

Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Kulit (*Skin-care*) ditinjau dari Kontrol Diri pada Anggota Komunitas Arisan Bhayangkari

Azriani Latifa¹, Zun Azizul Hakim²

¹Prodi Psikologi Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
Jl. Mayor Sujadi No.46, Kudus, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten
Tulungagung, Jawa Timur 66221, Indonesia

Email : layurlamteng@gmail.com

*Correspondence

Abstract:

The purpose of this study is to determine the relationship between self-control and consumptive behavior towards skin care purchases in the Community of Arisan Bhayangkari Police Resort Malang. This study uses a quantitative method of correlation type. Sampling in this study used purposive sampling and the participant of this study were 75 women, member of the Community of Arisan Bhayangkari Police Resort Malang. The self-control scale and the consumptive behavior scale were used in data collection. The analysis in this study uses the classical assumption test and the product moment analysis test. The results of the hypothesis test obtained a value of 0.517 which means that this value indicates that there is a moderate relationship between the self-control variable and the consumptive behavior of purchasing skin care..

Keywords: *Self Control, Consumptive Behavior*

Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara pengendalian diri dan perilaku konsumtif terhadap pembelian perawatan kulit pada anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis korelasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan sampel penelitian ini sebanyak 75 wanita anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang. Skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif digunakan dalam pengumpulan data. Analisis dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan uji analisis produk momen. Hasil uji hipotesis memperoleh nilai r sebesar 0,517 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel pengendalian diri dengan perilaku konsumtif pembelian perawatan kulit pada anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang

Kata kunci: *Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif*

1. Pendahuluan

Salah satu keinginan wanita saat ini adalah selalu tampil cantik di depan banyak orang. Produk perawatan wajah (skincare) dibutuhkan untuk menjadikan wanita terlihat cantik dan dapat memunculkan kepercayaan diri yang lebih bagi para wanita (Tranggono & Latifah, 2007). Menurut Maharani (2019) Saat ini sudah banyak wanita Indonesia yang sadar akan pentingnya perawatan wajah dan kulit. Para wanita selalu menjaga penampilan untuk tampil secantik mungkin dan hal ini ditunjang dengan mereka melakukan perawatan ke klinik kecantikan atau membeli produk perawatan kulit dan wajah yang biasa disebut skincare. Skincare merupakan produk

perawatan kulit yang kalau digunakan secara rutin dan benar akan menghasilkan manfaat membuat kulit menjadi bersih dan sehat. (Maharani, 2019).

Hasil survei ZAP Beauty Index (2021) bahwa 73,1% wanita Indonesia mempunyai kulit yang bersih, cerah dan bercahaya. Dalam survei terhadap 17.889 wanita Indonesia, 46% responden mengatakan bahwa mereka paling menyukai produk kecantikan Korea (55%), diikuti oleh produk Indonesia (34%) dan produk Jepang (21%). Survei tersebut juga mengungkapkan merek kecantikan yang digunakan wanita Indonesia sehari-hari, termasuk SK II (8,9%), Laneige (7,7%), The Body Shop (5,5%), Innisfree (4,6%), Nature Republic (4,2%) dan Wardah (4,1%)%. Selain itu, diperkirakan permintaan akan perawatan kulit di Indonesia akan tinggi, dan dapat dipahami bahwa 33% dari total pendapatan pasar kecantikan pada tahun 2019 berasal dari pasar perawatan kulit, yang merupakan peningkatan dari persentase pada tahun 2009. - sekitar 23% pada tahun 2014 (Waluyo, 2019). Banyak wanita membeli perawatan kulit secara berlebihan tanpa mempertimbangkan apa yang mereka butuhkan dan sering berlangsung sehingga disebut sebagai perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif ialah perilaku yang diperlihatkan melalui penggunaan sesuatu yang dianggap mahal untuk mendukung kehidupan yang berlebihan dan gaya hidup manusia yang didorong oleh rasa senang, mencapai kepuasan dan kenyamanan fisik yang tinggi (Fromm, 1995). Selain itu, menurut Sumartono (2002) Hal yang menjadi tanda awal perilaku konsumtif adalah ketika seseorang ingin mendapatkan sesuatu diluar kemampuan dan hanya berdasarkan keinginan.. Tambunan (2001) berpendapat ada empat aspek yang terkandung di dalam perilaku konsumtif yakni: impulsif, pemborosan, pleasure seeking, dan satisfaction seeking. Form (2008) juga menegaskan perilaku konsumtif ini akan berdampak buruk bagi seseorang, karena seseorang hanya akan mendapatkan kesenangan dan kebahagiaan yang bersifat semu akibat pembeliannya yang berlebihan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayah (2015) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif ini dipicu oleh faktor-faktor yang mempengaruhi gaya belanja seseorang, yaitu faktor lingkungan, faktor intrinsik, dan perkembangan mode. Individu cenderung ingin membeli secara tiba-tiba daripada sesuai kebutuhan. Mereka juga tidak dapat mengontrol apa yang mereka butuhkan untuk dibeli, tidak bisa melihat barang berdasarkan fungsinya, mudah tergoda atau tertarik dengan produk fashion yang digunakan orang lain dan selalu ingin mengikuti trend.

Maka dari itu dapat dilihat bahwa perilaku konsumtif berdampak negatif bagi seseorang dan perlu adanya kontrol agar seseorang dapat menghasilkan konsekuensi yang positif setelah membeli sesuatu (Form, 2008). Menurut Purnama (2021) Untuk mengatasi dampak negatif tersebut diperlukan kontrol diri. Perilaku terkadang memiliki konsekuensi positif, tetapi juga dapat memiliki konsekuensi negatif, sehingga kontrol diri bukan hanya kemampuan dalam mencapai konsekuensi positif, tetapi juga kemampuan dalam menghadapi konsekuensi negatif. Kontrol diri

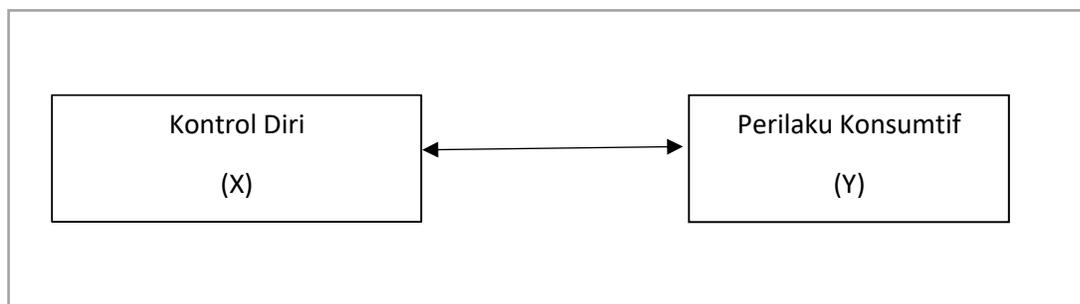
ialah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam mengarahkan tindakan dan menekan serta mencegah impuls yang ada (Chaplin, 2008). Tagney, dkk. (2004) juga menegaskan bahwa ketika seseorang mempunyai kontrol diri yang baik dia akan mampu berfikir jangka panjang tentang konsekuensi Tindakan yang dia lakukan serta mampu mengontrol respon dari dalam diri. Dengan adanya kontrol diri individu akan mampu melakukan Tindakan kearah yang positif karena individu yang mempunyai kontrol diri yang baik pasti bisa berfikir jangka Panjang tentang tindakannya (Shohibullana, 2014). Pernyataan tersebut juga dibuktikan oleh Anggraini (2019) dalam penelitian tentang kontrol diri dan perilaku konsumtif online shopping menunjukkan bahwa ketika kontrol diri subjek tinggi tentunya perilaku online shopping rendah dan sebaliknya. Disisi lain Fuadi (2018) melakukan penelitian tentang kontrol diri dan perilaku konsumtif pada subjek mahasiswa dan mahasiswi, sedangkan hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negative antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Arah hubungan kedua variabel adalah negatif. Sudarisman (2019) juga menemui hasil yang sama dimana kontrol diri memiliki hubungan negatif pada perilaku konsumtif.

Sunyoto (2018) menyatakan bahwa perilaku seseorang dalam membeli suatu produk dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari luar yakni: kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi (konformitas), dan keluarga. Bersandar kepada hasil yang diperoleh melalui wawancara yang dijalankan oleh peneliti terhadap empat anggota Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang didapatkan data bahwa ke empat narasumber melakukan pembelian produk skincare berdasarkan faktor kelompok referensi (konformitas). Hal ini ditunjukkan pada hasil data wawancara yaitu 25% anggota Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang membeli skincare agar bisa tampil cantik, berwibawa dan menunjukkan identitas pangkat suami ketika menghadiri acara bersama suami. Selain itu 25% anggota Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang membeli skincare dengan tujuan untuk merawat kulit dan mempercantik wajah maupun tubuh. Kemudian untuk 50% anggota Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang lainnya membeli skincare berdasarkan pengaruh dan ajakan teman untuk menggunakan produk tersebut. 75% anggota Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang juga sering membuang skincare sebelum produk yang mereka gunakan habis dan beralih ke produk skincare baru. Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat bahwa anggota Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang cukup sering menggunakan produk skincare dan kebanyakan dari mereka membeli produk skincare secara konsumtif tanpa mempertimbangkan konsekuensi kedepannya, serta masih sulitnya mengontrol perilaku konsumtif tersebut. Dari pemaparan di atas, peneliti kemudian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap pembelian skincare pada Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang”.

Penelitian ini bertujuan guna menelusuri hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang. Penelitian diharapkan bisa bermanfaat bagi para pembaca untuk lebih mempertimbangan dan mengontrol perilaku

konsumtifnya sehingga dapat berfikir jangka panjang sebelum membeli barang dan membeli barang dengan mengutamakan kebutuhan dari pada keinginan. Hipotesis pada penelitian ini ialah: ada hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang. Dengan kata lain, semakin tinggi kontrol diri akan diikuti semakin rendahnya perilaku konsumtif anggota Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang, dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri akan diikuti semakin tingginya perilaku konsumtif anggota Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang.

Pada penelitian ini, pengukuran terhadap variabel Kontrol diri dilakukan dengan mempergunakan teori yang telah di deskripsikan oleh Tagney, dkk. (2004) dan variabel perilaku konsumtif menggunakan teori yang telah di deskripsikan oleh Tambunan (2001). Guna melangsungkan pengujian atas adanya Hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada Komunitas Arisan Bhayangkari Polres Malang maka peneliti menuangkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1.
Kerangka Berfikir

2. Metode

Penelitian ini mempergunakan jenis penelitian kuantitatif korelasional. Pada penelitian ini dijumpai dua variabel yakni variabel X (Kontrol Diri) dan Variabel Y (Perilaku Konsumtif). Metode korelasi dipilih dalam penelitian ini dikarenakan peneliti ingin mencari tahu hubungan antara variabel X dan variabel Y. Populasi pada penelitian ini ialah anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang yang berjumlah 95 orang. Penentuan Sample untuk penelitian ini mempergunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 75 orang, yang ditentukan berdasarkan perhitungan rumus sampling Issac dan Michael (1983) dengan taraf kesalahan sebesar 5%.

Untuk data penelitian dikumpulkan melalui skala likert, yang dimana skala tersebut mempergunakan lima pilihan jawaban yang terdiri atas sangat sesuai (SS), Sesuai (S), Ragu-ragu

(RR), tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS). Data penelitian ini dikumpulkan dengan skala kontrol diri dan perilaku konsumtif yang disusun dalam bentuk skala likert. Skala kontrol diri diambil dengan indikator yang berasal dari penjabaran dari teori Tagney dkk (2004) sementara skala perilaku konsumtif diambil dengan indikator yang berasal dari penjabaran teori Tambunan (2001).

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan Aiken V dengan memberikan skala kepada expert judgement sebagai penilai atau orang ahli untuk relevansi skala penelitian ini. Pada skala kontrol diri terdapat nilai koefisien berkisar 0,65 - 0,85 dari total 48 aitem. Setelah dilakukan seleksi dengan batas minimal 0,8, terdapat 14 aitem yang gugur dan tersisa 32 aitem dengan nilai koefisien berkisar antara 0,8 - 0,95.

Sementara untuk skala perilaku konsumtif didapatkan nilai koefisien berkisar antara 0,7 - 0,85 dari total 48 aitem. Setelah dilakukan seleksi dengan batas minimal 0,8 terdapat 9 aitem yang gugur dan tersisa 39 aitem dengan nilai koefisien berkisar antara 0,8 - 0,85.

Selanjutnya peneliti melangsungkan uji coba lapangan (try out) dimana dijalankan terhadap 30 Subjek dengan kriteria pernah atau sedang melakukan pembelanjaan skincare. Uji lapangan ini dilakukan dengan uji reliabilitas koefisien Cronbach alpha menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Dalam skala kontrol diri didapati nilai cronbach alpha sejumlah 0,906 dan diperoleh daya diskriminasi pada uji reliabilitas berkisar antara 0,300 - 0,749. Lalu pada skala perilaku konsumtif diperoleh nilai cronbach alpha sebesar 0,913 dan diperoleh daya diskriminasi pada uji reliabilitas berkisar antara 0,325 - 0,704. Azwar (2015) menjelaskan bahwa batas minimum nilai sebuah aitem adalah 0,30 dan dianggap aitem tersebut memuaskan. Pada variabel kontrol diri yang awalnya terdiri 32 dari aitem terdapat 14 aitem yang gugur dan tersisa 18 total aitem. Sedangkan variabel perilaku konsumtif yang awalnya terdiri dari 39 aitem terdapat 11 aitem yang gugur dan tersisa 28 aitem. Uji analisis product moment dan uji asumsi klasik digunakan sebagai metode pengolahan data dibantu dengan software SPSS versi 25.

3. Hasil

Dari data penelitian yang terkumpul oleh 75 responden dapat digambarkan secara deskriptif responden dalam penelitian ini berdasarkan data demografis pekerjaan yang tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 1:
Data Demografis Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Ahli Gizi	1	1%
BUMN	5	7%
Dokter	3	4%

Guru	9	12%
Ibu Rumah Tangga	18	24%
Konsultan Lingkungan	1	1%
Perawat	6	8%
Pegawai Bank	6	8%
Polri	14	19%
Wiraswasta	12	16%
Total	75	100%

Tabel diatas merupakan data deskriptif dari pekerjaan para responden yang menjadi subjek penelitian ini. Subjek tersebut merupakan anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang. Bersandar kepada tabel tersebut, tampak bahwa subjek pada penelitian dengan pekerjaan ibu rumah tangga memiliki presentase terbesar yaitu 24% dengan jumlah 18 subjek. Sedangkan ahli gizi dan konsultan lingkungan memiliki presentase terendah yaitu 1% dengan jumlah 1 subjek. Kategorisasi subjek pada penelitian ini tersaji pada tabel berikut dimana didapati melalui olahan data 75 responden yang berisi variabel, jumlah responden, nilai mean, nilai minimum, nilai maksimal, dan standar deviasi sebagai berikut:

Tabel 2.
Data Hipotetik

	Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
N Valid	75	75
Missing	0	0
Mean	54	84
Std. Deviation	12	17
Minimum	18	28
Maximum	90	140

Berdasarkan tabel diatas, peneliti membuat kategorisasi dengan skala hipotetik untuk melihat kategorisasi skor responden yang tersaji berdasarkan rumus pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.
Kategorisasi Subjek Penelitian

Kategori	Rumus	Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
1 = Rendah	$X < \text{Mean} - 1SD$	$X < 42$	$X < 67$
2 = Sedang	$\text{Mean} - 1SD \leq X < \text{Mean} + 1SD$	$42 \leq X < 66$	$67 \leq X < 101$
3 = Tinggi	$\text{Mean} + SD \leq X$	$66 \leq X$	$101 \leq X$

Tabel 4.
Kategorisasi Variabel Kontrol Diri

Kategorisasi	Frekuensi	Presentase
Rendah	0	0%
Sedang	36	48%
Tinggi	39	52%
Total	75	100 %

Bersandar kepada tabel kategorisasi tersebut, bisa diperoleh suatu informasi bahwa ada 48% anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang memiliki kontrol diri yang sedang dan 52% anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang memiliki kontrol diri yang tinggi.

Tabel 5.
Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif

Kategorisasi	Frekuensi	Presentase
Rendah	55	73%
Sedang	20	27%
Tinggi	0	0%
Total	75	100 %

Bersandar kepada tabel kategorisasi tersebut, bisa diperoleh suatu informasi bahwa terdapat 27% anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang mempunyai perilaku konsumtif yang sedang dan 73% anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

Berikut ini adalah hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, dan uji uji homoscedasticity masing-masing pada tabel 4, 5 dan 6.

Tabel 6.
Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N	Normal Parameters ^{a,b}		Most Extreme Differences			Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Absolute	Positive	Negative		
75	.0000000	10.98695237	.075	.075	-.062	.075	.200 ^{c,d}

Bersandar kepada hasil yang diperoleh melalui uji normalitas dari tabel tersebut, bisa diperoleh suatu informasi bahwa nilai signifikansi 0,200 melebihi 0,05 tentunya bisa diartikan bahwa nilai residual memiliki nilai yang terdistribusi secara normal.

Sementara itu uji linieritas adalah sebuah uji yang bertujuan guna memperoleh suatu informasi terkait apakah variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan linier ataupun sebaliknya. Pada penelitian ini uji linieritas memanfaatkan aplikasi SPSS versi 25. Guna

memperoleh suatu informasi apakah kedua variabel tersebut mempunyai suatu hubungan atau tidak dapat dilihat dari : (1) apabila variabel memiliki nilai penyimpangan linearitas $>0,05$ –tentunya antara variabel bebas dan terikat memiliki hubungan yang linier; (2) Apabila variabel memiliki nilai penyimpangan linearitas $<0,05$ tentunya antara variabel bebas dan terikat memiliki hubungan yang tidak linier.

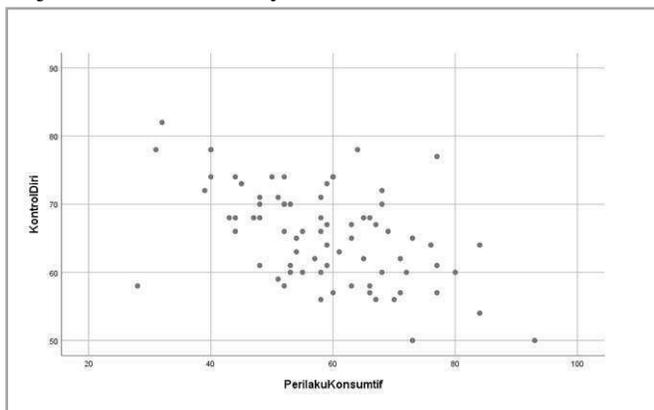
Tabel 7.
Uji Linieritas

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
PerilakuKonsumtif * KontrolDiri	Between Groups	(Combined) Linearity	6492.763	22	295.126	2.691	.002
		Deviation from Linearity	3261.976	1	3261.976	29.748	.000
			3230.788	21	153.847	1.403	.161
	Within Groups		5701.983	52	109.654		
	Total		12194.747	74			

Berdasarkan uji linieritas pada tabel diatas diketahui nilai signifikansi $0,161 > 0,05$, tentunya bisa dibentuk ke dalam suatu simpulan bahwa adanya hubungan yang linier antara variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif. Data penelitian ini terdistribusi normal, hal ini terlihat dari grafik berikut ini:

Grafik 1.

Uji homoscedasticity



Dalam Grafik homoscedasticity di atas terlihat sebaran titik terdistribusi secara normal dan linier yang dilihat dari titik yang menyebar dan membentuk garis lurus dari sumbu tegak sampai sumbu horizontal. Dengan demikian uji hipotesis dianalisis menggunakan korelasi product moment dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 8.
Hasil Uji Analisis Product Moment

		Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	-.517**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	75	75
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-.517**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	75	75

Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pembelian skincare dimana pengujiannya dilangsungkan dengan mempergunakan uji korelasi product momen dari Pearson. Analisis pendahuluan dijalankan guna memastikan bahwa terpenuhinya asumsi normalitas, linieritas, dan homoscedascity. Hasil yang diperoleh melalui pengujian yang sudah dilangsungkan memperlihatkan terdapatnya korelasi negatif yang sedang dan signifikansi antara kedua variable, $r = -0,517$, $n = 75$, $p < 0,05$. Semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah perilaku konsumtif pembelian skincare.

4. Diskusi

Penelitian ini memiliki tujuan guna memperoleh suatu informasi terakit adakah hubungan kontrol diri dan perilaku konsumtif pembelian produk perawatan wajah (skincare) pada komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang. Kontrol diri merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seorang individu guna melampaui ataupun melakukan perubahan terhadap respon dalam diri serta sebagai penghalang atas timbulnya perilaku yang tidak dikehendaki yang merupakan wujud dari respon dan situasi (Tagney dkk, 2004). Dalam penelitian Praptiani (2013) individu yang memiliki kontrol diri yang rendah tidak mampu menahan dirinya untuk melakukan suatu hal dan juga tidak melakukan suatu pertimbangan terhadap konsekuensi jangka panjang dan bertolak belakang dengan hal tersebut, seseorang yang memiliki kontrol diri yang tinggi bisa menahan dirinya dari sejumlah hal yang negatif melalui pertimbangan terhadap konsekuensi jangka panjang. Jadi seseorang yang memiliki kontrol diri yang baik akan bisa menghindari dirinya dari sejumlah hal negatif.

Analisis kategorisasi dalam penelitian ini menunjukan bahwa 48% anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang mempunyai kontrol diri yang sedang dan 52% anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang mempunyai kontrol diri yang tinggi. Lalu untuk perilaku konsumtif dapat diketahui bahwa terdapat 27% anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang mempunyai perilaku konsumtif yang sedang dan 73% anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa mayoritas anggota komunitas arisan bhayangkari mempunyai kontrol diri yang tinggi dan tidak ada anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang yang mempunyai kontrol diri yang rendah dan untuk perilaku konsumtif mayoritas anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang mempunyai perilaku konsumtif yang rendah dan tidak ada yang mempunyai perilaku konsumtif yang tinggi. Anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang yang mempunyai kontrol diri yang tinggi tentunya dapat menahan dirinya untuk melakukan sejumlah hal yang bersifat negatif dan selalu memikirkan dampak dari tindakan di masa yang akan datang. Menurut Purnama (2021) Kontrol diri sangat diperlukan untuk mengatasi perilaku negatif..

Menurut Sumartono (2002) Hal yang menjadi tanda perilaku konsumtif adalah ketika seseorang ingin mendapatkan sesuatu diluar kemampuan dan hanya berdasarkan keinginan. Hal ini berarti anggota komunitas arisan Bhayangkari Polres Malang yang mempunyai perilaku konsumtif yang rendah akan mampu menahan diri untuk lebih memilih membeli produk skincare berdasarkan kebutuhannya bukan keinginannya. Beberapa Tindakan kadang kala menghasilkan akibat bagii seseorang baik itu berakibat positif maupun negative, kontrol diri dibutuhkan untuk menngontrol Tindakan sesorang dan berakibat positif di masa yang akan datang.

Hasil yang diperoleh melalui uji hipotesis penelitian ini dengan mempergunakan uji product moment yang menunjukkan nilai signifikansi 0,000, dimana mengartikan nilai tersebut dibawah nilai standard $< 0,05$. Yang mana bisa diartikan bahwa menerima hipotesis pada penelitian ini yakni adanya hubungan antara variabel X yaitu kontrol diri terhadap variabel Y yaitu perilaku konsumtif dalam pembelian skincare. Penelitian yang dijalankan oleh fuadi (2018) juga menyatakan bahwa ada korelasi antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa/i. Untuk nilai koefisien r pearson menunjukkan nilai sebesar 0.517. artinya nilai tersebut menandakan hubungan yang sedang antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian skincare yang dilihat berdasarkan tabel r pearson.

Korelasi antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif sudah terlebih dahulu diteliti oleh anggraini (2019). Penelitian tersebut memiliki tujuan guna melangsungkan pengujian atas signifikansi variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online pada wanita dewasa awal. Hasil penelitian tersebut menunjukan terdapat korelasi negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online dimana semakin tinggi kontrol diri semakin rendah pula perilaku konsumtif belanja online pada wanita dewasa awal. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian ini dimana nilai koefisien pada R pearson menunjukan -0,517. Karena nilai r pearson negatif maka dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variable kontrol diri dan perilaku konsumtif merupakan korelasi yang negatif, yaitu semakin tinggi kontrol diri semakin rendah perilaku konsumtif.

5. Simpulan

Hasil analisis menunjukan terdapatnya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku

konsumtif terhadap pembelian produk perawatan wajah (skincare) pada komunitas arisan Bhayangkari polres malang. Pada penelitian ini hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap pembelian produk perawatan wajah (skincare) pada komunitas arisan bhayangkari polres malang menunjukan hasil negatif sehingga semakin tinggi kontrol diri anggota komunitas arisan bhayangkari polres malang semakin rendah perilaku konsumtif konsumtif terhadap pembelian produk perawatan wajah (skincare) pada komunitas arisan bhayangkari polres malang. Sebaliknya semakin rendah kontrol diri anggota komunitas arisan bhayangkari polres malang semakin tinggi perilaku konsumtif terhadap pembelian produk perawatan wajah (skincare) pada komunitas arisan bhayangkari polres malang.

Daftar Pustaka

- Anggraini, I. (2019). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Chaplin, J. P. (2008). Kamus Lengkap Psikologi. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Fromm, E. (1995). Masyarakat yang Sehat (terjemahan Sutrisno). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Fromm, E. (2008). The Sane Society. British: Library cataloguing in publication data.
- Fuadi, A. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/i Psikologi di Universitas Medan Area. Medan: Universitas Medan Area.
- Ochi, E. (2021, Agustus 26). Pergeseran definisi cantik hingga pandangan Wanita Indonesia soal make up menurut ZAP Beauty Index 2021. Diakses pada 14 mei 2021, dari <https://journal.sociolla.com/beauty/zap-beauty-index-hadir-kembali/amp/>
- Hakim, Z. A. (2014). Pengaruh Pelatihan Asertif terhadap Asertifitas Siswa Baru dan Keberanian serta Kepercayaan diri siswa untuk memutuskan kehendak baiknya. *DINAMIKA PENELITIAN*, 14(1).
- Isaac, S., & Michael, W. B. (1983). Handbook Research and Evaluation. San Diego: Edits Publisher.
- Maharano, L. Y. (2019). Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian skincare korea. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Praptiani, S. (2013). Pengaruh kontrol diri terhadap agresivitas remaja dalam menghadapi konflik sebaya dan pemaknaan gender (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang). <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/30520>
- Shohibullana, I. H. (2014). Kontrol diri dan perilaku konsumtif pada siswa SMA (ditinjau dari lokasi sekolah). *Cognicia*, 2(1). <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/cognicia/article/view/1818>



Sudarisman, H. S. V. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswi. *Acta Psychologia*, 1(1), 53-61. <https://doi.org/10.21831/ap.v1i1.43308>

Sunyoto, D. (2014). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service.

Tagney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of personality*, 4(2), 271-322.

Tambunan, R. (2001). Remaja dan perilaku konsumtif. *Jurnal psikologi dan masyarakat*, 4, 5-13.

Tranggono, R. I., & Latifah, F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Waluyo, E. (2019, Mei 23). Indonesia jadi pemasar produk skin care dunia. Diakses pada 14 mei 2021, dari <https://www.marketeers.com/indonesia-jadi-pasar-terbesar-produk-skin-care-dunia/>