



## **HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN KONTROL DIRI DALAM PERILAKU BERBELANJA MAHASISWA**

### **INTISARI**

Setiap individu memiliki keinginan untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhannya termasuk mahasiswa. Pemenuhan kebutuhan tersebut salah satunya dilakukan dengan cara berbelanja. Terdapat berbagai macam perilaku individu dalam berbelanja termasuk perilaku berbelanja untuk kesenangan dan mengarah pada pembelian impulsif, dengan demikian perlu adanya kontrol diri dalam perilaku berbelanja. Kontrol diri dalam perilaku berbelanja merupakan kemampuan untuk menekan atau merintangi perilaku berbelanja yang impulsif. Kontrol diri berbelanja ditandai melalui kontrol perilaku, kontrol kognitif, kontrol keputusan, serta penguatan terhadap diri sendiri. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi kontrol diri dalam berbelanja dan salah satunya adalah *self-esteem*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara *self-esteem* dengan kontrol diri dalam perilaku berbelanja. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 99 mahasiswa yang terdiri dari 24 mahasiswa laki-laki dan 75 mahasiswa perempuan. Data dikumpulkan dengan menggunakan Skala Kontrol Diri dalam Perilaku Berbelanja dan Skala *Self-Esteem*. Analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson. Hasil penelitian ( $r_{xy} = 0,071$ ;  $p < 0,01$ ) menunjukkan bahwa hipotesis diterima sehingga membuktikan ada hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* dengan kontrol diri dalam perilaku berbelanja. Sumbangan efektif dari *self-esteem* terhadap kontrol diri dalam perilaku berbelanja pada mahasiswa sebesar 7,1%.

**Kata Kunci:** kontrol diri dalam perilaku berbelanja, mahasiswa, *self-esteem*



## **RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND SELF-CONTROL IN BUYING BEHAVIOR IN COLLEGE STUDENT**

### **ABSTRACT**

Every individual, including undergraduate student, have desire to fulfill his daily needs by doing routine buying behavior. There are various types of buying behavior, including impulsive buying behavior, which is the result of individual's failure to resist the temptation of purchasing products beyond their basic needs. In order to manage this habit, someone has to own self-control. One of the factors influencing self-control is self esteem. This study aimed to examine the correlation between self-esteem and self-control in buying behavior in. The hypothesis stated that there was a positive relationship between self-esteem and self-control in buying behavior. Participants in this study consist of 24 males and 75 females. Data were collected using Self-Control in Buying Behavior Scale and Self-Esteem Scale. Data were analyzed using Pearson's Product Moment correlations. The results ( $r_{xy} = 0,267$ ;  $p < 0,01$ ) showed that hypothesis accepted with positive significant relationship. The effective contributions from self-esteem to self-control buying is about 7,1%.

**Keywords:** college students, self-control in buying behavior, self-esteem