

Perilaku konsumtif ditinjau dari locus of control pada dewasa awal pengguna e-commerce

Ricky Maskhurin¹

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya

IGAA Novi Ekayati²

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Aliffia Ananta³

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Email: rickymaskhurinnn@gmail.com

Abstract

Consumptive behavior is shopping behavior that can harm individuals because they spend their money on items that are not needs but desires. One of the causes of consumptive behavior is from internal or external factors which can also be called Locus of control. a significant consumptive relationship between someone who has an internal Locus of control and someone who has an external Locus of control. The research technic used by the researcher is a quantitative study with the participants involved in the form of students from the 17 August 1945 University class 2016-2017 who often shop using E-commerce as much as 140 respondents. Data analysis in this study used the Mann Whitney-U Comparison with the help of IBM SPSS Statistics 20 and the results obtained by individuals with an internal Locus of control had a mean of 60,54 which was greater than individuals who had an external Locus of control with a mean value of 46,46 with significance of $p = 0.018$. That is, there are significant differences between individuals who have an internal Locus of control are more consumptive than individuals who have an external Locus of control.

Keywords: consumptive behavior, Locus of control, Early Adult

Abstrak

Perilaku konsumtif merupakan perilaku berbelanja yang dapat merugikan individu karena membelanjakan uangnya untuk barang-barang yang bukan merupakan kebutuhan tetapi keinginan salah satu penyebab dari perilaku konsumtif adalah dari faktor internal ataupun eksternal yang juga dapat disebut Locus of control Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan perilaku konsumtif yang signifikan antara seseorang yang memiliki Locus of control internal dan seseorang yang memiliki Locus of control eksternal Desain penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian kuantitatif dengan partisipan yang terlibat berupa mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 angkatan 2016-2017 yang sering berbelanja menggunakan E-commerce sebanyak 140 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Komparasi Mann Whitney-U dengan bantuan IBM SPSS Statistics 20 dan diperoleh hasil individu dengan Locus of control internal memiliki mean 60,54 dimana lebih besar dari individu yang memiliki Locus of control eksternal yaitu dengan nilai mean 46,46 dengan signifikansi $p = 0,018$. Artinya, terdapat perbedaan signifikan antara individu yang memiliki Locus of control internal lebih konsumtif dibanding individu yang memiliki Locus of control eksternal.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Locus of control, Dewasa Awal

Pendahuluan

Manusia memiliki berbagai macam kebutuhan, yang tersusun sesuai dengan tolak ukurnya, dari yang bersifat pokok atau primer, seperti sandang, makan, papan, hingga kebutuhan lainnya yaitu sekunder dan tersier, yang pemenuhannya bersifat menunjang kebutuhan primer (Ahman, 2007). Berbagai macam kebutuhan yang ada, dapat dipenuhi dengan proses berbelanja produk atau jasa yang diinginkan. Namun, kemajuan teknologi dalam bidang media massa ditambah dengan menjamurnya mall-mall membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat, yang secara tidak sadar mempengaruhi cara pandang individu, yang kemudian memberikan dampak terhadap perilaku berbelanja seseorang (Ustadiyanto & Ariani, 2001). Perilaku berbelanja awalnya difungsikan untuk memenuhi kebutuhan baik yang bersifat primer maupun sekunder. Seiring dengan bertambahnya jumlah dan variasi produk, kini semakin mengubah proses konsumsi ke budaya konsumtif (Sumartono, 2002).

Berdasarkan survei SIRCIO yang membandingkan sentimen customer e-commerce sebelum dan saat pandemi, pembayaran digital semakin banyak digunakan sebagai metode pembayaran bagi masyarakat Indonesia yang berbelanja online. Sementara metode pembayaran konvensional seperti menggunakan kartu debit atau kredit semakin berkurang. Tren ini juga berlaku untuk pembayaran e-commerce. Hal tersebut dikarenakan rata-rata platform e-commerce telah menyediakan layanan pembayaran yang terhubung secara otomatis dengan platform pembayaran digital sehingga customer pun semakin dipermudah dalam melakukan transaksi. Berdasarkan survei SIRCIO, preferensi untuk menggunakan dompet digital bertambah 11% sementara pembayaran menggunakan transfer bank dan kartu berkurang masing-masing 2% dan 10%. Dari survey yang telah dilakukan diatas dapat dilihat jelas masyarakat mulai melakukan perilaku konsumtif karena adanya kemudahan cara berbelanja baru di media online khususnya shopee.

Perilaku konsumtif sebagai perilaku konsumen dalam mencari dan berbelanja barang dan jasa yang dapat menghasilkan status sosial serta prestige dengan mengabaikan penghasilan maupun kelas sosial mereka yang sebenarnya. Belk, Eastman dkk. (dalam Shukla dan Sharma, 2009). Perilaku konsumtif menurut Hamilton dkk. (2005) disebut dengan istilah wasteful consumption yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam berbelanja barang dan jasa yang tidak berguna atau mengkonsumsi lebih dari definisi yang masuk akal dari kebutuhan. Sementara menurut Solomon dkk. (dalam Shukla dan Sharma, 2009). Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus bertambah demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang

Agresivitas verbal pengguna media sosial pada remaja: Bagaimana peran kematangan emosi?

sebenarnya untuk menunjukkan status social, prestige, kekayaan dan keistimewaan, juga untuk mendapatkan kepuasan atas kepemilikan.

Pertumbuhan e-commerce di Indonesia semakin pesat sepanjang tahun 2017. Berdasarkan riset Google Temasek beberapa laman ecommerce jadi yang paling banyak dicari oleh warganet.² Berdasarkan riset terbaru dari Google Temasek, di tahun 2017 penjualan e-commerce akan mencapai USD 10,9 miliar. Jumlah ini meroket 41% dari angka USD 5,5 miliar yang dicapai pada tahun 2015. Saat menyikapi setiap peristiwa dalam hidup, individu dipengaruhi keyakinan terhadap segala sesuatu yang terjadi pada dirinya, baik faktor dari dalam diri (internal) ataupun faktor lain yang ada di luar dirinya (eksternal). Konsep ini dikenal dengan Locus of control. Locus of control merupakan keyakinan individu dalam memandang kesuksesan maupun kegagalan dirinya, apakah kesuksesan dan kegagalan tersebut terjadi karena faktor dari dalam diri atau dari luar dirinya.

Menurut Jung (lina dan Rosyid, 1997) bahwa orang dengan external Locus of control mempunyai keyakinan bahwa apa yang terjadi pada dirinya sebagai akibat pengaruh dari luar dirinya yang tidak dapat dikontrol olehnya dan bukan sebagai konsekuensi dari perbuatan atau usaha usahanya sendiri. Locus of control dibagi menjadi dua yaitu internal yang adalah dominan menganggap bahwa keberhasilan dan kegagalannya dalam bidang yang dihadapi adalah karena usahanya sendiri bukan 8 pengaruh dari oranglain. Orang yang dengan Locus of control internal memiliki keinginan yang kuat, perencanaan visi, dan rencana kehidupan. Sedangkan eksternalnya adalah seseorang akan lebih easy going, santai menanggapi hidupnya dan mengalir seperti apa adanya. Locus of control eksternal dimiliki oleh orang-orang yang menempatkan kontrol terhadap perilaku diluar dirinya, sehingga dia tidak memiliki kontrol untuk mengendalikan peristiwa-peristiwa yang terjadi. Munandar (2004), Locus of control eksternal dibagi menjadi dua powerfull other dan chance.

Individu yang mempunyai Locus of control eksternal cenderung untuk mengambil informasi yang baik yang berguna maupun yang tidak berguna dan mempunyai resiko yang besar dan kecil dengan mengharapkan kepastian dan kesempatan. Individu dengan dewasa awal dengan Locus of control internal cenderung mengendalikan kemampuannya sendiri dalam menghadapi segala bentuk bujukan untuk membeli dan memakai produk-produk yang berkaitan dengan Gaya hidup di zaman sekarang. Sehingga mereka akan lebih mampu mengendalikan diri dan tidak mudah terpengaruh oleh segala bentuk penawaran dan bujukan yang ada tersebut.

Sachari (1984) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah sebuah kecenderungan perilaku materialistis, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau berbelanja secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis

Agresivitas verbal pengguna media sosial pada remaja: Bagaimana peran kematangan emosi?

menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan dari pada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor eksternal di antaranya faktor kebudayaan, faktor kelas sosial, faktor keluarga, dan faktor internal diantaranya motivasi, persepsi, sikap pendirian, usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan jenis kelamin. Iklan, konformitas, gaya hidup, dan kartu kredit juga mendukung terjadinya perilaku konsumtif.

Rotter (1966) mendefinisikan Locus of control sebagai sejauh mana seseorang mempersepsikan suatu hasil bergantung pada tindakan mereka sendiri atau tindakan kekuatan eksternal, yang ada di sepanjang kontinum dari orientasi yang lebih terinternalisasi ke orientasi yang lebih tereksternalisasi. Locus of control berfokus pada kemampuan untuk mengatasi ketidakpastian. Individu yang memiliki toleransi kurang menolak perubahan, orang-orang dengan toleransi tinggi dapat beradaptasi dengan perubahan dengan lebih mudah kelompok ini tergolong LOC internal. Jika seorang individu dapat membuat kontrol diri dan memiliki Keyakinan bahwa ia adalah dominan dari takdirnya, ia dapat memberi reaksi positif terhadap perubahan itu. Individu ini tergolong kelompok eksternal (Mali, 2013). Dari berbagai pengertian mengenai Locus of control dapat disimpulkan bahwa Locus of control adalah suatu upaya seorang individu untuk menyesuaikan diri pada situasi atau peristiwa yang ada dilingkungan sekitarnya, mulai dari pengaruh eksternal ataupun internal.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Subyek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Psikologi angkatan 2016 dan 2017 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, berdasarkan populasi yang sudah ditetapkan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling, dengan menggunakan cara sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai narasumber. Kriteria dari subyek yaitu mahasiswa fakultas psikologi Untag Surabaya angkatan 2018-2019, aktif menggunakan aplikasi e-commerce, aktif berbelanja di aplikasi 1 minggu 3-4 kali.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Alat ukur perilaku konsumtif ada 3 indikator yang dimodifikasi dari skala perilaku konsumtif yang di konstruksi oleh Iina dan Rasyid (1997) diantaranya *impulsive buying*, *nonrational buying*, *wasteful buying*. Skala ini terdiri dari 30 item untuk masing-masing indikator.

Agresivitas verbal pengguna media sosial pada remaja: Bagaimana peran kematangan emosi?

Alat ukur Locus of control yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah alat ukur milik Levenson (1981) bernama IPC Scale yang merupakan modifikasi dari alat ukur yang dimiliki Rotter (1966). Alat ukur ini terdiri dari 24 item yang terdiri dari tiga dimensi Locus of control, yaitu *internal*, *powerful others*, dan *chance*.

Hasil

Hasil analisis data pertama yaitu Uji Asumsi untuk kedua Variabel. Menurut Ghazali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi di atas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan di bawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal. Uji normalitas menggunakan teknik One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan SPSS versi 20.0 for windows. Hasil uji normalitas data perilaku konsumtif diperoleh nilai Kolmogorov Smirnov $p = 0,00$ ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa sebaran data skala perilaku konsumtif dan Locus of control dinyatakan berdistribusi tidak normal. Uji linearitas adalah pengujian garis regresi antara variabel bebas dan variabel tergantung dengan tujuan untuk mengetahui apakah garis regresi kedua variabel berbentuk linear atau tidak.

Hasil uji linearitas hubungan antara variabel Locus of control (X) dengan perilaku konsumtif (Y) diperoleh nilai $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Oleh karena $p < 0,05$ maka hubungan antara Locus of control (X) dengan perilaku konsumtif (Y) adalah tidak linear. Uji homogenitas bertujuan untuk melihat apakah sampel-sampel dalam penelitian berasal dari populasi yang memiliki varians sama (Singgih 2021). Pengambilan keputusan didasarkan jika $p > 0,05$, maka dinyatakan data berasal dari populasi yang sama dan jika $p < 0,05$ maka populasi dinyatakan memiliki varians yang tidak sama.

Uji homogenitas dilakukan pada variabel perilaku konsumtif diri melalui komputer program SPSS versi 20,0 for windows. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah varians tersebut adalah sama. Berdasarkan data yang diperoleh, signifikansi dari variabel perilaku konsumtif, $p = 0,001$ artinya nilai $0,001 < 0,05$ maka varians tersebut adalah tidak homogen.

Karena uji asumsi tidak memenuhi syarat maka analisis data dilakukan dengan menggunakan uji Mann-Whitney dengan statistik non parametrik dua variabel. Kaidah signifikansi untuk menguji taraf signifikansi hasil uji komparasi menggunakan uji Mann-Whitney-U adalah jika Nilai signifikansi $p < 0,05$ maka terdapat perbedaan yang signifikan, sedangkan jika signifikansi $p > 0,05$ artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua variabel.

Agresivitas verbal pengguna media sosial pada remaja: Bagaimana peran kematangan emosi?

Tabel 3 Komparasi

Mann whitney U	0,018
----------------	-------

Hasil Penelitian Teknik komparasi yang digunakan untuk mengetahui perbedaan variabel perilaku konsumtif ditinjau dari Locus of control pada dewasa awal ditinjau dari Locus of control internal dan eksternal adalah teknik komparasi Mann Whitney-U, karena saat melakukan uji prasyarat untuk skala perilaku konsumtif dan Locus of control keduanya terdistribusi tidak normal tetapi linier didapatkan hasil koefisien komparasi Mann Whitney-U = 1031,5 dengan $p=0,018$ ($p < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara perilaku konsumtif ditinjau dari Locus of control internal dan eksternal pada dewasa awal. Mean Locus of control internal lebih besar dari mean Locus of control eksternal pada perilaku konsumtif, kemudian hasil dari Loc Internal sebesar 46,46 dan Loc Internal 60,54.

Tabel 4 Hasil Uji Komparasi Mann Whitney-U

Jenis LOC	jumlah	Mean
Loc eksternal	53	46,46
Loc internal	53	60,54

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa individu yang memiliki Locus of control Internal lebih konsumtif dibandingkan dengan individu yang memiliki Locus of control Eksternal.

Pembahasan

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa individu yang memiliki Locus of control Internal lebih konsumtif dibandingkan dengan individu yang memiliki Locus of control Eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan antara kecenderungan perilaku konsumtif ditinjau pada Locus of control dewasa awal pada mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Berdasarkan data pada responden dapat diketahui bahwa pengaruh Locus of control sangat berpengaruh terhadap adanya perilaku konsumtif pada dewasa awal.

Menurut penelitian terdahulu beberapa penelitian, bahwasanya ada perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari Locus of control eksternal dan internal. Namun pada hasil penelitian ini hipotesis menjelaskan bahwa 42 perilaku konsumtif ditinjau dari Locus of control eksternal dan internal, diterima dan terdapat perbedaan, hal tersebut

Agresivitas verbal pengguna media sosial pada remaja: Bagaimana peran kematangan emosi?

berpengaruh karena adanya perkembangan teknologi yang memberikan dampak pada perubahan gaya hidup. Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat dipakai untuk membahas hasil penelitian ini, yaitu aspek internal lebih tinggi tingkat impulse buyingnya dibanding aspek eksternal. Ini, lebih lanjut berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa individu dengan Locus of control internal memiliki impulsive buying yang tinggi, sebaliknya individu dengan Locus of control eksternal memiliki impulsive buying yang lebih rendah. Sebagaimana yang dikatakan oleh Pinto (dalam Wiwin dan Ali) bahwa individu dengan Locus of control internal cenderung lebih percaya diri, lebih yakin serta memiliki inisiatif dan berusaha mengendalikan impulsifitas yang tinggi.

Glock (Ioudon & Bitta, 1984) menjelaskan bahwa pada umumnya pola perilaku konsumtif yang berlebihan sangat ditentukan oleh sikap mudah terpengaruh oleh suatu kelompok tertentu, dapat dikatakan kecenderungan untuk berperilaku konsumtif pada seorang individu dipengaruhi oleh karakteristik khas yang ada pada diri individu tersebut karena ada ketergantungan yang kuat seorang individu pada kelompok tertentu atau kelompok sebaya.

Menurut Busseri, Kerton, dan Iefcourt (1997) consumer Locus of control (LOC) merupakan bagaimana konsumen menganggap diri mereka sebagai agen yang bertanggung jawab dari hasil yang memuaskan atau tidak memuaskan pada perilaku pembelian mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa kontrol diri yang tinggi pada mahasiswa paling besar didukung oleh kemampuan mereka dalam memiliki rencana dan anggaran (budget) belanja yang jelas. Mahasiswa mampu membuat batasan- batasan yang jelas mengenai barang-barang apa saja yang akan dibeli, serta batasan mengenai anggaran (budget) yang dapat mereka gunakan untuk berbelanja. Kemudian, diikuti oleh kemampuan mahasiswa dalam memantau perilaku belanja dan pengeluaran mereka saat berbelanja. Dan yang terakhir adalah kemampuan mahasiswa dalam mengatur pikiran, dorongan, dan perilakunya terkait dengan berbelanja produk fashion agar terhindar dari pembelian produk secara tidak terencana dan tidak sesuai dengan kebutuhan serta terhindar dari pengeluaran yang dilakukan secara berlebihan (boros).

Pada penelitian ini mahasiswa yang memiliki Locus of control (LOC) internal cenderung rajin dalam menabung untuk investasi masa depan, cenderung bekerja keras demi memperbaiki kehidupannya di masa yang akan datang, serta menghemat pengeluarannya, karena mahasiswa yang memiliki Locus of control (LOC) Internal meyakini bahwa apa yang dia usahakan dan lakukan akan menentukan dan mempengaruhi masa depan mereka. Pendapat tersebut juga sesuai dengan Achadiyah (2013) yang menjelaskan bahwa Locus of control (LOC) merupakan suatu istilah dalam psikologi yang menunjukan kepercayaan seseorang mengenai penyebab hal-hal baik atau buruk dalam kehidupannya, baik dalam hal-hal umum maupun hal-hal khusus.

Perilaku berbelanja tidak hanya dibentuk oleh pengendalian diri, melainkan juga dibentuk oleh variabel-variabel eksternal dan internal atau lebih dikenal dengan sebutan

Agresivitas verbal pengguna media sosial pada remaja: Bagaimana peran kematangan emosi?

Locus of control. Dalam kehidupan sehari-hari, setiap perilaku yang kita tampilkan tidak terlepas dari peran Locus of control. Orientasi Locus of control yang dimiliki oleh masing-masing individu akan mengarahkan tingkah laku yang mereka tampilkan di lingkungannya. Locus of control merupakan aspek kepribadian yang kontinum (Iefcourt, 1982) sehingga setiap individu memiliki Locus of control internal maupun eksternal, akan tetapi kedua Locus of control ini akan muncul salah satu dari Locus of control yang paling kuat. Menurut Rotter Locus of control membahas mengenai lokasi kendali dalam kepribadian seseorang dalam hubungannya dengan lingkungan dan lebih banyak menjelaskan mengenai bagaimana tingkah laku dikendalikan dan diarahkan melalui fungsi kognitif (Widawati, 2011).

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara kematangan emosi dengan perilaku agresivitas verbal pengguna media sosial pada remaja. Dari hasil penelitian dan analisis di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi atau hubungan negatif antara kematangan emosi dengan perilaku agresivitas verbal pengguna media sosial pada remaja. Adanya hubungan negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi kematangan emosi maka akan semakin rendah perilaku agresivitas. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah kematangan emosi maka akan semakin tinggi perilaku agresivitasnya.

Agresivitas verbal pengguna media sosial pada remaja: Bagaimana peran kematangan emosi?

Referensi

- Annur, C. M. (2020, Februari). Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia? Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>
- Cahyanti, T. D. (2018, Juli). Seberapa persen pengguna internet di Indonesia? Retrieved <https://www.kompasmania.com/thiadwicahyanti9266/5b4f9f1f5a676f786b6e5453/se-berapa-persen-penggunaan-internet-di-indonesia?page=all>
- Diananto, W. (2020, Juli). Di-bullyrWarganet,rRahmawatirKekeyi:rSakitnyarDihinarIturTak Mudah Dilupakan. Retrieved from <https://www.liputan6.com/showbiz/read/4298269/dibully-warganet-rahmawati-kekeyi-sakitnya-dihina-itu-tak-mudah-dilupakan>.
- Fitri, N . F., & Adelya, B. (2017). Kematangan emosi remaja dalam pengentasan masalah. *Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 2(2), 30-39. <https://jurnal.iicet.org/index.php/jpgi/article/view/225>
- Guswani. (2011). Perilaku Agresi pada Mahasiswa di tinjau dari Kematangan Emosi. Vol 1 No 2.
- Hapsari, Y. D. D.(2017). Hubungan antara tekanan teman sebaya dengan agresi verbal remaja putra di sekolah berasrama. 1-50.
- Hurlock, E. B. (1980). *Suatu Pendekatan Psikologi Perkembangan*. Gramedia.
- Komarudin. (2016). Membentuk kematangan emosi dan kekuatan berpikir positif pada remaja melalui pendidikan jasmani. *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 12(2), 67-75
- Matulessy, Asmoro &Meiyuntariningsih. (2018). “Kematangan Emosi, Kontrol Diri, dan Perilaku Agresif Pada Anggota Korps Brigade Mobil Dalam Menangani Huru Hara. Fakultas psikologi universitas 17 agustus 1945.
- Purbohatuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Promosi. *Jurnal Ekonomika* Vol. 12 No.2.
- Retnoningsih, A. (2019). Hubungan antara Kematangan Emosi dan Agresivitas Verbal dengan Kecenderungan Cyberbullying pada Pengguna Media Sosial Instagram.
- Santrock, J. W. (2007). *Life Span Development* Jilid 2 Edisi 5. Jakarta
- Soetjiningsih, D. N. (2020). Hubungan antara Kematangan Emosi dengan Perilaku Agresif pada Siswa SMK. *Jurnal Psikologi Konseling* Vol. 17 No. 2.
- Syarif, F. (2017). Hubungan Kematangan Emosi Dengan Asrama Komplek Asrama Ayu Sempaja. 5(2), 267-280.
- Walgito. (2011). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi.