

HUBUNGAN *SELF CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGUNGAN *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA

¹Anjelyta Pritama, ²Taty Fauzi, ³Arizona

^{1,2,3}Universitas PGRI Palembang
anjelytapritama23@gmail.com

Abstract: : This research is motivated by the low self-control of students who are trapped in the e-commerce era, thus forming consumptive behavior, while they are a passive group who are still financially dependent on their parents. The study aims to determine how much the level of consumptive behavior affects their daily behavior, especially those related to e-commerce. Problems arise when the consumptive behavior that is formed is related to the finances of paying tuition fees (SPP) so that their obligation as students to pay the administration of tuition fees is disrupted. The sample used was 99 students at the Universitas PGRI Palembang environment. The qualitative approach method with simple linear regression test data analysis techniques, R² determination coefficient test, with a significant value of 0.001 < 0.05. The data was processed using SPSS version 28 for windows. The results of the study prove that there is a relationship between Self Control and the consumptive behavior of students using Shopee e-commerce. The consumptive behavior of Universitas PGRI students, based on the R square calculation of 0.178 (17.8%) is in the low category. This means that this condition implies that there is a significant relationship between self-control and student consumer behavior in using Shopee e-commerce. Other factors that influence consumer behavior (82%) include social, cultural, cognitive, economic and environmental factors.

Keywords: self control, behavior, consumptive

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *self control* yang rendah dari mahasiswa mereka terjebak dalam era *e-commerce* sehingga membentuk perilaku konsumtif, sementara mereka merupakan kelompok pasif yang secara finansial masih dalam tanggungan orang tua. Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat perilaku konsumtif mempengaruhi perilaku hidup mereka sehari-hari khususnya yang berkaitan dengan *e-commerce*. Permasalahan muncul manakala perilaku konsumtif yang terbentuk berhubungan dengan keuangan pembayaran uang kuliah (SPP) sehingga kewajiban mereka sebagai mahasiswa harus membayar administrasi biaya kuliah terganggu. Sampel yang digunakan 99 orang mahasiswa di lingkungan Universitas PGRI Palembang. Metode pendekatan kualitatif dengan teknik analisis data uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi R², dengan nilai signifikan 0,001 < 0,05. Data diolah menggunakan bantuan SPSS versi 28 for windows. Hasil penelitian membuktikan ada hubungan *Self Control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa penggunaan *e-commerce* Shopee. Perilaku konsumtif mahasiswa Universitas PGRI, berdasarkan perhitungan R square 0,178 (17,8 %) berada dalam kategori rendah. Artinya, kondisi ini menyiratkan ada hubungan signifikan antara *self control* dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan *e-commerce* Shopee, Adapun faktor faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif (82%) adalah meliputi factor sosial, budaya, kognitif, ekonomi dan lingkungan.

Kata kunci: *Self control*, Perilaku, Konsumtif

PENDAHULUAN

Hubungan interaksi dari satu tempat ke tempat lainnya seolah tak terbatas karena kecepatan jangkauan internet. Bidang pekerjaan menjadi lebih simple dan cepat tidak terkecuali

proses berlangsungnya kegiatan pendidikan, perdagangan pariwisata. Diharapkan dari kemudahan dan kecepatan serta ketepatan dapat meningkatkan produktivitas kinerja manusia pada umumnya.

Teknologi informasi muncul dalam berbagai kegiatan berbasis literasi digital seperti *e-learning*, *e-banking*, *e-commerce*, *e-gov*, dan lain sebagainya. Penggunaan literasi digital memang sangat memudahkan dalam mengakses beragam situs sesuai kebutuhan (Agustiah, 2020). Data statistika tahun 2024 mencatat penggunaan platform *e-commerce* di Indonesia meningkat hingga 189,6 juta pengguna.

Di era digital kemudahan tersebut dirasakan oleh semua orang tidak terkecuali mahasiswa khususnya dalam mengakses bahan ajar, perkembangan mode, berita politik, seni dan kejadian-kejadian yang terjadi diseputar dunia. (Husnia Annafila & Zuhroh, 2022). Hakikatnya mahasiswa adalah individu yang secara resmi terdaftar sebagai pelajar yang mengikuti pendidikan di perguruan tinggi dengan rentang usia 17- 30 tahun. Sebagai kelompok yang memperoleh status pelajar di suatu Perguruan tinggi sangat dekat dengan akses internet untuk melakukan penelusuran untuk mendapatkan banyak informasi yang berkaitan dengan studi atau sekedar menikmati hiburan yang disajikan oleh fasilitas internet. Sebagaimana ditegaskan Sarwono dalam Sora (2014) bahwa mahasiswa dalam aktivitasnya senantiasa menggunakan perangkat lunak gadget, sehingga, Berdasarkan data mahasiswa menjadi populasi terbanyak penggunaan *e-commerce* (Hismendi, 2016).

Fenomena era digital yang penuh dengan informasi, tentang gaya hidup, seni hal-hal yang berkaitan dengan adanya promo, gaya

hidup pada akhirnya menciptakan tekanan yang disebut Fomo, (*Fear of Missing Out*). Ketidakmampuan mahasiswa mengelola gaya hidup mengubah perilaku mereka menjadi konsumen yang konsumtif padahal secara finansial mereka masih tergantung pada orang tua. Kekhawatiran tidak bisa mengikuti perkembangan mode, gaya hidup mengubah perilaku menjadi negatif. Fomo menyerang mahasiswa saat mereka melihat *influencer* favorit mereka menampilkan produk baru atau tren terkini (Bhuwaneswary, 2016).

Menurut (Taty, 2024) fomo adalah sebuah kondisi dimana mahasiswa yang terpengaruh cenderung ingin selalui update dan tidak ketinggalan dengan trend terbaru, gaya hidup atau informasi terkini).

Platform *e-commerce* shopee yang menawarkan banyak fasilitas diskon mendorong perilaku mereka untuk memiliki padahal barang yang mereka beli bukanlah kebutuhan primer tetapi lebih kepada memenuhi dorongan untuk tampil kekinian.

Fitur-fitur yang ditawarkan oleh Shopee, seperti Shopee PayLater dengan sistem pembayaran cicilan ini memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk membeli barang tanpa harus membayar terlebih dahulu. Kemudahan tersebut berpotensi menimbulkan masalah manakala mereka memaksakan diri dan akhirnya menggerogoti keuangan, yang pada dasarnya digunakan untuk membayar uang kuliah. Lingkaran cicilan yang harus dipertanggungjawaban menjadi hutang yang menciptakan masalah baru

Dampak psikologis perilaku konsumtif yang tidak terkontrol berdampak negatif pada kesehatan mental mahasiswa, memicu munculnya rasa cemas, depresi, ketergantungan, dan rendah diri. Keinginan untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan atau sudah dimiliki berlebih, dapat memicu perasaan tidak puas dan kekecewaan. Perilaku konsumtif ditandai dengan mahasiswa yang mengutamakan keinginan dalam membeli, memakai atau mengkonsumsi secara berlebihan barang dan jasa, tanpa mempertimbangkan antara kebutuhan dan manfaat dari barang atau jasa tersebut, proses pengambilan Keputusan pembelian sering kali di abaikan sehingga menimbulkan pemborosan diperoleh dari pengakuan sosial (R Muchlisin, 2018).

Dengan penerapan *Self Control* pada mahasiswa agar dapat mengatur pengeluaran, menghindari pemborosan, dan menabung untuk masa depan, mahasiswa harus memiliki kemampuan pengendalian diri yang kuat untuk menahan keinginan membeli barang yang tidak penting dan fokus pada kebutuhan yang sebenarnya (Apriana, 2018). Kemampuan ini sangat krusial, mengingat godaan konsumtif di era modern sangat tinggi, terutama dengan kemudahan akses belanja *online*. Mahasiswa perlu memahami skala prioritas kebutuhan dan keinginan, serta bijak dalam mengelola keuangan. Selain itu di Universitas PGRI Palembang penelitian mengenai pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan

e-commerce Shopee, belum pernah dilakukan sebelumnya.

METODE

Metode Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kuantitatif berdasarkan metode korelasional, uji hipotesis untuk menguji pengaruh *self control* terhadap perilaku konsumtif penggunaan *e-commerce* shopee mahasiswa di universitas PGRI Palembang. Uji coba dilakukan dengan 43 responden diluar sampel menggunakan *google form*, selanjutnya peneliti mengelolah data uji coba dengan uji validitas dan reliabilita. Variabel *self control* (X) berjumlah 21 butir pernyataan dan Variabel perilaku konsumtif (Y) berjumlah 20 butir pernyataan. Populasi adalah seluruh mahasiswa Universitas PGRI Palembang yang aktif berjumlah 8.478.000 orang. Sampel ditetapkan 99 orang dan dijadikan sebagi responden. Pengambilan sampel menggunakan Teknik Simple Ramdom Sampling dengan rumus Slovin (Arikunto, 2017), alat ukur dalam penelitian ini menggunakan instrument angket dengan bobot penilaian menggunakan Skala *Likert*. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisita. Sedangkan uji hipotesis menggunakan uji regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi R^2 uji analisis menggunakan SPSS 28 for windows.

HASIL

Pada data Variabel X dan Variabel Y diperoleh berdasarkan skor total angket yang

diberikan kepada sampel yang berjumlah 99 mahasiswa, Berdasarkan kategori, secara umum *self control* (X) termasuk kategori sedang jumlah skor total sebesar 5142, Berikut table kategori variabel X.

Tabel 15. Kategori Skor *self control*

No	Rumus	Skor	Kategori	R
1	$X < M - 1SD$	60-75	tinggi	17
2	$M - 1SD \leq X \leq +1SD$	40-60	sedang	82
3	$M + 1SD < X$	25-40	rendah	0
Jumlah				99

Sedangkan Berdasarkan kategori, secara umum perilaku konsumtif (Y) termasuk kategori sedang jumlah skor total sebesar 5357, Berikut table kategori Variabel Y:

Tabel 18. Kategori perilaku konsumtif

No	Rumus	Skor	Kategori	R
1	$X < M - 1SD$	60-75	Tinggi	14
2	$M - 1SD \leq X \leq +1SD$	40-60	Sedang	80
3	$M + 1SD < X$	25-40	Rendah	5
Jumlah				99

Selain itu Nilai R square 0,178 (17,8 %) dalam kategori rendah. Artinya, Self Control memiliki hubungan yang relatif rendah terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan E-Commerce Shopee, namun masih ada faktor lain yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif sebesar 82,2% (100% - 17,8%).berikut table kategori:

Table 19. Kategori R square

No	Kategori R Square	Keterangan
1	$R^2 \geq 0,75$	Kuat
2	$R^2 \geq 0,50$:	Sedang

3	$R^2 \geq 0,25$	Lemah
---	-----------------	-------

a. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov karena jumla sampel lebih dari ≥ 50 responden dengan taraf signifikannya 0,05 dan dihitung menggunakan program SPSS 28 for windows.

Tabel 20. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test self control'perilaku konsumtif

		Unstandardize d Residual	
N		99	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	7.04948131	
Most Extreme Differences	Absolute	.050	
	Positive	.041	
	Negative	-.050	
Test Statistic		.050	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.779	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.768
	Upper Bound	.790	

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikasi 0,779 $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Dalam penelitian ini uji linearitas menggunakan *deviation from linearity*, dihitung menggunakan program SPSS 28 for windows.

Tabel 21. Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Self Control	Between Groups (Combined)	2641.154	25	105.646	2.349	.003
	Linearity	1053.508	1	1053.508	23.429	<.001
	Deviation from Linearity	1587.646	24	66.152	1.471	.107
Within Groups	3282.482	73	44.966			
Total	5923.636	98				

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikan *deviation from linearity* 0,107 $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variable *self control* dengan variabel perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linier.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini uji Heteroskedastisitas menggunakan glejser, dihitung menggunakan program SPSS 28 for windows.

Table 22. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.173	3.992		2.298	.024
	Self Control	-.070	.073	-.096	-.954	.343

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikan *glejser* 0,343 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

b. Uji Hipotesis

1. Uji regresi linier sederhana

Table 23. Uji regresi linier sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.417	6.267		3.736	<.001
	Self Control	.527	.115	.422	4.581	<.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan table tersebut, diperoleh nilai konstanta persamaan linear a = 23,417 dan nilai koefisien variabel bebas b = 0,527, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 23,417 + 0,527X$$

Diketahui bahwa:

1. Koefisien regresi X sebesar 0,527 maka koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatan arah hubungan *self control* (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah positif .

2. Berdasarkan nilai signifikansi dari table *coefficients* di peroleh nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 disimpulkan bahwa *self control* (X) berhubungan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Berdasarkan nilai t: diketahui nilai t_{hitung} 4,581 > t_{table} 1,988 artinya *self control* berhubungan terhadap perilaku konsumtif

2. Uji koefisien determinasi R²

Table 24. Uji koefisien determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 ^a	.178	.169	7.08573

a. Predictors: (Constant), Self Control

Nilai R square sebesar 0,178 maka bisa disimpulkan bahwa besaran pengaruh *self control* terhadap perilaku konsumtif sebesar 17,8%. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti atau sering disebut dengan error (e).

Berikut kriteria pengujian hipotesis pada penelitian ini:

H_0 : Tidak Terdapat hubungan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan *E-Commerce* Shopee Mahasiswa Di Universitas PGRI Palembang.

H_1 : Terdapat hubungan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan *E-Commerce* Shopee Mahasiswa Di Universitas PGRI Palembang.

Berdasarkan table uji regresi liner sederhana, dapat di simpulkan bahwa nilai sig 0,001 < a (a = 0,05) artinya Terdapat hubungan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif

Penggunaan *E-Commerce* Shopee Mahasiswa Di Universitas PGRI Palembang.

PEMBAHASAN

Hasil temuan membuktikan bahwa ada hubungan *self control* terhadap perilaku konsumtif penggunaan *e-commerce* shopee mahasiswa di Universitas PGRI Palembang, Hasil temuan penelitian ini membuktikan adanya hubungan signifikan antara tingkat *self control* mahasiswa dan perilaku konsumtif mereka dalam penggunaan platform *e-commerce* Shopee di lingkungan Universitas PGRI Palembang. Temuan ini selaras dengan berbagai studi literatur yang telah meneliti peran krusial *self control* dalam memoderasi perilaku pembelian konsumen, khususnya dalam konteks belanja *online* yang dipenuhi beragam stimulus pemasaran yang dirancang untuk memicu pembelian impulsif. Lebih spesifiknya, temuan ini mendukung teori *strength model of self control* yang diusung oleh Baumeister dan Vohs (2014).

Mahasiswa dengan tingkat *self control* yang tinggi, sebagaimana dikaji oleh Kim dan Lee (2018), menunjukkan kemampuan yang lebih besar dalam mengelola impuls untuk membeli, memilih untuk membeli barang-barang yang benar-benar dibutuhkan, dan membuat keputusan pembelian yang lebih rasional dan terencana, sehingga secara signifikan mengurangi perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

Berdasarkan pandangan Carol S. Dweck (2017), pengembangan *self control* yang efektif

berakar pada adopsi pola pikir pertumbuhan (*growth mindset*), Dengan pola pikir pertumbuhan, individu akan memandang tantangan sebagai peluang berharga untuk belajar dan berkembang, sehingga meningkatkan kemampuan mereka untuk mengendalikan impuls, mengatur emosi, dan mengarahkan perilaku mereka menuju pencapaian tujuan jangka panjang. Kepercayaan pada kemampuan untuk belajar dan berkembang ini mendorong ketekunan, meningkatkan resiliensi terhadap kegagalan, dan memfasilitasi adaptasi terhadap perubahan. Sebaliknya, pola pikir tetap (*fixed mindset*) yang cenderung memandang kemampuan sebagai bawaan dan tidak dapat diubah, akan membatasi kemampuan individu untuk mengendalikan diri, karena mereka cenderung menghindari tantangan dan menyerah dengan mudah ketika menghadapi kesulitan. Oleh karena itu, menurut Dweck, transformasi pola pikir dari tetap menuju pertumbuhan merupakan kunci utama dalam meningkatkan *self control* dan mencapai potensi diri secara optimal

Sedangkan rendahnya *self control*, seperti yang dijelaskan dalam penelitian LaRose dan Eastin (2017), meningkatkan kerentanan mahasiswa terhadap perilaku konsumtif yang ditandai oleh pembelian impulsif, penggunaan kredit secara berlebihan, dan pengeluaran yang jauh melampaui kemampuan finansial mereka. Kemudahan akses, beragamnya pilihan produk, dan strategi pemasaran yang agresif yang ditawarkan oleh

platform *e-commerce* seperti Shopee, menciptakan lingkungan yang sangat kondusif untuk memicu perilaku konsumtif pada individu dengan tingkat *self control* yang rendah.

Hal ini sejalan dengan temuan Haws dan Bearden (2016), yang menunjukkan hubungan antara *self control* yang rendah dan kecenderungan untuk berhutang demi memenuhi keinginan konsumtif. Dengan demikian, temuan penelitian ini memperkuat pemahaman tentang pentingnya pengembangan dan peningkatan *self control* sebagai strategi kunci bagi mahasiswa dalam menghadapi tantangan perilaku konsumtif di era *e-commerce* yang semakin berkembang pesat. Implikasinya, intervensi yang berfokus pada peningkatan *self control* diperlukan untuk membantu mahasiswa mengelola keuangan mereka secara lebih efektif dan menghindari dampak negatif perilaku konsumtif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang telah peneliti lakukan di Universitas PGRI Palembang yang sudah diperoleh dan di analisis. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *self control* dengan perilaku konsumtif terhadap penggunaan *e-commerce* shoope Mahasiswa di Universitas PGRI Palembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas PGRI Palembang atas bantuan dan fasilitasi yang diberikan dalam penyelesaian administrasi dan persyaratan sehingga penelitian ini dapat

terlaksana dengan baik. Serta mahasiswa yang telah mengisi angket semoga penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustiah, D., Fauzi, T., & Ramadhani, E. (2020). Dampak penggunaan media sosial terhadap perilaku belajar siswa. *Islamic Counseling Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 4(2), 181. doi: 10.29240/jbk.v4i2.1935
- Apriana, A. A. (2018). Sosialisasi mahasiswa baru terhadap dunia kampus (Studi pada mahasiswa baru Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar).
- Arikunto, S. (2017). Pengembangan instrumen penelitian dan penilaian program. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2014). Strength model of self-control. *Psychological Review*, 121(3), 434-447.
- Hardani, Ustiawaty, J., Andriani, H., Fatmi Utami, E., Rahmatul Istiqomah, R., Asri Fardani, R., Juliana Sukmana, D., & Hikmatul Auliya, N. (2020). Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Haws, K. L., & Bearden, W. O. (2016). Consumer self-control and the propensity to borrow. *Journal of Consumer Research*, 42(5), 761-778.
- Hismendi. (2016). E-commerce: Model interaksi jual beli (Studi pada pelaku interaksi jual beli melalui internet). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 39-48.

- Husnia Annafila, F., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Raden Rahmat Malang. *Psikodinamika - Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20–27. doi: 10.36636/psikodinamika.v2i1.894
- Kim, J., & Lee, Y. (2018). The effect of self-control on consumer behavior in online shopping. *Journal of Consumer Studies*, 42(3), 258-267.
- LaRose, R., & Eastin, M. S. (2017). A social cognitive theory of Internet uses and gratifications: Toward a new model of media attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(3), 538-555. Park, H., & Kim, J. (2020). The impact of self-control on compulsive buying behavior in online shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102071.
- Sipahutar, H. K. (2023). Pengaruh kontrol diri dan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Sekolah Tinggi Perikanan Sibolga (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area). (tautan tidak tersedia)
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Taty, Fauzi, and Leo Fredian. "Dampak Sosial Media terhadap Syndrom Fomo pada Perilaku Remaja." *POTENSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.4 (2024): 103-115.
- Umiyati, H. (2021). Populasi dan teknik sampel (Fenomena pernikahan dibawah umur masyarakat 5.0 di Kota/Kabupaten X). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.