

HUBUNGAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU *COMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA RANTAU DI UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Puan Maharani¹, Siti Nabila Safitri², Amanda Nofriandini³, Jihan Fadila Naswa⁴, Khaila Chantika Sari⁵, Nurhayati⁶, Fauziah Rizqi Ramadhani⁷, Mya Indrawati⁸, Silvi Juwita⁹

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 Prodi Psikologi, Universitas Negeri Padang

myaindrawati33@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the relationship between self-control and compulsive shopping behavior in overseas students at Padang State University. Overseas students often face social and emotional adaptation challenges that can trigger uncontrolled consumptive behavior. The method used in this study was a quantitative approach with a correlational design, involving 125 overseas students selected through purposive sampling. Data were collected using self-control and compulsive buying measurement scales adopted from previous literature. The results of the analysis show that there is a significant relationship between self-control and compulsive shopping behavior, with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). This study shows that there is a significant relationship between the two variables. This study highlights the importance of developing self-control as a strategy to reduce maladaptive consumptive behavior among overseas students.

Keyword: *Self-Control, Compulsive Buying, Overseas Student*

Abstrak

Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kontrol diri dan perilaku belanja kompulsif pada mahasiswa rantau di Universitas Negeri Padang. Mahasiswa rantau sering menghadapi tantangan adaptasi sosial dan emosional yang dapat memicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, melibatkan 125 mahasiswa rantau yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan skala pengukuran *self-control* dan *compulsive buying* yang diadopsi dari literatur sebelumnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kontrol diri dan perilaku belanja kompulsif, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 ($p < 0,05$). Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat signifikan. Penelitian ini menyoroti pentingnya pengembangan kontrol diri sebagai strategi untuk mengurangi perilaku konsumtif yang maladaptif di kalangan mahasiswa rantau.

Kata kunci: *Self-Control, Compulsive Buying, Mahasiswa Rantau*

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No 77

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musyari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed

under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Mahasiswa rantau merupakan individu yang sedang menempuh pendidikan tinggi di luar daerah asalnya, sehingga harus beradaptasi dengan lingkungan baru yang jauh dari keluarga dan kampung halaman (Marliana & Amini, 2024). Banyak mahasiswa memilih merantau demi

kualitas pendidikan yang lebih baik, namun tentunya membawa sejumlah tantangan. Di mana, mahasiswa rantau harus menghadapi adaptasi budaya dan sosial yang berat. Mereka seringkali merasa cemas dan terisolasi karena harus menyesuaikan diri dengan lingkungan baru, seperti perbedaan bahasa, budaya, dan norma sosial, yang dapat menimbulkan stres psikologis (Ajisuksmo, 2024). Selain itu, hidup mandiri di kota lain menuntut perubahan gaya hidup, termasuk manajemen waktu dan pengelolaan keuangan pribadi yang baru (Annafila & Zuhroh, 2022). Sari (2024) mengungkapkan bahwa kebutuhan biaya kos, makan, dan kebutuhan sehari-hari seringkali menjadi beban tersendiri, sehingga kekurangan uang saku dapat menambah tingkat stres mahasiswa rantau.

Dengan jauh dari dukungan keluarga, mahasiswa rantau berisiko mengalami *homesickness*, kecemasan, bahkan penurunan kesejahteraan psikologis yang berdampak pada konsentrasi dan prestasi akademis. Perilaku belanja kompulsif (*compulsive buying*) merupakan salah satu bentuk perilaku konsumtif yang ditandai dengan dorongan kuat dan tidak terkendali untuk membeli barang, meskipun individu sadar akan dampak negatifnya (Edwards, 1993). Selain itu, perilaku belanja kompulsif (*compulsive buying*) didefinisikan sebagai kebiasaan berbelanja yang tidak terkendali, di mana individu terdorong membeli barang yang sering kali tidak diperlukan, sehingga berpotensi menimbulkan kesulitan finansial seperti utang menumpuk (Rahmat & Suryanto, 2020). Fenomena ini sering disebut sebagai kecanduan berbelanja, di mana kepuasan sementara setelah membeli tidak berlangsung lama dan diikuti perasaan bersalah atau malu (Rahmat & Suryanto, 2020). Pada generasi muda dan mahasiswa, aspek digital semakin memperparah kondisi tersebut. Era e-commerce memberikan kemudahan berbelanja lewat aplikasi seperti Shopee atau TikTok Shop, yang menawarkan diskon dan iklan menarik. Penelitian oleh Jameel et al. (2023) menemukan bahwa paparan terhadap iklan di media sosial dan televisi berkorelasi positif dengan perilaku belanja kompulsif pada mahasiswa. Nurhasanah (2023) melaporkan mahasiswa yang aktif berbelanja di Shopee merasa terbantu oleh kemudahan dan promo menarik, tetapi cenderung menjadi boros dan kesulitan mengatur keuangan karena sering tergiur penawaran. Adapun, data global mengindikasikan prevalensi perilaku ini cukup tinggi pada usia muda. Dixit et al. (2024) menyebutkan bahwa sekitar 8,3% mahasiswa menghadapi *compulsive buying*, dan tren tersebut naik sekitar 4,9% dalam beberapa tahun terakhir.

Di Indonesia sendiri, dilansir dari artikel Sumatera Ekspres (2025), transformasi digital pasca-pandemi telah meningkatkan ketergantungan masyarakat pada belanja *online*. Bahkan 1 dari 4 konsumen Indonesia berbelanja *online* lebih dari sekali dalam seminggu, sebagian besar generasi muda, yang menandakan potensi perilaku konsumsi tinggi. Begitupun, hasil pra-survei yang kami temui terhadap tiga mahasiswa, menunjukkan bahwa mereka cenderung sulit mengendalikan dorongan berbelanja, terutama saat menghadapi kondisi emosional yang tidak stabil. Promo dan diskon yang menggoda semakin memperkuat keinginan untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Perilaku ini tidak hanya memicu rasa senang sesaat, tetapi juga sering kali diikuti oleh penyesalan dan tekanan finansial. Hal tersebut menunjukkan bahwa kontrol diri memegang peranan penting dalam mengatur perilaku konsumsi. Kontrol diri (*self-control*) merupakan kemampuan individu dalam mengatur dan menahan dorongan agar sesuai dengan tujuan jangka panjang (Goldfried & Merbaum, dalam Ghufroon, 2016). Ghufroon (2016) menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki korelasi negatif terhadap perilaku *compulsive buying*. University of Jyväskylä menemukan bahwa belanja impulsif kerap muncul akibat kontrol diri yang lemah, terutama saat konsumen terpapar iklan tertarget di media sosial. Dengan kata lain, mereka yang sulit menahan diri lebih rentan membuat keputusan pembelian cepat tanpa pertimbangan matang.

Spinella et al. (2014) (dalam Rahmad & Suryanto, 2020) melaporkan bahwa *compulsive buyer* cenderung memiliki kontrol impuls buruk dan perencanaan keuangan yang lemah. Bahkan, Anggraini & Hudaniah (2023) menunjukkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara *self-control* dan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa rantau, di mana semakin tinggi tingkat kontrol diri mahasiswa rantau, semakin rendah perilaku konsumtif mereka. Selain itu, faktor psikologis seperti stres emosional, kecemasan, dan lemahnya kontrol diri telah diidentifikasi sebagai pemicu utama perilaku ini (Dixit et al., 2024; Ghani, 2024). Mahasiswa dengan tingkat kontrol diri yang rendah cenderung sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan, terlebih dalam konteks digital yang menawarkan akses belanja yang cepat dan mudah (Jonathan, 2024).

Begitupun, penelitian oleh Ardiansyah & Budiani (2021); Annafila & Zuhroh (2022) menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat kontrol diri seseorang, semakin tinggi kecenderungan mereka melakukan pembelian kompulsif, terutama dalam konteks *online shopping*. Adapun, bagi mahasiswa rantau, tekanan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial baru juga dapat menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif. Demi mendapatkan penerimaan dari lingkungan sosialnya, mahasiswa mungkin terdorong untuk mengikuti tren atau memiliki barang-barang tertentu, yang sering kali tidak dibutuhkan secara fungsional (Jonathan, 2024). Ketika kontrol diri tidak mampu menahan dorongan tersebut, perilaku belanja yang seharusnya didasarkan pada kebutuhan berubah menjadi pelampiasan emosi. Dixit et al. (2024) pun juga melaporkan prevalensi *compulsive buying* di kalangan mahasiswa sekitar 8-9%. Di era internet yang semakin banyak dielukan, tren ini cenderung meningkat, dengan kenaikan prevalensi sekitar 4,9% dalam beberapa tahun terakhir. Meskipun telah terdapat penelitian yang membuktikan terkait hubungan *compulsive buying* dengan kontrol diri, namun mayoritas literatur saat ini belum fokus pada mahasiswa rantau secara khusus. Di mana, sebagian besar penelitian terkait perilaku konsumtif dan belanja kompulsif selama ini menggunakan sampel mahasiswa umum atau populasi mudah secara luas, bahkan di Indonesia sekalipun (Dixit et al., 2024). Masih begitu terbatas kajian yang mengaitkan kontrol diri dengan perilaku belanja kompulsif khusus pada mahasiswa rantau Indonesia. Demikian pula, literatur yang mengamati hubungan kontrol diri terhadap *compulsive buying* mahasiswa rantau masih minim. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih mendalam dalam konteks mahasiswa rantau di Universitas Negeri Padang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tingkat kontrol diri dengan perilaku *compulsive buying* pada mahasiswa rantau di Universitas Negeri Padang.

2. Tinjauan Pustaka

a. Kontrol Diri

Kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengelola impuls, emosi, dan perilaku agar selaras dengan tujuan jangka panjang serta norma sosial (Ghufron & Risnawati, 2012). Menurut Averill (1973), kontrol diri mencakup tiga aspek utama: *behavioral control* (kemampuan menyesuaikan tindakan), *cognitive control* (pengolahan informasi secara kritis), dan *decisional control* (kebebasan memilih berdasarkan nilai diri). Kemampuan ini memungkinkan individu menunda kepuasan sesaat, seperti dorongan belanja impulsif, demi keseimbangan finansial dan psikologis (Chen et al., 2022). Faktor yang memengaruhi kontrol diri meliputi usia, lingkungan keluarga, dan motivasi intrinsik (Mutiah et al., 2025; Kusmaharani & Risnawaty, 2024). Pada mahasiswa rantau, rendahnya kontrol diri sering dikaitkan dengan tekanan adaptasi dan kesepian, yang memicu perilaku maladaptif seperti *compulsive buying* (Dixit et al., 2024).

b. Compulsive Buying

Compulsive buying atau pembelian kompulsif merupakan perilaku belanja berulang yang tidak terkendali, didorong oleh emosi negatif seperti stres atau kecemasan (Faber & O'Guinn, 1989). Edwards (1993) mengidentifikasi lima aspeknya: *tendency to spend* (kecenderungan belanja), *compulsion to spend* (dorongan kuat), *joy in shopping* (kepuasan sesaat), *dysfunctional spending* (pengeluaran tidak rasional), dan *post-purchase guilt* (penyesalan pasca-beli). Perilaku ini sering dimediasi oleh faktor eksternal seperti paparan iklan digital, diskon, dan tekanan teman sebaya (Nyrhinen et al., 2024), serta faktor internal seperti rendahnya konsep diri (Dwi, 2011). Pada mahasiswa, *compulsive buying* kerap menjadi mekanisme coping untuk mengatasi stres akademik atau *homesickness* (Dittmar et al., 2024).

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional untuk menganalisis hubungan antara *self-control* (X) dan *compulsive buying* (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Rantau Universitas Negeri Padang (UNP) dengan sampel sebanyak 125 mahasiswa rantau UNP yang dipilih melalui *purposive sampling* berdasarkan kriteria frekuensi pulang, kebiasaan belanja online (>2x/minggu), dan penggunaan *platform e-commerce* (Shopee, Tokopedia, Lazada, dan TiktokShop). Instrumen dalam penelitian ini terdiri dari dua skala pengukuran yaitu Skala *compulsive buying* dan *self-control* yang diadopsi dari (Dewi, I. K., 2024) menggunakan skala likert 4 point. Skala *compulsive buying* terdiri dari 25 item berdasarkan 5 dimensi Edward (1993) dan skala *self-control* mengacu pada 3 dimensi yang dikembangkan Averill (1973) dengan 18 item. Analisis data dilakukan dengan SPSS melalui uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov) dan linearitas sebelum pengujian hipotesis. Jika kedua uji asumsi terpenuhi, dilakukan uji hipotesis menggunakan korelasi pearson. Namun jika tidak, dipilih Spearman's rho. Hasil penelitian juga mengategorikan tingkat *self-control* dan *impulsive buying* responden ke dalam tiga kelompok (rendah, sedang, tinggi) berdasarkan mean hipotetik dan standar deviasi. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman komprehensif tentang hubungan variabel sekaligus profil perilaku mahasiswa rantau terkait kontrol diri dan kecenderungan belanja kompulsif

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

a. Gambaran *Self-Control*

Analisis data deskriptif tingkat *self-control* dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kategori subjek dalam *Self-Control* yaitu rendah, sedang, tinggi. Berikut tabel kategori data hipotetik skala *Self-Control*:

Tabel 1. Kategorisasi hipotetik skala *Self-Control*

KLASIFIKASI	Kategori
Rendah	$X \leq 36$
Sedang	$36 < X \leq 54$
Tinggi	$X \geq 54$

Kemudian setelah mengetahui kategorisasi rendah, sedang dan tinggi tiap subjek dengan melihat frekuensi. Berdasarkan data diatas maka diperoleh data hasil analisis tingkat *Self-Control* sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Tingkat *Self-Control*

Karakteristik	Frekuensi
Rendah	-
Sedang	106
Tinggi	19

Berdasarkan hasil data diatas dapat diketahui bahwa tingkat *Self-Control* mahasiswa rantau Universitas Negeri Padang berada pada tingkat sedang sebanyak 106 mahasiswa dan tinggi sebanyak 19 mahasiswa.

b. Gambaran Variabel *Compulsive Buying*

Tabel 4. Kategorisasi hipotetik skala *Compulsive Buying*

KLASIFIKASI	Kategori
RENDAH	$X \leq 56.25$
SEDANG	$56.25 < X \leq 68.75$
TINGGI	$X \geq 68.75$

Kemudian setelah mengetahui kategorisasi rendah, sedang dan tinggi tiap subjek dengan melihat frekuensi. Berdasarkan data diatas maka diperoleh data hasil analisis tingkat *Compulsive Buying* sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Analisis Tingkat *Compulsive Buying*

Karakteristik	Frekuensi
RENDAH	13
SEDANG	73
TINGGI	39

Berdasarkan hasil data diatas, dapat diketahui bahwa tingkat *Compulsive Buying* mahasiswa rantau Universitas Negeri Padang berada pada tingkat tinggi dengan jumlah 39 mahasiswa, tingkat sedang dengan jumlah 73 orang dan tingkat rendah dengan jumlah 13 orang.

c. Uji Asumsi

Uji Normalitas

Tabel 7. Uji Normalitas Self - Control dan *Compulsive Buying*

	Unstandardized Residual	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.146	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov Test pada SPSS 25 for windows menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,146 ($> 0,05$), yang mengindikasikan bahwa residual data berdistribusi normal sehingga hipotesis normalitas dapat diterima.

Uji Linearitas

Tabel 8. Uji Linearitas Self - Control dan *Compulsive Buying*

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

compulsiveby selfcontrol *	Between Group	(Combined)	2796.890	37	75.592	4.480	.000
	Linearity		1310.433	1	1310.433	77.660	.000
	Deviation from Linearity		1486.457	36	41.290	2.447	.000
Within Group			1468.038	87	16.874		
Total			4264.928	124			

Pada tabel 8. memaparkan hasil uji linearitas yang menunjukkan nilai sig *linearity* 0,000, dan nilai sig *deviation from linearity Self - Control dan Compulsive Buying* adalah 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi ($>0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa *Self - Control* pada mahasiswa rantau tidak memiliki hubungan yang linear dengan perilaku *Compulsive Buying* pada mahasiswa rantau, Universitas Negeri Padang.

d. Analisis Hipotesis

Tabel 9. Uji korelasi Spearman's rho

			Control	Compulsive
Spearman's rho	Control	Correlation Coefficient	1.000	.419**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	125	125
Compulsive	Control	Correlation Coefficient	.419**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	125	125

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua variabel, dalam hal ini variabel *Self - Control* sebagai variabel independen dan *Compulsive Buying* sebagai variabel dependen. Meskipun hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal ($p = 0,146$), namun saat dilakukan uji linearitas data tidak linear sehingga digunakan teknik korelasi non-parametrik *Spearman's rho* dalam uji hipotesis penelitian ini. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *Self - Control* dan *Compulsive Buying* dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,419 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat signifikan secara statistik, dengan kekuatan hubungannya tergolong sedang.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri berhubungan secara signifikan dengan *compulsive buying* pada mahasiswa rantau di Universitas Negeri Padang. Di mana, individu dengan kontrol diri yang sedang cenderung memiliki tingkat *compulsive buying* yang rendah, yang mengindikasikan bahwa peningkatan kontrol diri dapat berkontribusi pada penurunan perilaku *compulsive buying*. Temuan ini sesuai dengan penelitian oleh Chen et al. (2022) yang menjelaskan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu menahan impuls dan keinginan sesaat. Ghufron & Risnawati (2012), mendefinisikan kontrol diri sebagai kecakapan individu dalam memahami kondisi diri sendiri maupun lingkungan sekitar, serta menyesuaikan reaksi atau tindakan agar tetap selaras dengan norma sosial. Begitupun, Averill (1973) juga mengemukakan bahwa kontrol diri merupakan kapasitas individu untuk mengubah perilaku, mengatur informasi yang diharapkan maupun yang tidak diharapkan, serta menentukan pilihan tindakan berdasarkan keyakinan pribadi. Ketika pengendalian diri kuat, seseorang mampu menunda kepuasan dan menahan diri dari pembelian impulsif. Sebaliknya, jika kontrol diri lemah, dorongan emosional atau rangsangan eksternal dapat menguasai sehingga individu cenderung melakukan pembelian tidak rasional (Chen et al., 2022). Selanjutnya, temuan oleh Nyrhinen et al. (2024) yang juga melaporkan bahwa konsumen muda dengan kontrol diri rendah mudah terpengaruh iklan di media sosial dan lebih 30 sering melakukan pembelian impulsif. Sama halnya, Yuwono et al. (2023) menemukan bahwa kontrol diri berkaitan secara signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif, di mana ia menekankan pentingnya pengendalian diri dalam memoderasi perilaku konsumen yang cenderung impulsif. Selain itu, Doğan (2022) menegaskan bahwa kekurangan kontrol diri berkaitan erat dengan perilaku pembelian kompulsif, di mana individu yang memiliki kekurangan dalam pengendalian diri lebih rentan terhadap perilaku tersebut. Adapun, Rachubińska et al. (2022) menunjukkan bahwa faktor psikologis, seperti rasa kesepian dan kecemasan, dapat memengaruhi pembelian kompulsif, dan individu dengan *self-control* yang rendah lebih mungkin terpengaruh oleh faktor-faktor tersebut. Selain itu, Liu et al. (2022) menemukan bahwa *self-control* berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara usia dan pembelian kompulsif, menyiratkan bahwa generasi yang lebih muda, seperti mahasiswa, mungkin mengalami tantangan identifikasi diri dan pengendalian diri yang lebih kompleks.

Selain itu, tingkat kontrol diri pada mahasiswa rantau di Universitas Negeri Padang tergolong sedang, diiringi dengan tingkat perilaku *compulsive buying* yang juga tergolong sedang. Dengan kata lain, kecenderungan belanja secara kompulsif cukup umum dan sejalan terjadi ketika kontrol diri lemah. Erzincanlı et al. (2024) mengungkapkan bahwa kecanduan belanja muncul dari kurangnya kontrol diri, di mana individu dengan kontrol diri rendah lebih rentan terhadap perilaku *compulsive buying*. Shabbir et al. (2024) melaporkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara tingkat *self-control* dan tingkat *compulsive buying* pada dewasa muda. Di mana, mahasiswa yang kesulitan menahan dorongan untuk membeli lebih cenderung terlibat dalam perilaku *compulsive buying*. Terdapat penelitian yang menyatakan bahwa stres menjadi pemicu perilaku *compulsive buying*. Salah satunya, penelitian oleh Purwaningdyah & Pratminingsih (2024) menemukan bahwa stres yang diakibatkan penggunaan media sosial dapat langsung memicu perilaku *compulsive buying*, dan efek ini menjadi semakin kuat pada individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang rendah. Relevan dengan sebagian mahasiswa rantau, karena sering terpapar tekanan media sosial, yang pada gilirannya memperlemah kemampuan kontrol diri mereka. Juga, pembelian ini biasanya tidak didorong oleh kebutuhan nyata dan sering menimbulkan perasaan menyesal atau stres setelahnya. Kurangnya kontrol diri memudahkan terbentuknya pola belanja kompulsif karena kurangnya kemampuan menahan godaan membeli yang muncul tiba-tiba. Lebih lanjut, perilaku *compulsive buying* di kalangan

mahasiswa Rantau dapat dipahami sebagai respons terhadap tekanan emosional dan tuntutan adaptasi lingkungan. Dalam konteks ini, mahasiswa yang tinggal jauh dari rumah seringkali merasakan tekanan emosional dan sosial yang lebih besar, dimana hal tersebut dapat memicu perilaku belanja yang tidak terkontrol.

Sebagaimana diketahui tingkat kontrol diri yang sedang pada mahasiswa Rantau di Universitas Negeri Padang, yang juga memiliki tingkat perilaku *compulsive buying* yang sedang, memperlihatkan bahwa dorongan untuk melakukan pembelian yang tidak dibutuhkan sangatlah kuat, dan perilaku ini tidak semata-mata dipicu oleh kebutuhan rasional, melainkan oleh tekanan emosional seperti stres, kesepian, dan kebutuhan akan validasi sosial. Menurut Dixit et al. (2024) menyebutkan bahwa mahasiswa yang mengalami tekanan psikologis seperti kesepian, stres akademik, atau *homesick* lebih rentan mengalami perilaku pembelian kompulsif sebagai mekanisme coping emosionalnya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Dittmar et al. (2024) dan Ghani (2024), menyebutkan mahasiswa yang merasakan tekanan psikologis cenderung menggunakan aktivitas berbelanja sebagai mekanisme pelarian emosional untuk meredakan stres, cemas, atau tekanan akademik. Temuan ini diperkuat oleh Purwaningdyah & Praminingsih (2024), yang menunjukkan bahwa stress akibat paparan media sosial memperkuat kecenderungan *compulsive buying*, terutama pada individu dengan kontrol diri rendah. Dengan demikian, kebiasaan belanja mahasiswa rantau juga dipengaruhi oleh kemudahan akses *e-commerce* dan promosi yang masif.

Dalam hal ini, mahasiswa rantau di Universitas Negeri Padang dapat dikatakan melihat aktivitas belanja sebagai sarana hiburan atau pelarian, bukan sekadar pemenuhan kebutuhan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah (2023) yang menyatakan bahwa mahasiswa aktif menggunakan *e-commerce* seperti Shopee tidak hanya karena efisiensi, namun juga karena sensasi menyenangkan dari promosi dan diskon yang membuat mereka merasa dihargai dan terhibur. Adapun Edwards (1993) menyatakan bahwa pada *compulsive buyers*, muncul aspek "*joy in spending*", yaitu kenikmatan sementara setelah pembelian yang segera diikuti dengan rasa bersalah. Selain itu, faktor pendukung lainnya yaitu kemudahan akses yang dimiliki oleh mahasiswa rantau pada *platform* belanja *online*, hal tersebut memudahkan mereka dalam melakukan pembelian tanpa batasan fisik. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2023) menyatakan bahwa kemudahan akses terhadap *platform e-commerce* dan media sosial berkontribusi dalam peningkatan perilaku pembelian kompulsif di kalangan mahasiswa. Dengan adanya berbagai promosi dan iklan yang menarik membuat mahasiswa dengan mudah terjebak dalam siklus pembelian yang tidak terencana. Selain itu, faktor digitalisasi dan normalisasi gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa memperparah perilaku ini. Studi oleh Mumpuni & Marissa (2023) menyatakan bahwa pengguna *e-commerce* dengan frekuensi tinggi mengalami penurunan kontrol diri secara bertahap, terutama ketika aktivitas konsumtif diasosiasikan dengan pencapaian atau kebahagiaan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa rantau cenderung mengalami ketidakseimbangan antara kemampuan mengelola dorongan dan paparan terhadap stimulus konsumtif digital, yang berdampak pada munculnya kebiasaan belanja berlebihan. Dengan demikian, perilaku *compulsive buying* yang tinggi pada mahasiswa rantau bukanlah semata-mata perilaku impulsif, tetapi berkaitan erat dengan kondisi emosional, sosial, dan digital yang mereka hadapi, serta lemahnya struktur kontrol diri.

5. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kontrol diri dan perilaku belanja kompulsif pada mahasiswa rantau di Universitas Negeri Padang. Hasil analisis menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat kontrol diri yang lebih tinggi cenderung memiliki perilaku belanja kompulsif yang lebih rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa

pengendalian diri yang baik dapat berfungsi sebagai faktor pelindung terhadap perilaku konsumtif yang tidak terkendali, terutama dalam konteks belanja online yang semakin mudah diakses. Selain itu, tekanan emosional dan sosial yang dialami oleh mahasiswa rantau, seperti stres dan kesepian, dapat memperburuk perilaku belanja kompulsif. Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan untuk memberikan dukungan psikologis dan program pengembangan keterampilan kontrol diri kepada mahasiswa. Dengan demikian, peningkatan kontrol diri diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam mengelola dorongan belanja mereka dan mengurangi risiko terjadinya masalah keuangan akibat perilaku belanja kompulsif. Penelitian ini juga menyoroti perlunya kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, khususnya dalam konteks digital yang terus berkembang.

Referensi

- Ajisuksmo, C. R. P. (2024). Stress Akulturatif Mahasiswa yang Merantau. *Buletin KPIN*, 10 (15).
- Anggraini, L. P. (2023). Hubungan self-control dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa rantau. *Cognicia*. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v11i2.28074>
- Anafila, H., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping bagi mahasiswa. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20-27.
- Ardiansyah, M. Y., & Budiani, M. S. (2021). Hubungan kontrol diri dan financial literacy dengan compulsive buying pada pengguna aplikasi belanja online. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6), 202-216.
- Ardiansyah, M. Y., & Budiani, M. S. (2021). Hubungan Kontrol Diri Dan Financial Literacy Dengan Compulsive Buying Pada Pengguna Aplikasi Belanja Online. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6), 202-216. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i6.43269>
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286-303. <https://doi.org/10.1037/h0034845>
- Chen, S., & Zhi, K. (2022). How active and passive social media use affects impulse buying in Chinese college students? The roles of emotional responses, gender, and materialism. *September*, 1-15. 35 <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1011337>
- Dewi, I. K. (2024). Pengaruh self-control dan celebrity worship terhadap compulsive buying dalam pembelian merchandise pada penggemar K-pop di Jabodetabek (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Dittmar, H., Phalswal, U., Rathee, A., & Devi, Y. S. (2024). Online compulsive buying behavior and its association with emotional distress among university students. *Industrial Psychiatry Journal*, 33(2), 253-259. <https://doi.org/10.4103/ipj.ipj>
- Dixit, P., Phalswal, U., Rathee, A., & Devi, Y. S. (2024). Online compulsive buying behavior and its association with internet addiction, self-esteem, impulsiveness, and emotional distress among nursing students. *Industrial Psychiatry Journal*, 33(2), 253-259. <https://doi.org/10.4103/ipj.ipj>
- DOĞAN, S. (2022). How conscious is a compulsive buyer? a case study. *Optimum Ekonomi Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(1), 15-36. <https://doi.org/10.17541/optimum.976890>

- Dwi, R., (2011). Pengaruh Family Structure Terhadap Materialisme dan Pembelian Kompulsif Pada Remaja. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 4(3).
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 4(313), 67- 85.
- Erzincanlı, Y., Akbulut, G., Çubukcu, B. B., & Taş, H. G. (2024). Role of self-control, financial attitude, depression, anxiety, and stress in predicting consumers online shopping addiction. *Public Health*, 03 (February 2022), 1-10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1382910>
- Ghani, S. (2024). Compulsive Buying Behaviour, Anxiety and Emotional Adjustment Among Late Adolescents During the COVID - 19 Pandemic: A Correlation and Gender Study. *International Journal of Indian Psychology*, 12(1), 160-171. <https://doi.org/10.25215/1201.016>
- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. S. (2012). Teori-Teori Psikologi. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Jameel, A., Khan, S., & Khan, A. A. (2023). *Exploring the Impact of Social Media Sites on Compulsive Shopping Behavior: The Mediating Role of Materialism*. January, 171-185
- Jonathan, (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Compulsive Buying pada Remaja Akhir Pengguna Layanan Food Delivery Service di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10 (10), 416-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.11435985>
- Kusmaharani, B. B., & Risnawaty, W. (2024). Hubungan antara Fungsi Keluarga dengan Kontrol Diri Remaja. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 8(1), 174-179. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v8i1.27889.2024>
- Lestari, R. (2023). Online Shopping and Impulsive Buying: A Study on College Students. *International Journal of Marketing Studies*, 15(1), 112-125.
- Marliana, D. P., & Amini, S. (2024). Optimism and Social Support with Resilience in Rantau Students of Muhammadiyah Surakarta University. 8(1), 53-60.
- Mumpuni, H. S. A., & Marissa, A. (2023). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Pada Wanita Dewasa Awal Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2111-2123. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1349>
- Mutiah, D., Hidayati, N., Hatami, I. S., & Bintang, R. S. (2025). Faktor-Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Kontrol Diri Remaja Millenial dari Terpaparnya Konten Pornografi di Media Sosial. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 8(1), 901-907. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i1.40284>
- Nurhasanah, E. (2023). *Analisis Penggunaan E-Commerce Shopee terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang Angkatan 2022)*. 8(1), 48-59.
- Nyrhinen, J., Sirola, A., Koskelainen, T., Munnukka, J., & Wilska, T. (2024). Computers in Human Behavior Online antecedents for young consumers' impulse buying behavior. *Computers in Human Behavior*, 153 (November 2022), 108129. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108129>
- Purwaningdyah, S. W. S., & Pratminingsih, S. A. (2024). Stressed and Shopping: Examining Social Media-Induced Stress and Online Impulsive Buying in Gen Z. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implikasinya*, 15(3), 343-359. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jbti.v15i3.24822>
- Rahmat, R., & Suryanto. (2020). Perilaku Compulsive Buying pada Mahasiswa Pengguna E-commerce dalam Membeli Barang "Branded" di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional 2020 Fakultas Psikologi UMBY*, 49-59.

Sari, I. W. M. (2024). Mengatasi Tantangan dan Stres Bagi Mahasiswa Rantau: Dukungan Keluarga dan Lingkungan sebagai Kunci Sukses. *Vokasi unair*, retrieved from Mengatasi Tantangan dan Stres Bagi Mahasiswa Rantau: Dukungan Keluarga dan Lingkungan Sebagai Kunci Sukses - Fakultas Vokasi Universitas Airlangga

Shabbir, H., Bibi, N., Tahir, L., Syed, U. E., & Khan, A. (2024). Role of Self - Control in the Relationship Between Online Shopping Addiction and Compulsive Buying Behavior Among Young Adults. *Qlantic: Journal of Social Science and Humanities*, 5(4), 147-157. [https://doi.org/10.55737/qjssh.v-iv\(CP\).2415039](https://doi.org/10.55737/qjssh.v-iv(CP).2415039)

Sumatera Ekspres. (2025). Fenomena Belanja Online: Antara Kemudahan dan Ancaman Kecanduan Finansial. 2025, Mei 11, retrieved from Fenomena Belanja Online: Antara Kemudahan dan Ancaman Kecanduan Finansial

University of Jyvaskyla, U. of. (2024). *Weak self-control, social media and targeted advertising increase impulse buying*, says study. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108129>