

## ABSTRAK

### **HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM MEMBELI PRODUK BERMERK PADA MAHASISWA DI JURUSAN AKUNTANSI UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk bermerek pada mahasiswa jurusan akuntansi 2022 universitas negeri Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat ukur skala, bentuk skala yang digunakan untuk mengukur skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif *probability sampling* dengan sampel berjumlah 147 orang. Uji validitas penelitian ini menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* dan uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Dengan hasil uji coba koefisien validitas kontrol diri berkisar antara 0,402 sampai dengan 0,896 dan koefisien reliabilitasnya sebesar 0,951. Sedangkan, hasil koefisien validitas perilaku konsumtif berkisar antara 0,305 sampai dengan 0,748 dan koefisien reliabilitasnya sebesar 0,936. Berdasarkan analisis data, nilai korelasi -0,608 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena nilai  $(p) \text{ sig} = 0,000 < 0,01$  maka hasil hipotesis diterima. Kontribusi efektif dari variabel kontrol diri pada perilaku konsumtif adalah sebesar 36,9%. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Negeri Padang yang artinya jika kontrol diri tinggi maka perilaku konsumtif rendah, begitu juga sebaliknya jika kontrol diri rendah maka perilaku konsumtif tinggi.

**Kata Kunci: Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif, Produk bermerek**

## ***ABSTRACT***

### ***THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONTROL AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN BUYING BRANDED PRODUCTS FOR STUDENTS IN THE ACCOUNTING DEPARTMENT PADANG STATE UNIVERSITY***

This study aims to determine the relationship between self-control and consumer behavior in purchasing branded products among 2022 accounting students at Padang State University. This study uses a quantitative approach with a scale measuring instrument. The scale used measures self-control and consumer behavior using probability sampling with a sample of 147 people. The validity test of this study used Corrected Item-Total Correlation, while the reliability test used the Alpha Cronbach technique. The results of the self-control validity coefficient test ranged from 0.402 to 0.896, with a reliability coefficient of 0.951. Meanwhile, the results of the consumer behavior validity coefficient ranged from 0.305 to 0.748, with a reliability coefficient of 0.936. Based on data analysis, the correlation value is -0.608 with a significance level of 0.000. Since the value (p)  $\text{sig} = 0.000 < 0.01$ , the hypothesis results are accepted. The effective contribution of the self-control variable to consumer behavior is 36.9%. These results show that there is a negative and significant relationship between self-control and consumer behavior among accounting students at Padang State University, indicating that high self-control is associated with low consumer behavior, and vice versa.

***Keywords: Self-Control, Consumptive Behavior, Branded products***