

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belanja merupakan hal yang sudah biasa dilakukan oleh setiap individu di era modern ini untuk memenuhi kebutuhan hidup. Belanja dapat dilakukan oleh kalangan masyarakat seperti pelajar/mahasiswa, ibu rumah tangga, khususnya para pekerja atau karyawan. Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan kepada beberapa karyawan di tempat penulis bekerja, penulis melihat bahwa karyawan sering kali menghabiskan uangnya untuk membeli barang yang sedang trend di masyarakat. Alasan yang membuat gemar berbelanja adalah karena mereka menikmatinya, lebih praktis, karena diskon, memperbaiki suasana hati, pamer, mengikuti perkembangan trend, agar dapat diterima lingkungannya, dan untuk mencapai suatu perubahan (Zikra & Yusra, 2016).

Di era modern seperti ini belanja bukan lagi hal yang sulit dilakukan karena siapa pun dapat berbelanja hanya dengan bermodalkan *gadget* dan internet. Hal ini menimbulkan pengguna aplikasi belanja *online* di Indonesia pun semakin banyak setiap tahunnya ditambah para pengusaha *online shop* atau yang biasa disebut *e-commerce* dan *marketplace* seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Blibli, Bukalapak, Matahari Mall, Elevania, Zalora dan lain-lain sering kali mengadakan event di waktu-waktu tertentu dengan diskon besar sehingga membuat konsumen tertarik dan akhirnya memutuskan untuk berbelanja. Dari hasil sebuah studi penelitian menunjukkan Lazada memimpin seluruh *e-commerce* karena mencapai 21,2 juta pengunjung, lalu Tokopedia memimpin marketplace dengan angka 14,4 juta pengunjung (Librianty, 2017).

Menurut survei yang diselenggarakan oleh APJII pada tahun 2018, didapatkan hasil bahwa penetrasi internet di Indonesia telah berada diatas 50% dari total 262 juta jiwa penduduk Indonesia, atau jika dikonversikan dengan jumlah yang riil maka sudah mencapai sekitar 143,26 juta orang. Dari seluruh pengguna internet tersebut, 49% berasal dari generasi milenial dan generasi Z. Menariknya, mereka menggunakan Internet bukan hanya untuk berkomunikasi atau mengkonsumsi konten, melainkan juga untuk melakukan transaksi atau

berbelanja *online* seperti berbelanja produk *fashion*, makanan, atau produk lainnya yang mereka butuhkan. Hal ini membuat mereka tidak perlu lagi menghabiskan waktu untuk pergi ke toko atau pusat perbelanjaan untuk mencari produk yang diinginkan. Akhirnya, kemudahan dalam bertransaksi seperti ini menyebabkan generasi Z menjadi lebih konsumtif.

Tahun berikutnya, Shopback, platform cashback rewards dan kurator *e-commerce* pada bulan Juli 2019 lalu melakukan sebuah survei *online* yang bertujuan untuk melihat pola perilaku belanja *online* pada masyarakat Indonesia saat festival belanja *online* akhir tahun berlangsung. Survei online ini diikuti oleh lebih dari 5100 responden dari berbagai daerah yaitu, Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Medan, dan Makassar. Menurut survei tersebut, didapati sebanyak dua pertiga responden berencana akan berbelanja lebih banyak dibandingkan pada festival belanja *online* tahun lalu. Di samping itu, sebanyak 38,6% dari responden akan berbelanja sebanyak Rp 500.001 - Rp 1.500.000 dan sebanyak 36,8% responden akan berbelanja di bawah Rp 500.000. Sementara itu, berdasarkan data historikal ShopBack, rata-rata masyarakat Indonesia telah menghabiskan Rp 2.105.811 untuk berbelanja *online*.

Menurut DNB (2017) banyak yang melakukan kegiatan berbelanja karena merasa dirinya memiliki cukup uang dari penghasilannya, ingin meyakini orang lain bahwa dirinya mampu untuk membeli barang-barang bermerk, sekedar gengsi, memperlihatkan status sosial, atau karena ingin dipandang serta untuk memperbaiki suasana hati yang sedang sedih atau stress (Tempo.com). Pernyataan ini pun mendukung pengamatan penulis dimana penulis mengamati bahwa bagi individu yang bekerja dan memiliki penghasilan tetap atau disebut karyawan, tentu mudah untuk berbelanja atau membeli sesuatu hanya karena keinginan semata. Hal ini dikarenakan mereka merasa tidak perlu khawatir akan biaya yang dikeluarkan karena mereka memiliki gaji yang pasti mereka dapatkan setiap bulan.

Di tempat penulis bekerja yaitu di Bank Sahabat Sampoerna, tidak sedikit karyawan yang berbelanja *online* dengan melakukan pembayaran melalui kartu kredit atau cara bayar *paylater* yang disediakan oleh aplikasi belanja online tersebut. Jika tidak hati-hati, cara pembayaran seperti ini dapat menyebabkan

individu kehilangan kontrol dan akhirnya tidak dapat melakukan kewajibannya dengan baik, yaitu membayar hutang pada kartu kredit atau aplikasi *paylater* yang telah digunakan untuk berbelanja.

Individu yang sudah bekerja atau biasa disebut karyawan adalah individu dengan masa dewasa awal. Menurut Hurlock (dalam Putri, Alifia Fernanda 2019) masa dewasa awal ada direntang umur 18 sampai kira-kira 40 tahun. Pada masa ini individu mengalami penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan yang baru dimana didalamnya mereka diperhadapkan dengan peran-peran baru seperti menjadi seorang istri atau suami, orang tua, pencari nafkah, dan sebagainya. Sebagai pencari nafkah tentunya mereka memiliki penghasilan dimana mereka pun merasa bisa membeli apa saja dengan hasil kerja kerasnya. Pemikiran seperti ini tentunya perlu diregulasi agar tidak memicu perilaku konsumtif.

Penulis melakukan pengamatan, karyawan di Bank Sahabat Sampoerna cenderung memiliki perilaku konsumtif. Indikasi tersebut dapat dilihat dari banyaknya karyawan yang hampir setiap hari berbelanja *online* dan banyaknya paket atau barang belanjaan *online* yang datang setiap harinya dari bermacam-macam *e-commerce*. Kebanyakan dari mereka menggunakan sistem pembayaran *paylater* atau kartu kredit. Beberapa dari mereka bahkan sampai dikejar-kejar oleh *debt collector* melalui telepon kantor. Penulis sendiri adalah karyawan dengan jabatan Customer Service dimana penulis sebagai orang pertama yang menerima telepon dari luar. Penulis hampir setiap hari menerima telepon dari *debt collector* yang mencari karyawan yang belum membayar tagihannya. Ketika menelepon ke kantor, kerap kali *debt collector* berbicara tidak sopan dan kasar dengan nada bicara yang tidak enak didengar. Hal tersebut tentunya sampai mengganggu pekerjaan penulis karena *debt collector* akan menelepon berkali-kali hanya untuk menagih satu karyawan, sedangkan karyawan dengan memiliki permasalahan tersebut ada banyak. Hal ini dikarenakan para karyawan yang dicari oleh *debt collector* sering kali menghindar tidak mau menerima telepon ketika penulis sambungkan. Mereka akan minta penulis untuk berbohong kepada *debt collector* bahwa mereka sedang keluar atau tidak masuk kantor.

Oleh karena itu, penulis menyimpulkan hipotesis bahwa karyawan dengan permasalahan tersebut kurang memiliki regulasi diri yang baik. Penulis

mengamati bahwa mereka kurang mampu mengontrol diri dalam berbelanja *online*. Dan hal ini akhirnya menjadi kebiasaan buruk yang mengakibatkan mereka menjadi tidak terkendali dan konsumtif. Hasil pengamatan penulis ini sejalan dengan hasil wawancara penulis dengan beberapa karyawan disana. Mereka mengatakan bahwa mereka kurang berpikir panjang sebelum melakukan pembelian. Mereka cenderung nafsu dan terburu-buru membeli suatu produk atau barang ketika ada promo atau diskon walaupun produk atau barang tersebut sedang tidak dibutuhkan. Bahkan sering kali mereka membeli bukan karena barang tersebut sedang promo atau diskon, melainkan hanya karena produk atau barang tersebut menarik perhatian.

Penulis melakukan wawancara terhadap 10 karyawan Bank Sahabat Sampoerna untuk memperoleh informasi. Karyawan NH (pria) mengatakan bahwa ia sering berbelanja online karena harga lebih murah dibanding langsung ke toko/mall. Barang yang biasa dibeli oleh subjek adalah pakaian, aksesoris, dan parfum. Subjek mengaku hanya membeli produk bermerk dan pasti berbelanja setiap bulan. Aplikasi *e-commerce* yang digunakan subjek adalah Shopee dengan sistem pembayaran *paylater*. Lalu karyawan MO (wanita) mengaku senang dengan banyaknya diskon yang ditawarkan saat berbelanja online. Subjek mengatakan bahwa ia sering membeli barang yang sedang diskon. Barang yang biasa dibeli oleh subjek bersifat random, tergantung dengan diskon. Aplikasi *e-commerce* yang digunakan subjek adalah Lazada, Tokopedia, dan Shopee dengan sistem pembayaran *paylater* dan kartu kredit. Berikutnya karyawan F (wanita) mengatakan bahwa ia sering membeli barang di *online shop* karena lebih praktis dan murah. Barang yang ia beli tidak selalu sesuai kebutuhan, jika ia merasa suka dengan barang tersebut ia akan membeli tanpa pikir panjang. Namun subjek mengaku sering menyesal karena telah membeli suatu barang. Barang yang biasa dibeli oleh subjek bersifat random, tergantung keinginan. Aplikasi *e-commerce* yang digunakan subjek adalah Lazada dan Shopee dengan sistem pembayaran *paylater* dan kartu kredit.

Berikutnya karyawan N (wanita) mengaku sangat sering berbelanja *online* dengan sistem pembayaran *paylater*. Ia mengaku pembayaran seperti ini lebih mudah dan lebih membantu saat akhir bulan dimana penghasilan sudah menipis.

Barang yang biasa dibeli adalah pakaian batik dan peralatan rias wajah, dan aplikasi *e-commerce* yang digunakan subjek adalah Shopee. Berikutnya karyawan L (wanita) mengatakan sejak pandemic selalu berbelanja *online* bahkan jarang ke *took* atau pusat perbelanjaan. Ia juga sengaja menggunakan pembayaran dengan kartu kredit karena mengurangi transaksi tunai untuk menghindari penularan covid19. Aplikasi *e-commerce* yang digunakan subjek adalah Shopee. Selanjutnya karyawan K (wanita) mengatakan hampir setiap hari berbelanja *online*. Barang yang dibeli kebanyakan adalah makanan atau minuman, namun juga sering membeli pakaian atau pun peralatan rumah tangga. Aplikasi *e-commerce* yang digunakan subjek adalah Shopee dan Tokopedia. Lalu karyawan D (wanita) yang juga sering berbelanja *online* menggunakan sistem pembayaran *paylater* dan kartu kredit. Barang yang biasa dibeli adalah pakaian dan makanan. Ia mengatakan bahwa berbelanja *online* lebih praktis dibandingkan berbelanja ke *took* atau pun pusat perbelanjaan, karena hemat waktu dan ongkos. Berikutnya karyawan B (pria) juga mengaku sering berbelanja *online* untuk kebutuhan rumah tangga maupun pribadi. Sistem pembayaran yang digunakan adalah kartu kredit. Aplikasi *e-commerce* yang digunakan subjek adalah Bukalapak dan Tokopedia.

Lalu karyawan C (pria) juga mengaku sangat sering dan senang berbelanja *online* menggunakan sistem pembayaran *paylater*. Selain membantu saat tidak ada uang *cash*, hal ini juga memudahkan untuk dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa harus repot pergi ke toko. Ia juga mengatakan diskon didapatkan lebih banyak di aplikasi belanja *online* dibandingkan di toko atau pusat perbelanjaan. Barang yang biasa dibeli adalah makanan, minuman, pakaian, dan aksesoris *gadget*. Dan karyawan terakhir yang penulis wawancarai adalah F (pria) mengatakan bahwa berbelanja melalui *online shop* lebih praktis sehingga hal ini membuat ia sering melakukan transaksi belanja *online* dan tanpa sadar menghabiskan sebagian gajinya dengan cepat. Barang yang biasa dibeli oleh subjek adalah pakaian, makanan, aksesoris kendaraan, dll tergantung keinginan. Aplikasi *e-commerce* yang digunakan subjek adalah Shopee dengan sistem pembayaran *paylater* dan kartu kredit.

Menurut Kotler (2013), orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Keputusan

dalam berbelanja *online* dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut dapat meliputi usia, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian individu. Dari hasil wawancara kepada beberapa karyawan, Penulis beranggapan bahwa para karyawan kurang memiliki pertimbangan dan mengontrol emosi dalam pengambilan keputusan pembelian. Mereka terlalu terburu-buru dalam memutuskan membeli khususnya ketika menggunakan pembayaran *paylater* atau pun kartu kredit. Hal ini juga bisa disebabkan oleh keinginan akan gaya hidup yang selalu berusaha untuk dipenuhi tanpa pertimbangan jangka panjang.

Dari pernyataan 4 orang karyawan Bank Sahabat Sampoerna yang diwawancarai oleh penulis sebagian besar mengatakan bahwa mereka lebih suka melakukan transaksi belanja online karena jauh lebih praktis dibandingkan dengan pergi belanja ke mall atau toko dan tempat belanja lainnya. Mereka merasa tidak harus repot-repot untuk tawar-menawar harga barang karena biasanya harga barang sudah tertera jelas pada aplikasi *online shop*, dan juga tidak banyak menghabiskan waktu dan tenaga karena mereka bisa berbelanja kapanpun dan di manapun mereka mau. Dan karena kemudahan-kemudahan tersebutlah akhirnya menjadi sebuah perilaku yang tanpa disadari menjadi kebiasaan buruk.

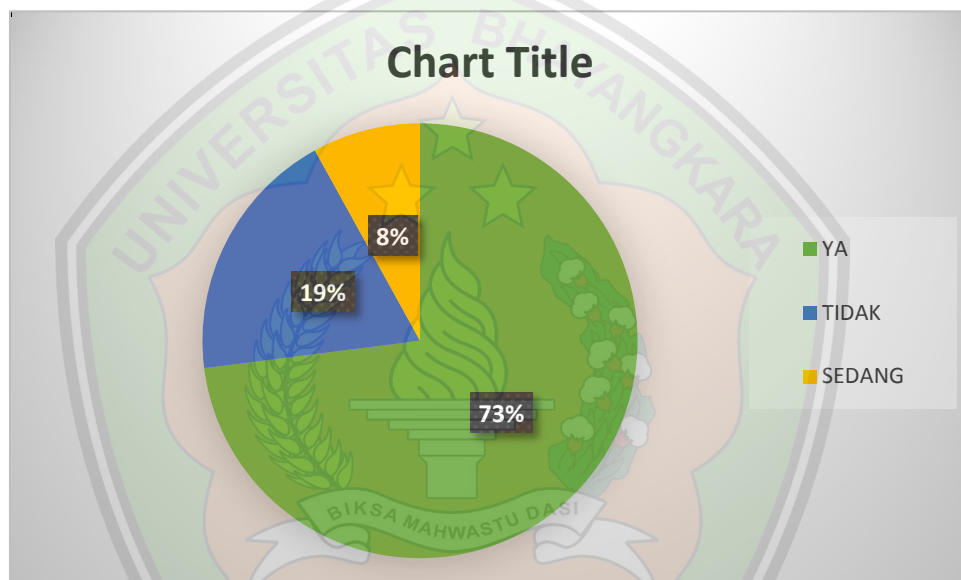
Tidak hanya wawancara, penulis juga telah melakukan survei kepada seluruh karyawan Bank Sahabat Sampoerna. Survei tersebut berisi 10 pernyataan yang merupakan kriteria perilaku konsumtif dengan pilihan jawaban Ya dan Tidak. Ada pun 10 pernyataan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Memiliki aplikasi belanja *online*.
2. Senang dan sering berbelanja *online*.
3. Memiliki dan menggunakan sistem pembayaran *paylater* atau kartu kredit saat berbelanja *online*.
4. Pernah telat dalam membayar tagihan *paylater* atau kartu kredit pada aplikasi belanja *online* yang digunakan.
5. Sering melakukan pembelian yang tidak didasari kebutuhan.
6. Senang melakukan pembelian tanpa perencanaan.
7. Sering melakukan pembelian karena keinginan sesaat.

8. Senang melakukan pembelian karena mengikuti trend.
9. Sering melakukan pembelian untuk kesenangan/mood
10. Sering melakukan pembelian untuk menghilangkan stress.

Berikut hasil survei yang telah penulis lakukan pada karyawan Bank Sahabat Sampoerna.

Grafik 1.1
Survei Kriteria Perilaku Konsumtif



Dari 137 karyawan, sebanyak 73% atau 100 orang memilih lebih dari 5 jawaban Ya. Lalu sebanyak 19% atau 26 orang memilih kurang dari 5 jawaban Ya. Dan sisanya, sebanyak 8% atau Maka hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 73% karyawan diduga memiliki perilaku konsumtif.

Penyebab lain yang mendorong karyawan untuk berbelanja *online* adalah kemudahan dalam pembayaran. Dari hasil pengamatan, wawancara, dan survei menunjukkan bahwa mereka senang berbelanja karena mudahnya sistem pembayaran yang disediakan oleh aplikasi belanja *online*. Pembeli tidak harus membayar secara langsung di hari yang sama saat mereka berbelanja, melainkan dapat menggunakan sistem *paylater* (bayar kemudian) atau menggunakan kartu

kredit. Namun nyatanya mereka tidak menyadari akan tagihan yang sudah menumpuk pada sistem *paylater* atau kartu kredit mereka dikarenakan tidak dapat mengontrol hasrat untuk membeli serta pengaruh diskon-diskon yang ditawarkan. Hal ini pada akhirnya memunculkan perilaku konsumtif pada para responden yang telah penulis wawancara.

Schiffman dan Kanuk (2011), menegaskan bahwa perilaku berbelanja berlebihan muncul karena adanya pengaruh motif emosional yang bersifat pribadi atau subjektif seperti harga diri, status, perasaan, dan lain sebagainya. Konsumen yang dipengaruhi motif emosional seperti ini tidak lagi mempertimbangkan apakah barang yang dibeli sesuai dengan kemampuan dirinya, sesuai dengan kebutuhannya, sesuai dengan standar atau kualitas yang diharapkan. Hal inilah yang akhirnya menimbulkan perilaku konsumtif.

Timbulnya perilaku konsumtif dapat disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Adapun faktor internal adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Sedangkan faktor eksternal yaitu kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi serta keluarga (Sumartono, 2016).

Boeree (2010) berpendapat perilaku konsumtif yang muncul pada para responden juga dapat disebabkan oleh kurangnya *self regulation* untuk mengendalikan dorongan membeli yang tinggi dalam diri individu. Individu yang mempunyai *self regulation* yang rendah akan menyebabkan perilaku konsumtif yang tinggi, dan sebaliknya *self regulation* yang tinggi dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang rendah. *Self regulation* merupakan kemampuan individu untuk mengontrol perilakunya sendiri. Individu yang memiliki kemampuan *self regulation* akan membuat keputusan dan mengambil langkah atau tindakan yang efektif untuk menghasilkan sesuatu yang diinginkannya dan menghindari akibat yang tidak diinginkannya.

Berdasarkan hasil fenomena di lapangan, hasil wawancara dan survey dengan beberapa pegawai di Bank Sahabat Sampoerna, data-data pendukung dari media massa, serta penelitian-penelitian sebelumnya dengan variable yang sama, maka penulis memilih judul penelitian “Hubungan antara *Self Regulation* dengan

Perilaku Konsumtif pada karyawan pengguna *online shop* di Bank Sahabat Sampoerna”. Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis memilih karyawan Bank Sahabat Sampoerna pengguna *online shop* sebagai subjek penelitian.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Penulis saat ini bukanlah penelitian pertama kalinya. Di tahun-tahun sebelumnya sudah banyak para peneliti seperti Penulis yang sudah melakukan penelitian dengan variable yang sama, yaitu variable *self regulation* dan variable perilaku konsumtif.

Pada tahun 2014 telah dilakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul” oleh Anggraini dan Mariyanti. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah adanya hubungan yang negative antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Universitas Esa Unggul. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang Penulis lakukan saat ini. Perbedaannya ada pada variable bebas, subjek dan lokasi, serta waktu penelitian.

Lalu pada tahun 2017 telah dilakukan penelitian dengan judul “Hubungan *Self Regulation* Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang” oleh Intan Waskita Putri. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah adanya hubungan negatif yang sangat signifikan antara *self regulation* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. Penelitian ini juga berbeda dengan penelitian yang Penulis lakukan saat ini. Perbedaannya ada pada variable terikat, subjek dan lokasi, serta waktu penelitian.

Dan di tahun yang sama yaitu tahun 2017, telah dilakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja” oleh Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Perbedaannya ada pada variable bebas, subjek dan lokasi, serta waktu penelitian.

Juga pada tahun 2019 telah dilakukan penelitian dengan judul “Hubungan

Self Regulation Dengan Impulsive Buying Produk Fashion Di Online Shop Pada Mahasiswi” oleh Muhammad Rofiq Kurnia. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif antara *self regulation* dengan *impulsive buying* pada mahasiswi di DIY. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang Penulis lakukan saat ini. Perbedaannya ada pada variable terikat, subjek dan lokasi, serta waktu penelitian.

Berikutnya pada tahun 2020 telah dilakukan penelitian dengan judul “Hubungan Efikasi Diri dengan Regulasi Diri dalam Belajar pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Malahayati” oleh Deta Hikmalia, Vira Sandayanti, dan Arti Febriyani. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan bermakna antara efikasi diri dengan regulasi diri dalam belajar. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang Penulis lakukan saat ini. Perbedaannya ada pada variable terikat, subjek dan lokasi, serta waktu penelitian.

Penelitian yang Penulis lakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan untuk dijadikan bahan perbandingan dan kajian. Perbedaan yang sangat menonjol antara penelitian para peneliti sebelumnya dengan penelitian yang Penulis lakukan adalah subjek penelitian dimana para peneliti sebelumnya meneliti mahasiswa atau mahasiswi suatu universitas, dimana pada umumnya mereka yang adalah pelajar belum memiliki penghasilan, sedangkan Penulis meneliti karyawan yang sudah pasti memiliki penghasilan tetap. Dan adapun hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu *self regulation* dan perilaku konsumtif.

Dalam penelitian ini penulis lebih tertarik kepada *self regulation* yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada karyawan. Alasannya adalah karena *self regulation* dikalangan karyawan sudah mulai mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif, sehingga membuat penulis tertarik untuk meneliti kedua variabel tersebut. Penelitian ini akan dilakukan di Bank Sahabat Sampoerna. Hal ini disebabkan karena banyaknya karyawan di Bank Sahabat Sampoerna yang menggunakan aplikasi *online shop* sehingga membuat mereka semakin mudah

berbelanja yang pada akhirnya memungkinkan munculnya tanda-tanda perilaku konsumtif pada diri mereka.

Berdasarkan latar belakang di atas maka beberapa rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat hubungan antara *self regulation* dengan perilaku konsumtif pada karyawan pengguna *online shop* di Bank Sahabat Sampoerna?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah hubungan antara *self regulation* dengan perilaku konsumtif pada karyawan pengguna *online shop* di Bank Sahabat Sampoerna.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah:

1.4.1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pada keilmuan psikologi mengenai *self regulation* dan perilaku konsumtif pada karyawan.

1.4.2. Manfaat praktis

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna kepada masyarakat khususnya para karyawan khususnya karyawan di Bank Sahabat Sampoerna mengenai *self regulation* dan perilaku konsumtif.