

Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Commerce* Shopee: Bagaimana Peran Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri?

Talitha Adriyanti Nur Zabrina

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Diah Sofiah

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Hikmah Husniyah Farhanindya

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail: adriyantizabrina@gmail.com

Abstract

Consumptive behavior can result in waste, anxiety and feelings of insecurity in individuals. Consumer behavior in individuals can be influenced by various factors, including hedonic lifestyle and self-control. This research aims to analyze the relationship between hedonic lifestyle and self-control and consumer behavior among Shopee e-commerce users. The type of research used is quantitative correlational with multiple regression analysis techniques. There were 282 participants in this research. The research results show that hedonic lifestyle and self-control have a very significant relationship with consumer behavior, shown by obtaining a significance value of 0.000 ($p < 0.01$). Partially, hedonic lifestyle shows a t value of 11.296 with a significance of 0.000 ($p < 0.01$). This means that there is a very significant positive relationship between hedonic lifestyle and consumer behavior. Meanwhile, self-control shows a t value of -3.114 with a significance of 0.002 ($p < 0.01$). This means that there is a very significant negative relationship between self-control and consumer behavior.

Keywords: *Consumptive Behavior; Hedonistic Lifestyle; Self-Control; Shopee users*

Abstrak

Perilaku konsumtif dapat mengakibatkan timbulnya pemborosan, kecemasan, hingga perasaan tidak aman pada individu. Perilaku konsumtif pada individu dipengaruhi oleh berbagai macam faktor diantaranya yaitu gaya hidup hedonis dan kontrol diri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara gaya hidup hedonis dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada pengguna *e-commerce* Shopee. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif korelasional dengan teknik analisis regresi ganda. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 282 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis dan kontrol diri memiliki hubungan sangat signifikan dengan perilaku konsumtif, ditunjukkan melalui perolehan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Secara parsial, gaya hidup hedonis menunjukkan nilai t sebesar 11,296 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Sementara kontrol diri menunjukkan nilai t sebesar -3,114 dengan signifikansi 0,002 ($p < 0,01$). Artinya ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

Kata kunci: Perilaku Konsumtif; Gaya Hidup Hedonis; Kontrol Diri; Pengguna Shopee

Pendahuluan

Perkembangan teknologi di era digitalisasi mempermudah individu dalam melaksanakan berbagai aktivitas dengan efisien, termasuk aktivitas belanja. Saat ini masyarakat cenderung suka berbelanja secara online. Sihabudin et al. (2023) menunjukkan bahwa sebanyak 61,8% responden memilih untuk berbelanja secara online dibandingkan offline. Pembelian online kini didukung dengan penggunaan layanan teknologi yang dikenal sebagai *e-commerce*, sebuah situs atau tempat bagi para penjual dan pembeli melakukan transaksi secara online melalui jaringan internet (Riswandi, 2019). Tingginya minat belanja online melalui *e-commerce* tercermin dari bertambahnya angka pengguna yang terus meningkat setiap tahun. Dilansir dari databoks, jumlah pengguna *e-commerce* Indonesia pada tahun 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian mengalami kenaikan sebesar 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna pada tahun 2018 dan meningkat setiap tahunnya hingga mencapai angka 212,2 juta pengguna pada tahun 2023 (Hafiza et al., 2024).

Pasar *e-commerce* Indonesia saat ini didominasi oleh Shopee. Menurut Purnomo & Arwana (2024) Shopee menempati posisi pertama sebagai aplikasi dengan kunjungan terbanyak. Hasil riset IPSOS yang melibatkan responden rutin belanja online pada awal tahun 2024, mengungkapkan bahwa Shopee adalah situs belanja online paling populer, dimana sebanyak 62% responden memilih Shopee sebagai tempat rekomendasi belanja online, diikuti oleh Tokopedia 46%, Tiktok shop 42%, dan Lazada 26% (Alvioniza, 2024). Kecenderungan Shopee dalam mengadakan promosi untuk meningkatkan daya beli masyarakat, menunjukkan bahwa penjualan shopee dapat mencapai nilai transaksi hingga 1,3 triliun dalam 24 jam (Ananda et al., 2021). Kondisi ini menggambarkan bahwa masyarakat memiliki minat yang tinggi dalam melakukan aktivitas belanja. Ketertarikan yang tinggi ini apabila tidak diperhatikan dapat menjadi konsumsi berlebihan dan menimbulkan perilaku konsumtif (Subagio, 2019).

Menurut Lina & Rosyid (1997) perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku individu membeli sesuatu secara berlebihan yang bukan berdasarkan kebutuhan melainkan lebih pada keinginan. Perilaku konsumtif dapat menyebabkan pemborosan, inefisiensi biaya, hingga mempengaruhi kondisi psikologis seperti cemas akibat tidak melakukan aktivitas belanja, serta perasaan tidak aman, terutama pada individu yang cenderung mengikuti tren. Kondisi ini sering kali mendorong individu untuk mencari berbagai cara guna memenuhi keinginannya. Tindakan konsumtif disebabkan oleh keinginan yang tidak terpenuhi untuk mencapai kepuasan tanpa memperhatikan kebutuhan primer, sehingga individu cenderung mengabaikan pemenuhan kebutuhan pokok demi memenuhi hasrat terhadap barang tertentu (Wirasukessa & Sanica, 2023).

Setiawan et al. (2024) mengungkapkan bahwa masyarakat Surabaya tergolong konsumtif, terlihat dari 75% responden membeli barang hanya karena tertarik, 66% responden berbelanja barang yang tidak berdasarkan kebutuhan, 65% responden merasa dengan berbelanja dapat meningkatkan status sosial, 80% responden sering membeli barang bermerek, dan 62% responden memilih produk

fashion untuk menunjang penampilan dan status sosial. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Surabaya memiliki konsumtifitas tinggi dengan kecenderungan pola pembelian barang tidak berdasarkan kebutuhan, namun untuk memuaskan keinginan semata. Wulandari & Aulia (2022) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif salah satunya dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis.

Gaya hidup hedonis digambarkan oleh Muis et al. (2019) sebagai pandangan hidup yang mengarahkan individu untuk membelanjakan uang dan mengalokasikan waktu dalam upaya mengejar kesenangan. Individu dengan gaya hidup hedonis memiliki ciri khas berupa cenderung bersikap mewah atau tertarik pada barang-barang yang bernilai tinggi yang dianggap mampu meningkatkan status sosial. Selain itu, individu dengan gaya hedonis memiliki keinginan kuat untuk menjadi atensi masyarakat. Oleh karena itu, tidak sedikit individu memilih menggunakan benda-benda trendy sebagai cara untuk menarik perhatian orang lain (Sari et al., 2022). Individu dengan gaya hidup mudah mengikuti tren cenderung rentan terlibat dalam perilaku konsumtif. Kecenderungan individu membeli sesuatu yang tren untuk menunjang penampilan dan status sosial mencerminkan bahwa individu menerapkan gaya hedonis. Ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis mempunyai hubungan positif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi gaya hidup hedonis, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif (Inayah et al., 2022).

Selain gaya hidup hedonis, kontrol diri dikategorikan sebagai salah satu faktor yang turut mempengaruhi perilaku konsumtif (Wulandari & Aulia, 2022; Lubis et al., 2020; Lestari et al., 2023). Menurut Averill (1973) kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengendalikan perilaku, menginterpretasikan peristiwa, dan membuat keputusan. Persepsi individu terhadap kemudahan dalam aktivitas belanja online dapat meningkatkan dorongan dan keinginan individu untuk terus berbelanja. Kondisi ini berpotensi mempengaruhi intensitas pembelian yang dilakukan individu, terutama ketika kemampuan kontrol diri individu tidak optimal. Lorenza & Lestari (2023) menambahkan bahwa rendahnya kontrol diri terbukti dapat memotivasi individu untuk memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Kesulitan individu dalam mengendalikan diri biasanya tampak ketika individu memiliki keinginan diterima dalam suatu kelompok. Keinginan yang tinggi untuk diterima dalam kelompok dapat membuat individu melakukan banyak cara agar dapat diterima dalam kelompok, mulai dengan ikut berbelanja dan membeli setiap barang yang dibeli oleh anggota kelompok. Perilaku ini menunjukkan bahwa lemahnya kontrol diri individu menyebabkan tingginya intensitas belanja hingga menjadi konsumtif (Hayati et al., 2024).

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal salah satunya gaya hidup hedonis dan faktor internal kontrol diri. Studi yang dilakukan Pawestri & Warastri (2024) mengenai gaya hidup hedonis dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa secara bersama-sama kontrol diri dan gaya hidup hedonis mempunyai hubungan yang kuat dan signifikan dengan perilaku konsumtif. Penelitian sebelumnya fokus mengkaji perilaku konsumtif dalam membeli produk fashion pada mahasiswa laki-laki. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan analisis lebih lanjut mengenai gaya hidup hedonis dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada

pengguna *e-commerce* Shopee. Dalam penelitian ini, peneliti akan fokus mengkaji aktivitas belanja masyarakat Surabaya pengguna *e-commerce* Shopee, yang saat ini sedang menjadi salah satu situs belanja online paling populer. Penelitian ini melibatkan penduduk Kota Surabaya baik laki-laki maupun perempuan yang memiliki aplikasi Shopee.

Metode

Populasi penelitian ini adalah pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya. Teknik *sampling* pada penelitian ini menggunakan *convenience sampling*, diambil berdasarkan kemudahan akses peneliti dan sesuai dengan kualifikasi yang ditentukan yakni aktif menggunakan *e-commerce* Shopee. Minimal sampel yang dibutuhkan sebanyak 63 orang berdasarkan hitungan *G-Power* dari nilai $R = 0,4$ dengan tingkat kesalahan 5% (Safitri et al., 2024). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi gaya hidup hedonis dan kontrol diri sebagai variabel bebas, serta perilaku konsumtif sebagai variabel terikat. Skala gaya hidup hedonis diukur berdasarkan aspek-aspek Wells & Tigert (1971) dengan tingkat reliabilitas sebesar 0,918. Skala kontrol diri diukur berdasarkan aspek-aspek Averill (1973) dengan tingkat reliabilitas sebesar 0,900. Skala perilaku konsumtif diukur berdasarkan aspek-aspek Lina & Rosyid (dalam Deviyanti & Jannah, 2022) dengan tingkat reliabilitas sebesar 0,922. Instrumen pengumpulan data menggunakan skala likert yang diantaranya Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak setuju (STS). Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda menggunakan bantuan program *Statistical Package for the Social Science (SPSS) 25.0 for Windows*.

Hasil

Penelitian ini melibatkan 282 pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya dengan sebagian besar yang menjadi responden adalah wanita sebanyak 229 (81,2%) partisipan dan 53 (18,8%) partisipan pria. Hasil kategorisasi berdasarkan usia, diketahui bahwa sebagian besar partisipan dalam penelitian ini berusia 21 tahun yakni sebanyak 72 (25,5%). Berikut hasil kategorisasi data demografi berdasarkan usia partisipan secara lengkap disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Data Demografi Usia

Usia		
20	137	48,6%
21	72	25,5%
22	48	17,0%
23	17	6,0%
24	8	2,8%

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Hasil analisis demografi berdasarkan pendapatan partisipan, diketahui bahwa sebagian besar partisipan dalam penelitian ini memiliki pendapatan sebesar

1.000.000 – 2.000.000 per bulan yakni sebanyak 168 (59,6%) partisipan. Hasil kategorisasi pendapatan partisipan secara lengkap disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Data Demografi Pendapatan Perbulan

Pendapatan atau Uang Saku Perbulan		
<500.000	21	7,4%
500.000 - 1.000.000	69	24,5%
1.000.000 - 2.000.000	168	59,6%
>2.000.000	24	8,5%

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Hasil analisis demografi berdasarkan status perkawinan, diketahui bahwa sebagian besar partisipan dalam penelitian ini memiliki status belum menikah yakni sebanyak 280 (99,3%) partisipan. Berikut hasil kategorisasi berdasarkan status perkawinan secara lengkap disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Data Demografi Status Perkawinan

Status Perkawinan		
Belum Menikah	280	99,3%
Sudah Menikah	2	0,7%

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Setelah dilakukan kategorisasi pada variabel perilaku konsumtif, diketahui bahwa tingkat perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* Shopee berada pada kategori tinggi yaitu sebanyak 93 orang (33,0%). Hasil kategorisasi empirik perilaku konsumtif secara lengkap disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	< 41	28	9,9%
Rendah	41 – 48	61	21,6%
Sedang	48 – 55	91	32,3%
Tinggi	55 – 62	93	33,0%
Sangat Tinggi	> 62	9	3,2%

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Pada kategorisasi variabel gaya hidup hedonis, diketahui bahwa pengguna *e-commerce* Shopee memiliki tingkat gaya hidup hedonis yang tinggi yaitu sebanyak 115 partisipan (40,8%). Hasil kategorisasi empirik gaya hidup hedonis secara lengkap digambarkan pada tabel 5.

Tabel 5. Kategorisasi Gaya Hidup Hedonis

Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	< 40	21	7,4%
Rendah	40 – 46	41	14,5%
Sedang	46 – 53	104	36,9%
Tinggi	53 – 60	115	40,8%
Sangat Tinggi	> 60	1	0,4%

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Hasil kategorisasi variabel kontrol diri pengguna *e-commerce* Shopee menunjukkan bahwa sebanyak 117 partisipan (41,5%) memiliki tingkat kontrol diri rendah. Hasil analisis kategorisasi empirik kontrol diri secara lengkap digambarkan pada tabel 6.

Tabel 6. Kategorisasi Kontrol Diri

Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	< 30	36	12,8%
Rendah	30 – 33	117	41,5%
Sedang	33 – 36	83	29,4%
Tinggi	36 – 40	39	13,8%
Sangat Tinggi	> 40	7	2,5%

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 for Windows

Hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-smirnov*, didapati bahwa variabel gaya hidup hedonis, kontrol diri, dan perilaku konsumtif memiliki nilai signifikansi $p = 0,200$ ($p > 0,05$). Artinya sebaran data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas secara lengkap disajikan pada tabel 7.

Tabel 7. Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Gaya Hidup Hedonis, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif	0,200	Normal

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Berdasarkan hasil uji linearitas yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa variabel gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif memiliki skor signifikansi 0.000 ($p < 0,05$). Artinya, kedua variabel bebas tersebut terbukti linier. Hasil uji linearitas secara lengkap disajikan pada tabel 8.

Tabel 8. Uji Linearitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Gaya Hidup Hedonis – Perilaku Konsumtif	0,000	Linier
Kontrol Diri – Perilaku Konsumtif	0,000	Linier

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa nilai skor *tolerance* adalah 0,963 ($>0,10$) dan skor VIF 1,038 ($< 10,00$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel. Hasil uji multikolinearitas secara lengkap disajikan pada tabel 9.

Tabel 9. Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Gaya Hidup Hedonis – Kontrol Diri	0,963	1,038	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonis memperoleh nilai $p = 0,871$ dan kontrol diri memperoleh nilai $p = 0,830$. Diketahui bahwa nilai kedua variabel memiliki signifikansi $p > 0,05$, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas secara lengkap disajikan pada tabel 10.

Tabel 10. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	p	Keterangan	Kesimpulan
Gaya Hidup Hedonis	0,871	$>0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kontrol Diri	0,830	$>0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Hasil uji korelasi secara simultan menunjukkan nilai signifikansi pada hubungan gaya hidup hedonis dan kontrol diri secara simultan dengan perilaku konsumtif adalah sebesar 0,000 ($p < 0,01$) dengan $F = 78,307$. Artinya, ada hubungan sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada pengguna *e-commerce* Shopee. Hasil uji simultan secara lengkap disajikan pada tabel 11.

Tabel 11. Uji Korelasi Simultan

Variabel	F	Sig.	Hipotesis
Gaya Hidup Hedonis - Kontrol Diri – Perilaku Konsumtif	78,307	0,000	Diterima

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Hasil uji korelasi secara parsial menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas memiliki korelasi sangat signifikan terhadap variabel terikat. Variabel gaya hidup hedonis memiliki nilai $t = 11,296$ dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Artinya ada hubungan positif sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup hedonis, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, dan sebaliknya. Variabel kontrol diri memiliki nilai $t = -3,114$ dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Artinya ada hubungan negatif sangat signifikan antara

kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Semakin rendah kontrol diri, maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya, begitu pula sebaliknya. Hasil uji parsial secara lengkap disajikan pada tabel 12.

Tabel 12. Uji Korelasi Parsial

Variabel	F	Sig.	Hipotesis
Gaya Hidup Hedonis – Perilaku Konsumtif	11,296	0,000	Diterima
Kontrol Diri – Perilaku Konsumtif	-3,114	0,002	Diterima

Sumber : Output SPSS Versi 25.0 Windows

Pembahasan

Temuan penelitian ini memberikan gambaran bahwa secara bersamaan gaya hidup hedonis dan kontrol diri memiliki hubungan sangat signifikan dengan perilaku konsumtif. Pengguna *e-commerce* Shopee dengan gaya hidup hedonis tinggi cenderung terlibat melakukan aktivitas pembelian barang-barang diluar kebutuhan untuk memenuhi kesenangan semata dimana perilaku ini masuk dalam salah satu karakteristik perilaku konsumtif yaitu pembelian bukan didasarkan pada kebutuhan. Sementara kontrol diri dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada pengguna. Kontrol diri yang baik menjadikan pengguna *e-commerce* Shopee lebih bijak dan mampu mengendalikan diri, serta menentukan skala prioritas dan menurunkan kecenderungan perilaku konsumtif. Hasil temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa secara bersama-sama terdapat hubungan signifikan antara gaya hidup hedonis dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif (Handayani, 2020).

Tingginya perilaku konsumtif pengguna *e-commerce* Shopee salah satunya dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis (Safitri et al., 2024; Apriliyanti & Asmawa, 2023; Ritonga & Adiati, 2022, Inayah, et al., 2022). Menurut Monks, gaya hidup hedonis individu muncul dikarenakan ada suatu keinginan untuk menarik perhatian orang sekitar, sehingga memicu perilaku individu untuk berpenampilan menarik dan bertingkah laku sesuai tren untuk diperlihatkan kepada orang sekitar (Ritonga & Adiati, 2022). Keinginan untuk tampil menarik sebagai pusat perhatian salah satunya tercermin melalui minat individu yang tinggi terhadap barang-barang yang digunakan. Individu dengan gaya hedonis memilih untuk menggunakan barang-barang yang terlihat berkelas dan bermerek. Sejalan dengan temuan Sham et al. (2015) bahwa individu dengan gaya hidup hedonis, modern, dan konsumtif cenderung membeli dan memakai barang yang terlihat mahal, mewah, dan bermerek.

Selain gaya hidup hedonis, faktor yang dapat memicu perilaku konsumtif yaitu kontrol diri (Wulandari & Aulia, 2022). Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kontrol diri pengguna *e-commerce* Shopee berada dalam kategori rendah. Kesulitan dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta keterbatasan dalam memahami informasi terkait suatu produk dan penawaran tertentu mengakibatkan pengguna rentan terpengaruh dalam aktivitas pembelian barang yang tidak diperlukan, sehingga berpotensi menyebabkan pemborosan atau konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nisa & Arief (2019), Boru et

al. (2021) yang mengungkapkan bahwa individu dengan kontrol diri rendah memiliki tingkat konsumtifitas yang tinggi. Semakin rendah kontrol diri, maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada individu.

Berdasarkan hasil penelitian ini, gaya hidup hedonis dan kontrol diri terbukti dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Tingginya gaya hidup hedonis pada individu dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif, sementara tingginya kontrol diri dapat menekan terjadinya perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini, gaya hidup hedonis mampu memberikan sumbangan efektif sebesar 32% pada perilaku konsumtif individu, sedangkan kontrol diri mampu berkontribusi sebesar 4% pada perilaku konsumtif individu. Hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis lebih berpotensi mempengaruhi perilaku konsumtif. Tinggi rendahnya gaya hidup hedonis akan turut mempengaruhi tinggi rendahnya perilaku konsumtif. Sejalan dengan pendapat Wulandari & Aulia (2022) bahwa perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh gaya hidup individu, salah satunya yaitu gaya hidup hedonis.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mengkaji hubungan antara gaya hidup hedonis dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada pengguna *e-commerce* Shopee. Hasil penelitian menunjukkan, gaya hidup hedonis dan kontrol diri secara simultan memiliki hubungan sangat signifikan dengan perilaku konsumtif, dengan nilai $R^2 = 0,360$. Artinya, kedua variabel tersebut berkontribusi sebesar 36% pada variabel perilaku konsumtif. Secara parsial, gaya hidup hedonis memiliki hubungan positif sangat signifikan dengan perilaku konsumtif, dan mampu memberikan sumbangan efektif sebesar 32%. Pengguna *e-commerce* Shopee yang memiliki gaya hidup hedonis tinggi, akan memiliki perilaku konsumtif yang tinggi pula, dan sebaliknya. Selain itu, kontrol diri memiliki hubungan negatif sangat signifikan dengan perilaku konsumtif. Kontrol diri berkontribusi sebesar 4% pada perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi kontrol diri, semakin rendah perilaku konsumtif. Pengguna *e-commerce* Shopee perlu meningkatkan kontrol diri untuk mengurangi perilaku konsumtif. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui perencanaan belanja, pelatihan manajemen keuangan, dan pengendalian gaya hidup berlebihan. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam merancang program intervensi untuk menekan perilaku konsumtif. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memasukkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti psychological well being, kematangan emosi, dan kelompok sosial.

Referensi

Alvioniza. (2024, Juni 24). *Riset IPSOS : Shopee Jadi E-Commerce yang Hadirkan Pengalaman Belanja Holistik dengan Tingkat Kepuasan Tertinggi*. Retrieved from [radarjember.jawapos.com: https://radarjember.jawapos.com/sinergi/794789150/riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-hadirkan-pengalaman-belanja-holistik-dengan-tingkat-kepuasan-tertinggi](https://radarjember.jawapos.com/sinergi/794789150/riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-hadirkan-pengalaman-belanja-holistik-dengan-tingkat-kepuasan-tertinggi)

- Ananda, R., Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswi Pengguna *E-Commerce* Shopee. *Psychomunity : Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul*.
- Apriliyanti, R. S., & Asmawan, M. C. (2023, October). The Influence of Ease of Transactions using ShopeePay, Promotion and Hedonism Lifestyle on Consumptive Behavior of Accounting Education Students Muhammadiyah University Surakarta. In *Conference Proceedings International Conference on Education Innovation and Social Science* (pp. 600-607).
- Averill, J. R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli And Its Relationship To Stress. *Psychological Bulletin*, Vol 80 No 4, 286-303.
- Boru, V. F., Lerik, M. D., & P, K. M. (2021). Self Control with Online Shopping Consumptive Behavior in Young Women in Oesapa Village. *Journal of Health and Behavioral Science*, Vol 3 No 2, 199-208.
- Hafiza, N., & Shoffah, S. N. A. (2024). *E-Commerce* Memicu Maraknya Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26(1), 24-35.
- Handayani, K. T. (2020). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap K-Pop Pada Mahasiswa Uin Suska Riau. Pekanbaru: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hayati, A., Yusuf, A. M., & Asnah, M. B. (2020). Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior. *International Journal of Applied Counseling and Social Science*, Vol 2 No 1.
- Inayah, L., Utami, A. B., & Ramadhani, H. S. (2022). Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money pada Mahasiswa . *Sukma : Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol 3 No 2, 191-198.
- Lestari, J. L., Timur, H., & Safitri, E. E. (2023). Self-control with online shopping consumptive behavior's relationship in higher education students. *Interdisciplinary Social Studies*, 3(1), 28-33.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika* No. 4 .
- Lorenza, R. Y., & Lestari, S. (2023). Kontrol Diri dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berbelanja di *E-Commerce*. *Psycho Idea*, Vol 21 No 1.
- Lubis, L., Abdillah, A., & Lubis, H. K. (2020). The Relationship Of Self-Control And Conformity With Consumptive Behavior Of Network Computer Engineering Students At Smk Negeri 2 Binjai. *International Journal on Language, Research and Education Studies*, 4(2), 209-222.
- Muis, M., Taibe, P., & Adi, A. (2019). Hubungan Harga Diri dengan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Tidore di kota Makassar. *Jurnal Psikologi Skiso (Sosial Klinis Industri Organisasi)*, 1(1), 1-9.

- Nisa, C. L., & Arief, S. (2019). The Impact of Self Control, Self Esteem, and Peer Environment on Online Shopping Consumptive Behavior. *Journal of Advances in Information System and Technology* 1 (1), 13-20.
- Pawestri, D. R., & Warastri, A. (2024). Hubungan Kontrol Diri dan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa Laki-Laki di Yogyakarta. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, Vol 7 No 1.
- Purnomo, N., & Arwana, D. S. (2024). Pengaruh Live Streaming Selling, Diskon, Gratis Ongkir, dan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *BUDGETING : Journal of Business, Management and*
- Riswandi, D. (2019). Transaksi Online (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Econetica*, Vol 1, No 1.
- Ritonga, L., & Adiati, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Self Esteem terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Surabaya. *BRPKM : Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, Vol 2 (1), 476-485.
- Safitri, G., Prastika, N. D., & Handayani, N. (2024). The Influence of Conformity and Hedonistic Lifestyle With Consumptive Behavior. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 4(11).
- Sari, D., Rifayanti, R., & Putri, E. T. (2022). Kontrol Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Wanita Dewasa Awal di Samarinda. 10 (1), 92–100.
- Setiawan, F. H., Radjainin, I. P., & Ariani, M. (2024). Online Loans : Consumptive Behavior of Surabaya Students In Order To Support Social Status. *Management Studies and Enterpreneurship Journal*, Vol 5 No 1, 413-425.
- Sham, F. M., Shafi'e, S. Z., & Zahrin, S. (2015). Adolescent Lifestyles in Malaysia. *Mediterranean Journal of Social Science*, Vol 6 No 6.
- Sihabudin, A., Fitriyani, D., Luhfi, M., F, A., & Hisniati. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Konsumsi dan Preferensi Konsumen Dalam Belanja Melalui Online Shop dan Offline Shop. *Jurnal Pelita Nusa*, Vol 3 No.1.
- Subagio, S. (2019). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 3(3).
- Wells, W. D., & Tiggert, D. J. (1971). Activities, Interest, and Opinion. *Journal of Advertising Research* Vol 11 No 4.
- Wirasukessa, K., & Sanica, I. G. (2023). Fear of Missing Out dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials : Peran Mediasi Subjective Norm dan Attitude. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* Vol. 7 No.1.
- Wulandari, D., & Aulia, P. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada generasi Z di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 178-186.