

HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN KECENDERUNGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA DEWASA AWAL PENGGUNA TIKTOK SHOP

Yeni Mulyani
Yanies Novira Soedarmadi

Program Studi Psikologi
Fakultas Bisnis & Humaniora
Universitas Teknologi Yogyakarta
Email: yenimulyani93.ym@gmail.com

ABSTRAK

Masa dewasa awal merupakan masa peralihan yang dituntut untuk menyesuaikan diri dengan kehidupan baru dan harapan-harapan sosial yang baru. Agar dapat diterima oleh masyarakat individu senantiasa untuk berperilaku dan berpenampilan mengikuti trend yang sedang beredar yang mana mengharuskan individu untuk mencari dan membeli produk tersebut. Salah satu aplikasi yang sedang menarik perhatian masyarakat adalah TikTok Shop. Keunggulan yang diberikan oleh fitur TikTok Shop memberikan cara baru pada konsumen dalam membeli barang, sehingga dapat lebih mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi dan cenderung berperilaku konsumtif. Dalam hal ini diperlukan adanya kontrol diri agar mencegah kecenderungan perilaku konsumtif melalui TikTok Shop. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana hubungan kontrol diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada dewasa awal pengguna TikTok Shop. Penelitian ini dilakukan pada dewasa awal pengguna TikTok Shop di Yogyakarta dengan jumlah partisipan sebanyak 137 responden. Partisipan diperoleh dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis Korelasi Product Moment. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran skala perilaku konsumtif yang disusun berdasarkan teori Lina & Rasyid (1997) dan skala kontrol diri yang disusun berdasarkan teori Averill (1997). Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dengan nilai koefisien korelasi -0,756 dengan taraf signifikansi 0,000 (< 0.005) sign. 0,000.

Kata kunci: Dewasa Awal, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif, TikTok Shop

THE RELATIONSHIP OF SELF-CONTROL WITH THE TENDENCY OF CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN EARLY ADULT TIKTOKSHOP USERS

Yeni Mulyani
Yanies Novira Soedarmadi

Department of Psychology
Faculty of Business & Humanities
University of Technology Yogyakarta
Email: yenimulyani93.ym@gmail.com

ABSTRACT

Early adulthood is a transitional period that is required to adapt to a new life and new social expectations. In order to be accepted by society, individuals must always behave and appear according to current trends which require individuals to look for and buy these products. One application that is currently attracting public attention is TikTok Shop. The advantage provided by TikTok Shop is that it provides a new way for consumers to buy goods, so that it makes it easier for consumers to carry out transactions and tends to behave consumptively. In this case, self-control is needed to prevent the tendency to consume consumer behavior through the TikTok Shop. This research aims to see the relationship between self-control and consumer behavior tendencies in early adult TikTok Shop users. This research was conducted on early adult TikTok Shop users in Yogyakarta with a total of 137 respondents. Participants were obtained using Purposive Sampling techniques. This research uses quantitative methods with Product Moment Correlation analysis. The data collection technique was carried out by distributing a consumer behavior scale based on the theory of Lina & Rasyid (1997) and a self-control scale based on the theory of Averill (1997). The results of this research show that there is a relationship between self-control and consumer behavior with a correlation coefficient value of -0.756 with a significance level of 0.000 (< 0.005) sign. 0,000.

Keywords: *Early Adulthood, Self-Control, Consumptive Behavior, TikTok Shop*