khususnya di kalangan Generasi Z, cenderung lebih aktif dalam merespons survei daring, terutama jika survei tersebut berkaitan dengan topik sosial, perilaku konsumtif, atau penggunaan pembayaran digital yang umumnya lebih relevan dengan aktivitas belanja online. Selain itu, perempuan dalam rentang usia muda juga lebih banyak terlibat dalam kegiatan akademik dan sosial yang memungkinkan mereka menjadi target yang lebih mudah dijangkau dalam penyebaran kuesioner melalui media sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasinta, Wiyono, dan Maulida (2024) mengenai pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri

terhadap perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z juga mencatatkan ketimpangan serupa, di mana jumlah responden perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Temuan ini semakin memperkuat kecenderungan bahwa perempuan dalam kelompok usia muda, khususnya Generasi Z, lebih aktif berpartisipasi dalam survei yang berkaitan dengan topik-topik sosial seperti perilaku konsumtif. Isu konsumsi dan gaya hidup memang lebih sering relevan dengan pengalaman sehari-hari perempuan, terutama dalam hal interaksi dengan tren dan media sosial. Oleh karena itu, perempuan menjadi kelompok yang lebih representatif dan mudah dijangkau dalam proses pengambilan data, yang pada gilirannya memengaruhi distribusi responden dalam penelitian ini.

Jurnal yang membahas perilaku konsumtif perempuan Generasi Z pada pembelian kosmetik *Madame Gie* memperkuat pola tersebut. Partisipasi perempuan ditetapkan secara strategis karena mereka dianggap sebagai pasar utama dan paling responsif terhadap tren kosmetik serta media sosial. Perempuan Generasi Z dinilai memiliki dorongan kuat dalam membentuk identitas melalui penampilan, sehingga lebih aktif dalam konsumsi produk dan interaksi digital, termasuk dalam mengikuti survei daring. Ketertarikan tinggi terhadap konten promosi di Instagram serta kecenderungan mengikuti tren gaya hidup memperkuat posisi mereka sebagai target dominan dalam penelitian serupa (Yusa, Aswin, & Pratisti, 2023).

Penelitian ini turut menunjukkan bahwa dalam konteks digitalisasi ekonomi, mahasiswa perempuan lebih menonjol dalam aktivitas konsumtif, terutama melalui platform belanja online dan layanan digital lainnya. Karakteristik sosial dan akademik yang aktif serta kemudahan akses melalui media seperti *WhatsApp* dan *Instagram* menjadikan perempuan muda lebih sering terlibat dalam pengisian survei terkait gaya hidup konsumsi dan pengelolaan keuangan pribadi (Ismeirita, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Mengga, Batara, dan Rimpung (2023) di Universitas Kristen Indonesia Toraja semakin menegaskan dominasi responden perempuan. Ketimpangan ini tidak hanya mencerminkan proporsi gender di lingkungan kampus, tetapi juga berkaitan dengan keterlibatan perempuan yang lebih tinggi dalam kegiatan akademik, termasuk partisipasi mereka dalam penelitian. Selain itu, dalam tahap pembagian kuesioner, peneliti secara tidak langsung lebih sering menemui mahasiswa perempuan, sehingga partisipasi mereka menjadi lebih besar. Topik penelitian yang berkaitan dengan gaya hidup, penggunaan *e-money*, dan perilaku konsumtif cenderung lebih menarik perhatian perempuan karena lebih dekat dengan kebiasaan belanja online dan tren konsumsi yang berkembang di kalangan mahasiswa perempuan.

Jika dilihat dari domisili, penyebaran responden tampak relatif lebih merata, meskipun terdapat konsentrasi yang lebih besar di wilayah tertentu. Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta menjadi wilayah dengan jumlah responden tertinggi, yang dapat dijelaskan oleh karakteristik

wilayah tersebut sebagai pusat pendidikan dan permukiman mahasiswa. Kedua wilayah ini memiliki konsentrasi institusi pendidikan tinggi, pusat komersial, serta akses digital yang sangat mendukung perilaku konsumtif dan penggunaan pembayaran digital. Sementara daerah lain seperti Kabupaten Gunung Kidul dan Kulon Progo menunjukkan jumlah responden yang lebih sedikit, ¹¹² namun hal ini tidak serta-merta **menunjukkan** ketimpangan yang ekstrem, melainkan lebih mencerminkan perbedaan karakteristik wilayah dan aksesibilitas antar wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Uji beda pada penelitian ini, dilakukan ⁸⁰ menggunakan uji *independent t-test* untuk melihat apakah terdapat perbedaan skor ⁵ yang diperoleh antara laki-laki dan perempuan pada variabel ² kontrol diri dan kecenderungan perilaku konsumtif. Hasil analisis **menunjukkan bahwa terdapat** perbedaan yang signifikan pada variabel kecenderungan perilaku konsumtif. Kecenderungan perilaku konsumtif ²³ pada perempuan cenderung lebih tinggi dari laki-laki. Hasil tersebut sejalan dengan temuan penelitian Azzahra, Adiba, dan Wulandari (2025) yang mengemukakan bahwa terdapat perbedaan kecenderungan perilaku konsumtif ⁴ antara laki-laki dan perempuan. Perempuan cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi karena lebih terpengaruh oleh aspek emosional, sosial, dan dorongan untuk mengikuti tren, terutama yang berkaitan dengan idola atau komunitas tertentu. Mereka lebih sering membeli barang sebagai bentuk ekspresi diri dan keterikatan emosional. Sementara itu, laki-laki cenderung

menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih impulsif, yaitu melakukan pembelian secara spontan tanpa pertimbangan matang, biasanya dipicu oleh promosi atau keinginan sesaat. Perbedaan ini dipengaruhi oleh peran gender, motivasi psikologis, dan cara masing-masing dalam merespons lingkungan sosial serta pengaruh media.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Nurmalia, Wulan, dan Utamie (2024) mengungkapkan bahwa baik pria maupun wanita di ⁵⁷Generasi Z sangat dipengaruhi oleh tren digital dan media sosial dalam pengambilan keputusan pembelian. Namun, perbedaan gender terlihat jelas, di mana perempuan lebih cenderung terdorong untuk mengikuti tren dan membeli barang yang mendukung status sosial mereka. Dalam penelitian ini, perempuan lebih sering menghabiskan uang untuk barang-barang yang dapat meningkatkan penampilan mereka dan menunjukkan identitas sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa perempuan lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti media sosial dan ekspektasi dari teman sebaya, untuk mempertahankan gaya hidup yang "*up-to-date*" atau kekinian.

Sebaliknya, temuan dari penelitian Sahabuddin, Azhari, Samba, Nengsi, Putri, dan Alqadri (2025) menunjukkan bahwa pria lebih cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih rasional dibandingkan perempuan. Meskipun keduanya dipengaruhi oleh tren dan pengaruh sosial, pria dalam penelitian ini lebih fokus pada kebutuhan fungsional daripada keinginan untuk menunjukkan status sosial melalui barang yang

mereka beli. Di sisi lain, perempuan lebih rentan terhadap pengaruh sosial, seperti iklan atau rekomendasi teman, yang mendorong mereka untuk membeli barang-barang yang dianggap populer secara sosial, meskipun tidak selalu dibutuhkan. Dengan demikian, meskipun ² baik laki-laki maupun perempuan dipengaruhi oleh faktor eksternal, motivasi di balik perilaku konsumtif mereka menunjukkan perbedaan yang signifikan, yang lebih banyak dipengaruhi oleh peran sosial dan emosional bagi perempuan, sementara laki-laki lebih mempertimbangkan kebutuhan fungsional.

Sedangkan pada variabel kontrol diri, tidak terlihat perbedaan yang signifikan, namun terdapat perbedaan rata-rata skor pada ²⁷ laki-laki dan perempuan. Laki-laki cenderung mempunyai kontrol diri yang rendah daripada perempuan. Temuan ini sejalan dengan Fridayanti, Aulia dan Hanifah (2024), yang mengungkap bahwa secara umum perempuan memiliki tingkat kontrol diri ¹³ yang lebih baik dibandingkan laki-laki. Hal ini terlihat dari kecenderungan perempuan yang lebih mampu mengendalikan dorongan impulsif saat berbelanja. Alasannya, perempuan cenderung melibatkan aspek kognitif dalam proses pengambilan keputusan, sehingga lebih reflektif dan hati-hati dalam merespons keinginan untuk membeli. Sebaliknya, laki-laki lebih rentan terhadap pengaruh dimensi kepribadian seperti *extraversion* dan *neuroticism* yang dapat melemahkan kemampuan mereka dalam mengontrol impuls

pembelian. Dengan demikian, perbedaan kontrol diri antar gender ini turut memengaruhi perilaku pembelian impulsif yang dilakukan secara online.

Dalam jurnal yang membahas perbedaan gender dalam perilaku konsumtif, ditemukan bahwa perempuan cenderung membeli barang simbolis dan ekspresif, sementara laki-laki lebih menyukai barang yang mencerminkan kemandirian dan keaktifan. Hal ini menunjukkan bahwa pola pembelian yang dipengaruhi oleh kontrol diri dapat berbeda antara laki-laki dan perempuan. Secara implisit, bisa disimpulkan bahwa kontrol diri perempuan mungkin lebih mudah terganggu oleh aspek emosional dan simbolis dalam iklan, sementara laki-laki lebih terdorong oleh fungsionalitas dan identitas diri (Zhafirah, Hasan, Inanna, Ratnah, & Judijanto, 2023). Perbedaan ini menunjukkan bahwa cara masing-masing gender merespons iklan dan tren dapat dipengaruhi oleh kontrol diri mereka, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku konsumtif yang mereka tunjukkan.

Namun, berbeda dengan temuan-temuan sebelumnya, dalam penelitian ini kontrol diri ⁴² antara laki-laki dan perempuan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Meskipun jumlah ⁸⁸ responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki, hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan dalam mengendalikan dorongan belanja impulsif tidak bergantung pada jenis kelamin. ³² Hal ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan subjek penelitian, di mana penelitian ini melibatkan remaja akhir yang berada pada fase perkembangan psikologis

yang hampir serupa, baik laki-laki maupun perempuan. Pada masa ini, keduanya tengah menghadapi tugas perkembangan seperti membangun kemandirian, mengatur keuangan, dan mengambil keputusan secara lebih bertanggung jawab, yang mempengaruhi perilaku konsumtif mereka (Hasya, Hamid, & Kusuma, 2023).

Walaupun kekuatan hubungan masuk ke dalam tingkatan kuat, ada faktor lain yang mungkin memengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif. Selain faktor internal seperti faktor psikologis dan faktor pribadi juga ⁶⁵ dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal, meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga. Sari (2018) menjelaskan bahwa faktor kebudayaan dan keluarga memiliki pengaruh terhadap ¹⁴ perilaku konsumtif remaja dalam membeli produk *fashion*. Dimana remaja terbiasa melakukan pembelian produk *fashion* terbaru untuk menunjang penampilan sehari-hari dan menyesuaikan dengan acara yang dihadiri serta mereka cenderung setuju bahwa keluarga berperan dalam keputusan pembelian *fashion*.

Keunikan penelitian ini terletak pada dominasi responden yang berasal dari wilayah perkotaan dan daerah penyangga seperti Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Kondisi ini mencerminkan realitas demografis Generasi Z yang banyak beraktivitas di lingkungan dengan kemajuan teknologi, akses pendidikan, dan mobilitas ekonomi yang tinggi. Wilayah-wilayah dengan tingkat partisipasi rendah, seperti Kabupaten Gunung Kidul dan Kulon Progo, turut memberikan gambaran kontras

mengenai distribusi digitalisasi di berbagai daerah, memperkaya konteks data yang dikumpulkan.

Aspek menarik lainnya adalah kecenderungan responden dalam menggunakan pembayaran digital dengan intensitas yang sangat tinggi. Temuan ini menegaskan bahwa Generasi Z telah menjadikan layanan digital sebagai bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Kabupaten Sleman menunjukkan keunikan tersendiri karena tidak hanya mendominasi dari jumlah responden, tetapi juga aktif dalam seluruh tingkat intensitas penggunaan, mulai dari rendah hingga sangat tinggi. Fakta ini menguatkan posisi daerah tersebut sebagai representasi nyata adopsi teknologi finansial di kalangan generasi muda.

Adapun kelemahan dalam penelitian ini terletak pada keterbatasan persebaran partisipan yang belum merata di seluruh wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagian besar partisipan berasal dari wilayah Kota Yogyakarta, Kabupaten Sleman, dan Kabupaten Bantul. Sementara itu, partisipan dari Kabupaten Gunungkidul dan Kulon Progo jumlahnya relatif lebih sedikit, sehingga representasi dari kedua wilayah tersebut kurang optimal. Selain itu, penggunaan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui daring juga berpotensi menimbulkan *response bias*, terutama karena partisipasi yang lebih tinggi dari perempuan yang cenderung lebih responsif terhadap topik konsumtif dan lebih aktif dalam *platform* digital. Lalu, pada identifikasi responden berdasarkan pembagian usia, terlihat adanya tahap perkembangan yang

kurang seimbang, dengan rentang usia 15-16 tahun, 17-25 tahun, dan 26-30 tahun. Terlihat bahwa pembagian usianya tidak merata, karena terdapat selisih rentang yang cukup besar, terutama pada kelompok usia 17-25 tahun yang mencakup rentang usia yang jauh lebih luas dibandingkan kelompok lainnya.

Limitasi penelitian lainnya terletak pada penggunaan teori perilaku konsumtif, dimana teori yang digunakan bukan merupakan *grand theory* atau teori utama, melainkan teori yang sudah berkembang menyesuaikan budaya atau perkembangan di zaman saat ini, sehingga dapat menimbulkan perbedaan persepsi dengan teori teori yang lainnya walaupun memiliki persamaan variabel. Terakhir, meskipun penelitian ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kontrol diri dan kecenderungan perilaku konsumtif, terdapat kemungkinan variabel lain seperti pengaruh sosial, budaya, dan ekonomi keluarga yang belum dijelajahi lebih lanjut dan dapat memengaruhi hasil secara signifikan.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima karena terdapat hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Yogyakarta. Hubungan antara kedua variabel tersebut berada dalam kategori kuat dengan arah hubungan negatif. Artinya, semakin tinggi tingkat kontrol diri yang dimiliki oleh Generasi Z, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri, maka semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif yang akan mereka lakukan. Dengan kata lain, anak muda Generasi Z di Yogyakarta yang bisa menahan diri cenderung tidak boros ketika menggunakan pembayaran digital. Sebaliknya, kalau mereka sulit menahan diri, mereka lebih mudah tergoda untuk belanja hal-hal yang sebenarnya tidak terlalu penting. Jadi, semakin bagus seseorang mengontrol keinginannya, semakin kecil kemungkinan ia berperilaku konsumtif.

10
B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran bagi subjek penelitian dan bagi peneliti selanjutnya, antara lain:

1. Bagi Subjek Penelitian

Generasi Z pengguna pembayaran digital diharapkan dapat meningkatkan kesadaran diri terhadap kecenderungan perilaku konsumtif yang dapat timbul akibat kemudahan bertransaksi secara digital. Mengembangkan kontrol diri menjadi penting agar tidak mudah tergoda oleh promo atau diskon. Memanfaatkan teknologi secara bijak, seperti menggunakan fitur pembatas pengeluaran atau pengingat transaksi, guna membantu mengelola keuangan secara lebih sehat dan bertanggung jawab.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan pengumpulan data secara langsung agar dapat mengontrol subjek secara lebih optimal serta menjangkau responden dalam jumlah yang lebih seimbang di wilayah Yogyakarta. Selain itu, melibatkan subjek dengan latar belakang yang lebih beragam juga dapat meningkatkan keberagaman data dan memperkuat generalisasi hasil penelitian. Pembagian subjek berdasarkan usia dapat disesuaikan dengan tahap perkembangannya yang seimbang.

Saran lainnya untuk penelitian selanjutnya alangkah lebih baiknya menggunakan acuan pada *grand theory* atau teori utama dengan maksud agar teori yang digunakan memiliki landasan yang lebih kuat jika menggabungkan antara teori yang sudah berkembang dengan teori utama atau *grand theory*. Peneliti juga dapat mengembangkan program

intervensi atau edukasi untuk meningkatkan kontrol diri dan mengevaluasi dampaknya terhadap perilaku konsumtif.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN KECENDERUNGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z PENGGUNA PEMBAYARAN DIGITAL DI YOGYAKARTA

ORIGINALITY REPORT

20%	17%	10%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
2	123dok.com Internet Source	1%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
5	docplayer.info Internet Source	<1%
6	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1%
7	Rista Asmaya Sari, Rola Manjaleni. "Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-money, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2025 Publication	<1%
8	repository.ubharajaya.ac.id Internet Source	<1%
9	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II	<1%

10	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
11	Submitted to Universitas Hang Tuah Surabaya Student Paper	<1 %
12	Submitted to Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Student Paper	<1 %
13	adoc.pub Internet Source	<1 %
14	repository.unj.ac.id Internet Source	<1 %
15	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
17	docobook.com Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
19	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
20	id.123dok.com Internet Source	<1 %
21	repository.unjaya.ac.id Internet Source	<1 %
22	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
23	www.scribd.com Internet Source	<1 %

24	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
25	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	<1 %
26	media.neliti.com Internet Source	<1 %
27	eprints.poltekkesjogja.ac.id Internet Source	<1 %
28	repository.uma.ac.id Internet Source	<1 %
29	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	<1 %
30	Submitted to Universitas PGRI Palembang Student Paper	<1 %
31	Suci Oktavia Anika, Rizal Kurniawan. "Hubungan antara Regulasi Emosi dengan Problematic Internet Use pada Siswa SMA", AI-DYAS, 2024 Publication	<1 %
32	id.scribd.com Internet Source	<1 %
33	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
34	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
35	Submitted to LPPM Student Paper	<1 %
36	repository.unibos.ac.id Internet Source	<1 %

37	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	<1 %
38	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1 %
39	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
40	Submitted to Universitas Papua Student Paper	<1 %
41	Vitasya Putri Zahrawanny, Nila Fitria. "PERSEPSI ORANG TUA TENTANG MANFAAT PAUD TERHADAP DUKUNGAN MENYEKOLAHKAN ANAK DI LEMBAGA PAUD", Jurnal Anak Usia Dini Holistik Integratif (AUDHI), 2021 Publication	<1 %
42	jurnal.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
43	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
44	eprints.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	<1 %
45	Rico Ramanda. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Spending Self-Control Terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Daerah Khusus Jakarta", LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren, 2024 Publication	<1 %
46	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	<1 %
47	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %

48	es.scribd.com Internet Source	<1 %
49	pasca.um.ac.id Internet Source	<1 %
50	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
51	Submitted to Universitas Negeri Semarang Student Paper	<1 %
52	Submitted to Universitas Pertamina Student Paper	<1 %
53	journal.ubpkarawang.ac.id Internet Source	<1 %
54	jurnal.penerbitseval.com Internet Source	<1 %
55	Submitted to Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia Student Paper	<1 %
56	Nurul Inaya, Andi Ika Fahrika, Jumriani Jumriani. "Pengaruh Actualize Digital Payment System dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Monzer Kahf", eCo-Buss, 2025 Publication	<1 %
57	Submitted to President University Student Paper	<1 %
58	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	<1 %
59	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1 %

60

Submitted to Universitas Bina Darma

Student Paper

<1 %

61

ejournal.unsri.ac.id

Internet Source

<1 %

62

www.researchgate.net

Internet Source

<1 %

63

Asep Kurniawan, Sri Mulyati, Lita Tribuana.
"Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri,
Konformitas Hedonis, Penggunaan Electronic
Money, Gaya Hidup dan Lingkungan Teman
Sebaya Terhadap Perilaku Konsumti", JASS
(Journal of Accounting for Sustainable
Society), 2023

Publication

<1 %

64

Falena Ika Prasinta, Gendro Wiyono, Alfiatul
Maulida. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya
Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku
Konsumtif di Kalangan Generasi Z", Al-Kharaj :
Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah,
2023

Publication

<1 %

65

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Sidoarjo

Student Paper

<1 %

66

Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata
Ambarrukmo Yogyakarta

Student Paper

<1 %

67

Silvi Indah Ariyanah, Zaki Nur Fahmawati.
"Pengaruh Kontrol Diri dan Dukungan Teman
Sebaya Terhadap Perilaku Membolos Siswa
Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)", G-Couns:
Jurnal Bimbingan dan Konseling, 2024

Publication

<1 %

68 Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya <1 %
Student Paper

69 digilib2.unisayogya.ac.id <1 %
Internet Source

70 Submitted to iGroup <1 %
Student Paper

71 primary.ejournal.unri.ac.id <1 %
Internet Source

72 repository.iainpalopo.ac.id <1 %
Internet Source

73 repository.unism.ac.id <1 %
Internet Source

74 api.repository.poltekesos.ac.id <1 %
Internet Source

75 digilib.uinkhas.ac.id <1 %
Internet Source

76 e-journal.uajy.ac.id <1 %
Internet Source

77 Andhika Lukman Prasetya, Sarita Candra Merida, Rospita Novianti. "Hardiness dan Stres Akademik Mahasiswa selama Pembelajaran Jarak Jauh", Journal of Psychology Students, 2022 <1 %
Publication

78 Nisa Tsabitah, Nila Fitria. "PENGARUH KOMPETENSI PROFESIONAL GURUTERHADAP KUALITAS PEMBELAJARAN DI RAUDHATUL ATHFAL TANGERANG", Jurnal Anak Usia Dini Holistik Integratif (AUDHI), 2021 <1 %
Publication

79 Reny Yuniasanti, Wanda Asri Nurwahyuni. <1 %
"Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif
Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi
Z", Psychopolytan : Jurnal Psikologi, 2023
Publication

80 e-journal.undikma.ac.id <1 %
Internet Source

81 ejournal.unib.ac.id <1 %
Internet Source

82 ejurnal.politeknikpratama.ac.id <1 %
Internet Source

83 etd.uinsyahada.ac.id <1 %
Internet Source

84 idr.uin-antasari.ac.id <1 %
Internet Source

85 j-innovative.org <1 %
Internet Source

86 jurnal.peneliti.net <1 %
Internet Source

87 mafiadoc.com <1 %
Internet Source

88 ojs.unud.ac.id <1 %
Internet Source

89 Ana Kadarningsih, Ahmad Ershaid Nusair. <1 %
"Work Motivation as Intermediary in
Influencing Work Fatigue of Gen-Z
Employees", Solusi, 2024
Publication

90 Rama Cherlyna Putri Oktavia. "The Impact of <1 %
Social Media on Lifestyle, Financial Literacy,

and Consumptive Behavior of Generation-z in the Perspective of Theory of Planned Behavior", International Journal of Advanced Engineering and Management Research, 2025
Publication

91	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
92	Wulan Hertika Sari, Doddy Hendro Wibowo. "Enhancing Self-Control: Counseling Strategies to Mitigate Consumptive Behavior in K-Pop Fans", Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan, 2024 Publication	<1 %
93	dianartpro.blogspot.com Internet Source	<1 %
94	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
95	islamicmarkets.com Internet Source	<1 %
96	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
97	repository.unmuhpnk.ac.id Internet Source	<1 %
98	www.berotak.com Internet Source	<1 %
99	www.ejurnal.ubk.ac.id Internet Source	<1 %
100	Abdul Rahman Kadi, Hartati Bahar, Ida Sriwaty Sunarjo. "HUBUNGAN ANTARA REGULASI EMOSI DENGAN STRES AKADEMIK PADA MAHASISWA FAKULTAS KEDOKTERAN	<1 %

101 Intan Islamia, Muhammad Pedy Purnama.
"KONTROL DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA PADA MASA PANDEMI COVID-
19", Jurnal Psikologi Malahayati, 2022

Publication

<1 %

102 Putri Pusvita Sari, Arini Mifti Jayanti.
"PERBEDAAN PENYESUAIAN DIRI MAHASISWA
DITINJAU DARI STRATEGI COPING", MOTIVA
JURNAL PSIKOLOGI, 2020

Publication

<1 %

103 digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

<1 %

104 documents1.worldbank.org

Internet Source

<1 %

105 ejournal.stiesia.ac.id

Internet Source

<1 %

106 eprints.perbanas.ac.id

Internet Source

<1 %

107 eprints.umk.ac.id

Internet Source

<1 %

108 journal.um-surabaya.ac.id

Internet Source

<1 %

109 ojs.cahayamandalika.com

Internet Source

<1 %

110 sinta.unud.ac.id

Internet Source

<1 %

111 staffnew.uny.ac.id

Internet Source

<1 %

112	www.kemenpppa.go.id Internet Source	<1 %
113	www.semanticscholar.org Internet Source	<1 %
114	Maulana Baihaqi Ardie, Zakwan Adri. "Dinamika Penggunaan Uang Jajan pada Mahasiswa", Borobudur Psychology Review, 2021 Publication	<1 %
115	Monica Tasya Olivia Meralda, Christiana Hari Soetjningsih. "Kontrol Diri dan Kepribadian Narsistik Pengguna Media Sosial Instagram pada Generasi Milenial", GUIDENA: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling, 2023 Publication	<1 %
116	Syifa Salsabilla, Crescentiano Agung Wicaksono. "The Influence of Financial Literacy, Hedonic Lifestyle, and Self-Control on Consumer Behavior in Gen-Z", Efektor, 2025 Publication	<1 %
117	Ainun Zariah, Muhammad Abas, Sitti Mikarna Kaimuddin. "Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Kecenderungan Perilaku Narsistik Pada Remaja", Jurnal Sublimapsi, 2023 Publication	<1 %
118	Fiki Febrian Dwi Prasetya, Nining Dwi Astuti, Abdullah. "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Cyberbullying Pada Remaja", G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling, 2024	<1 %

119 Nova Lisye Sinaulan, Marsael M. Sengkey, Shinta Clara Br Tarigan, Monarika Sasaka, Dwi Sentana Br Perangin Angin. "Hubungan Kontrol Diri dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Penggunaan Media Sosial: Sebuah Studi Literatur", Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 2025
Publication

120 afidburhanuddin.wordpress.com
Internet Source

121 eprints.ums.ac.id
Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA