

NASKAH PUBLIKASI
PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU IMPULSIF
BUYING PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
JEMBER

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar strata 1 (S-1) Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Jember



Disusun Oleh :

Isma Nur Diana
0910811007

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2017

NASKAH PUBLIKASI
PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU IMPULSIF
BUYING PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
JEMBER

Telah Disetujui Pada Tanggal
09 Maret 2017

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

1. Panca Kursistin P, S.Psi, MA
NIP:19730303032005012001

.....

2. Siti Nuraini ,S.Psi.,M.Psi.
NIP. 19770212 2005 01 2002

.....

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU IMPULSIF
BUYING PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
JEMBER**

Isma Nurdiana¹ Panca Kursistin H² Siti Nur'aini³

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kontrol diri dengan perilaku impulsif buying pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku impulsif buying pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember berjumlah 148 orang. Pengumpulan data menggunakan kontrol diri dan skala *Impulsif buying*. Analisis data menggunakan analisis regresi. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku impulsif buying, dengan koefisien korelasi $R = 0.119$, $F = 4.975$ dan $p = 0,026$ ($p < 0,05$). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki adjusted R squared sebesar 1,4% terhadap perilaku *impulsif buying* dan sisanya sebesar 98,6%. Selain itu peneliti mengukur kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif berdasarkan aspek usia 18-21 tahun sebesar 51.1%, jenis kelamin perempuan 85.64 % dan uang saku diatas 1.000.000 sebesar 65.1%.

Kata Kunci: Kontrol Diri, Pembelian impulsif

-
1. Peneliti
 2. Dosen Pembimbing I
 3. Dosen Pembimbing II

PENGANTAR

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia yang semakin meningkat mengakibatkan munculnya pendirian kafe, *mall-mall*, hypermarket dengan aneka penawaran harga yang bersaing. Keadaan tersebut akan mengubah kebiasaan dan gaya hidup masyarakat relatif berlebihan dalam berbelanja. Saat ini hampir setiap masyarakat melakukan pembelian tanpa didasarkan pada kebutuhan pokok melainkan pada pembelian yang tidak terencana atau disebut dengan pembelian *impulsif*.

Pemicu pembelian *impulsif* dikarenakan pemasaran dan karakteristik produk yang dapat dilakukan melalui iklan dan bersifat sangat sugestibel. Sebagian besar sasaran utama iklan adalah remaja karena karakteristik remaja yang masih labil menyebabkan mereka mudah dipengaruhi untuk melakukan *impulsive buying* (dalam Anin F dkk, 2015). Terbentuknya perilaku *impulsif buying* pada remaja disebabkan lingkungan sosial yang menuntut untuk berpenampilan menarik dan selalu *up date* dengan perkembangan *trend* dikalangan mahasiswa. Kondisi tersebut dilakukan hanya untuk bisa diterima oleh teman sebaya. Pengakuan teman sebaya menjadi lebih penting dan menjadi tekanan bagi remaja. Hal tersebut membuat mahasiswa cenderung memperhatikan penampilannya agar dapat diterima oleh kelompoknya. Selain itu remaja ketika tidak mengikuti tren *fashion* yang otomatis akan berhubungan dengan *impulsive buying* adalah dianggap ketinggalan jaman dan kurang gaul sehingga cenderung menurunkan harga diri para remaja tersebut (dalam Saputri, 2016).

Menurut Verplanken dan Herabadi (dalam Diba, 2014) mendefinisikan impulsif *buying* sebagai pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Faktor penyebab terbentuknya perilaku impulsif yang dikemukakan oleh Cen (dalam Bashir dkk, 2013) adalah, seperti rangsangan eksternal (frekuensi pembelian, display toko, promosi dan iklan, suasana di toko dan pelayanan), persepsi internal (gaya hidup, kepribadian, emosi, uang dan tekanan waktu), perilaku pembelian (harga, waktu pembelian, pembayaran) dan variabel demografis.

Dampak dari perilaku *impulsif buying* membawa remaja bersikap boros, berbohong kepada orang tua, menggunakan uang spp dan parahnya akan mengarah ke lembah prostitusi. Salah satunya untuk mengatasi kondisi tersebut remaja harus memiliki kontrol diri. Kontrol diri merupakan faktor internal yang memiliki peran kuat mempengaruhi perilaku *impulsif buying*. Menurut Diba (2014) selain faktor ekstrinsik (faktor yang datang dari luar) yang mempengaruhi remaja berperilaku impulsif. Namun yang lebih berperan lagi yaitu faktor karakteristik kepribadian dari remaja itu sendiri, salah satunya yaitu kontrol diri. Adanya kontrol diri menjadikan individu dapat memandu, mengarahkan dan mengatur perilakunya dengan kuat yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif (dalam Fatimah, 2013). Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku *impulsif buying* pada mahasiswa Unmuh Jember.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember dengan karakteristik populasi sebagai berikut :

- a. Berstatus masih mahasiswa Unmuh Jember
- b. Usia 19-30 Tahun
- c. Laki-laki dan perempuan
- d. Mahasiswa yang berperilaku *impulsif buying*

Penetapan sampel menggunakan rumus *Issac* dan *Michael* dengan taraf kesalahan 5% dari 7376 mahasiswa menjadi 348 mahasiswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan skala Kontrol diri dan *Impulsif buying*. Instrumen yang digunakan sebagai pengambilan data berdasarkan pada komponen pemahaman kontrol diri serta kriteria untuk menentukan sejauhmana penyesuaian diri individu dan dijelaskan sebagai berikut:

1. Kontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu ke arah konsekuensi positif Ghufroon & Risnawita (dalam Nurhayati, 2015).

Indikator yang digunakan dalam kontrol diri yaitu : Kontrol perilaku, Kontrol Kognitif dan kontrol keputusan

Blueprint Proses Kontrol Diri

Indikator yang diungkap	No Item	Jumlah
1. Kontrol perilaku		
a. Kemampuan mengendalikan situasi atau keadaan	1,10,11,8	4
b. Kemampuan mengatasi stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi	24,23,19,4	4
2. Kontrol Kognitif		
a. Kemampuan mengatasi informasi sebagai keadaan yang tidak menyenangkan dengan berbagai pertimbangan	14,2,3,12	4
b. Kemampuan menilai dan menafsirkan peristiwa dengan melihat	13,9,20, 21	4

sisi positif		
3. Mengontrol Keputusan		
a. Kemampuan melihat peristiwa dan berhati-hati menentukan tindakan	22,18,7,15	4
b. Kemampuan menilai peristiwa sehingga memberikan keputusan yang sesuai	16,17,6,5	4
Jumlah		24 24

2. Menurut Mulyono, (2013) *impulsive buying* didefinisikan sebagai pembelian yang dilakukan tanpa direncanakan terlebih dahulu yang disertai oleh adanya keinginan mendesak untuk membeli produk tertentu. Dimensi pembelian impulsif terdiri dari dua proses Coley (dalam Mulyono, 2013), yaitu : Proses afektif dan proses kognitif.

Blueprint Proses Impulsif Buying

Dimensi	Indikator	No Item
1. Proses afektif	a. Keadaan yang memiliki keinginan yang instan, memaksa dan tidak bisa menahan	1,10,13,15
	b. Keadaan yang memiliki emosi positif yang dipuaskan dengan impulsif	20,24,12,21
	c. Keadaan yang muncul keinginan mengubah atau menata melalui impulsif buying	14,12,17,7
2. Proses Kognitif	a. Keadaan dimana merasakan desakan bertindak tanpa adanya pertimbangan mendalam	3,9,4,23
	b. Keadaan yang tidak memiliki perencanaan dalam belanja	11,2,22,5
	c. Keadaan dimana melakukan pembelian impulsif tidak memikirkan masa depan	8,19,16,6
Jumlah		24

Skala ini disusun dalam bentuk skala *likert* dengan pilihan 4 alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai(STS) dengan skor jawaban dibagi menjadi 2 favorable dan unfavorable.

HASIL PENELITIAN

Uji validitas yang digunakan adalah rumus korelasi *Product Moment* dari *Karl Person* melalui bantuan *SPSS versi 23 for windows*. Dari jumlah keseluruhan item kedua variabel yang masing-masing berjumlah 24 item dapat dilihat dari

hasil uji validitas uji coba item skala kontrol diri ada 5 item gugur dinyatakan tidak valid valid sedangkan item skala *impulsif buying* ada 1 item yang gugur sedangkan hasil penelitian sebenarnya item skala kontrol diri ada 1 aitem yang tidak valid dan untuk item *impulsif buying* semua aitem dinyatakan valid. Adapun tabel hasil uji coba validitas dan penelitian sebenarnya item yang menunjukkan valid dan item gugur adalah sebagai berikut :

	Kontrol Diri	Impulsif Buying
Hasil Uji Coba	5 gugur	1 gugur
Hasil Penelitian sebenarnya	1 gugur	Semua valid

Uji Reliabilitas. Hasil uji reliabilitas penelitian ini ditunjukkan dengan tabel sebagai berikut :

	Uji coba	Penelitian Sesungguhnya
Kontrol Diri	0,717	0,650
<i>Impulsif Buying</i>	0,728	0,758

Hasil penghitungan reliabilitas uji coba menunjukkan bahwa skala kontrol diri memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* sebesar 0,717 dan skala *impulsif buying* sebesar 0,728 sedangkan hasil penghitungan reliabilitas penelitian sesungguhnya pada skala kontrol diri memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* sebesar 0,650 dan skala *impulsif buying* sebesar 0,758. Berdasarkan nilai koefisien yang diperoleh karena nilai koefisien *Cronach Alpha*> dari 0,6 maka skala kontrol diri dan skala *impulsif buying* dapat dikatakan reliabel atau konsisten.

Uji asumsi. Uji asumsi dalam penelitian ini dilakukan untuk mencari hasil normalitas dari sebuah data hasil penelitian. Hasil uji normalitas data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hasil uji normalitas		
	<i>Asymp.Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
Kontrol diri	0,000	Tidak Normal
<i>Impulsif buying</i>	0,000	Tidak Normal

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa skala skala kontrol diri dan skala *impulsif buying* memiliki nilai *Asymp. Sig (2.tailed)* sebesar 0,000 sehingga dapat dikatakan data tersebut terdistribusi tidak normal dikarenakan nilai *Asymp.Sig (2.tailed)* < 0,05 atau tidak > 0,05 sehingga dianalisa menggunakan non-parametri. Data dapat dikatakan terdistribusi normal jika memiliki nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* < 0,05. Berikut hasil distribusi data lanjutan skala *body image* dan penyesuaian diri menggunakan uji Friedman merupakan uji statistika Nonparametrik.

Hasil uji non-parametrik Data tidak normal		
	<i>Asymp.Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
Kontrol diri	0,000	Normal
<i>Impulsif buying</i>	0,000	Normal

Hasil diatas menunjukkan bahwa skala skala kontrol diri dan skala *impulsif buying* memiliki nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* 0,000 dapat dikatakan data tersebut terdistribusi normal karena nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* 0,000 < 0,005 sehingga dapat dilanjutkan ke uji linieritas.

Uji linieritas. Hasil dari uji linieritas data penelitian ini adalah sebagai berikut :

Uji Linieritas	
	Sig.
<i>Linearity</i>	0,066

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai sig. pada *linierity* p memiliki nilai sebesar 0,066 maka dapat dikatakan data penelitian berdistribusi linier karena *linearity* p sebesar $0,066 > 0,05$.

Uji Hipotesis. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini H₁diterima yang artinya ada pengaruh antara *body image* dan penyesuaian diri mahasiswa universitas muhammadiyah jember. Hasil ini ditunjukkan dari nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ dan besaran sumbangan efektifnya dapat dilihat dari hasil koefisien korelasi dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,191 atau 19,1% dengan kontribusi variabel sebesar 0,036 atau 3,6% dan sisanya 96,4% dipengaruhi faktor lain diluar variabel penelitian. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut :

Hasil Uji Hipotesa

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	234.572	1	234.572	4.975	.026 ^a
Residual	16313.115	346	47.148		
Total	16547.687	347			

Hasil Analisa Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.119 ^a	.014	.011	6.86642	1.614

Uji Deskriptif. Hasil uji deskriptif skala kontrol diri dan *impulsif buying* dan aspek demografi yaitu faktor jenis kelamin, usia dan uang saku bahwa memiliki kategori tinggi. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut :

Mean Kontrol Diri

Aspek	Interval	Σ Orang	Prosentase
Kontrol Diri Tinggi	$X > 66.71$	120	34.7%
Kontrol Diri Rendah	$X \leq 66.71$	228	65.3 %

Berdasarkan hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa mean kontrol diri dari 348 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember sebanyak 228 memiliki kategori rendah dengan prosentase 65.3%. Kontrol Diri mahasiswa terhadap perilaku *impulsif buying* dikatakan rendah.

Skala *Impulsif Buying*

Mean *Impulsif Buying*

Aspek	Interval	Σ Orang	Prosentase
<i>Impulsif Buying</i> Tinggi	$X > 65.63$	192	55%
<i>Impulsif Buying</i> Rendah	$X \leq 65.63$	156	45%

Berdasarkan hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa mean perilaku *impulsif buying* dari 348 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember sebanyak 192 memiliki kategori tinggi dengan presentase 55%. Perilaku impulsif buying yang terjadi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember dikatan tinggi

Faktor Jenis Kelamin terhadap *Impulsif Buying*

Jenis kelamin	Σ Orang	Prosentase
Perempuan	142	85.64%
Laki-laki	50	14.36%
Total	192	100%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diartikan faktor jenis kelamin perempuan berada dikategori tinggi dengan hasil prosentasenya sebanyak 85.64 % atau 142 orang dari total jumlah 192 orang mahasiswa yang memiliki perilaku *impulsif buying* tinggi.

Faktor Usia terhadap *Impulsif buying*

Aspek	Σ Orang	Prosentase
Usia 18-21 tahun	98	51.1%
Usia 22-27 tahun	94	48.9%
Total	192	100%

Berdasarkan tabel 14, hasil perhitungan di atas dapat diartikan faktor usia 22-27 tahun berada $score \leq 21.13$ dan hasil persentasenya 31.3 % atau 119 orang sedangkan usia 18-21 tahun hasil persentase lebih banyak yaitu 68.7% atau 229 orang.

Faktor Uang Saku terhadap *Impulsif buying*

Aspek	Σ Orang	Prosentase
1000.000-1.800.000	125	65.1%
500.000-975.000	67	34.9%
Total	192	100%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diartikan mahasiswa yang memiliki perilaku *impulsif buying* tinggi karena uang saku yang mereka dapatkan antara Rp1.000.000- Rp. 1.800.000 dengan persentase 55.1 % atau 125 orang dari jumlah keseluruhan mahasiswa sebanyak 192 orang yang berperilaku *impulsif buying*.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan peneliti, terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap *impulsif buying* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember ($sig = 0.026$, $p < 0.05$). Hal ini terlihat dari nilai signifikansi $p = 0.026$ dengan nilai koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0.119 yang menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima ($sig = 0.026$, $p < 0.05$).

Artinya kontrol diri memberikan pengaruh terhadap perilaku *impulsif buying* pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Jember. Selain itu sumbangan efektif variabel X terhadap variabel Y ditunjukkan dengan nilai Adjusted R² sebesar 1,4 % yang berarti variabel kontrol diri memberikan sumbangan terhadap variabel *impulsif buying* sebesar 1,4 % dan sisanya 98,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Selain itu hasil rata-rata kontrol diri mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember berada di kategori rendah dengan *score* < 66.71 sebanyak 228 orang atau 65,3%. Sedangkan perilaku *impulsif buying* dikategori tinggi dengan *score* > 65.63 sebanyak 192 orang atau 55%.

Berdasarkan hasil analisis korelasi product moment menunjukkan bahwa ada hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku *impulsif buying*. Pada hal ini sama dengan yang dikatakan dengan Utami & Sumaryono (dalam Larasati dan Budiani, 2014) tentang kontrol diri, bahwa *impulsif buying* itu bisa ditekan dan dikurangi bila individu memiliki kontrol diri yang kuat. Pada hasil penelitian ini kontrol diri remaja berada pada kategori rendah dengan prosentase 65.3% sedangkan perilaku impulsif buying berada dikategori tinggi dengan prosentase 55%. Artinya rendahnya kontrol diri seseorang maka semakin tinggi atau meningkat perilaku *impulsif buying* yang dilakukan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Sumaryono dan Utami (2008) menyatakan pembeli yang mengalami kehilangan kontrol diri terhadap perilakunya sehingga menghasilkan pembelian impulsif. Implikasi dari kepemilikan kontrol diri pada konsumen akan terasa dalam proses pembuatan keputusan pembelian. Oleh karena itu kontrol diri menjadikan individu dapat

memandu, mengarahkan dan mengatur perilakunya dengan kuat yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif (dalam Diba, 2015). Tingginya kontrol diri seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang maka, semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang Ghufron dan Rini (2010). Sejalan dengan pendapat Mulyono (2013) Faktor gender, usia dan penghasilan adalah tiga faktor internal diri.

Pada penelitian ini Faktor usia yang mempengaruhi lemahnya kontrol diri, sehingga perilaku *impulsif buying* meningkat banyak terjadi pada mahasiswa yang usianya 18-21 tahun hampir 98 orang atau 51.1%. Sejalan dengan pendapat Mulyono (2014) masa itu adalah usia yang akan menginjak dewasa awal mereka memiliki kontrol diri yang baik, karena ketika individu berusaha memenuhi kebutuhannya maka ia tidak melakukan hal yang menyimpang, karena semakin bertambahnya usia seseorang maka akan diikuti dengan bertambahnya kematangan dalam berpikir, bertindak serta mengambil keputusan

Selain faktor usia adapun peran gender (jenis kelamin) yang mempengaruhi tingginya perilaku *impulsif buying* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah jember banyak dilakukan oleh kaum perempuan bila dibandingkan dengan laki-laki yaitu 142 orang atau 85.84% dari total keseluruhan mahasiswa yang memiliki perilaku *impulsif buying* sebanyak 192 orang. Menurut Loudon & Bitta (Utami & Sumaryono dalam Hanifah, 2014) mengatakan bahwa remaja putri cenderung lebih impulsif dibandingkan remaja putra. Ini disebabkan remaja putri sering membantu keluarga berbelanja, baik untuk keperluan keluarga

maupun untuk keperluan dirinya sendiri contohnya kosmetik, cat rambut, alat-alat kecantikan, pakaian dan makanan. Alasan lainnya remaja putri banyak melakukan pembelian dikarenakan aktifitas yang dipilih adalah *mall*. Pernyataan tersebut diperkuat Dari hasil riset Mark Plus Insight pertengahan 2010 terhadap 1.301 responden perempuan, terlihat bahwa aktivitas favorit perempuan yang dilakukan bersama teman adalah *shopping* (46,4 %) dan *hangout* (46,1 %), di mana lokasi utama yang dipilih adalah mall (dalam Hanifah, 2015).

Sedangkan dari sisi pendapatan (uang saku), responden yang memiliki uang saku lebih tinggi lebih rentan melakukan *impulsif buying*. Seperti responden yang memiliki uang saku 1000.000-1.800.000 sebanyak 125 orang atau 65,1%. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Wathani (2009) bahwa uang saku berhubungan positif dengan kecenderungan perilaku *impulsif buying* pada konsumen muda. Selain itu alasan remaja sering melakukan pembelian *impulsif buying* dikarenakan masa remaja masih pada masa pencarian identitas. Sesuai pendapat Tifani (2014) mengatakan remaja merupakan masa pencarian identitas dimana remaja berada dalam kontinum antara *identity* and *identity confusion*.

Pada pencarian identitas itulah, remaja dalam melakukan *impulsif buying* didasarkan karena adanya motif kebutuhan. Kaitanya dengan perilaku pembelian dengan kebutuhan yaitu manusia dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. Kepuasan dapat diperoleh dengan berbagai cara seperti menikmati, membeli, memakai, membuang, menonton,

melihat, menghabiskan, mendengar, memperhatikan, dan lainnya. Tujuan dari konsumsi yang dilakukan oleh individu adalah untuk memenuhi kebutuhannya (dalam Apriliyadi, 2015). Berdasarkan hal itu motif kebutuhan remaja melakukan pembelian impulsif berada pada tahapan kebutuhan sosial dalam teori hirarki Maslow. Artinya pada tahapan hirarki ini remaja ditempatkan pada motif untuk bisa diterima oleh kelompoknya, di samping juga seks dan cinta romantis. Pada hirarki kebutuhan ini pemasar dapat memanfaatkan kebutuhan konsumen (remaja) ini dengan mengiklankan produk-produk seperti pakaian, kosmetik, dan paket wisata dengan menekankan bahwa pembelian produk tersebut dapat membawa kecintaan (dalam Apriliyadi, 2015).

Pada hasil penelitian ini sumbangan kontrol diri mempengaruhi *impulsif buying* sebesar 1,4% (berdasarkan hasil *R. Square*) dan sisanya 98,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Artinya kecenderungan *impulsif buying* tidak hanya dipengaruhi oleh kontrol diri, melainkan ada banyak faktor yang mempengaruhi *impulsif buying*. Sejalan dengan pendapat Larasati (2014) *impulsif buying* juga dipengaruhi oleh faktor produk yang mana produk tersebut memiliki harga yang murah, memiliki ukuran yang kecil atau ringan, kecakapan pemasaran yang mencakup *service outlet* yang baik, pemasangan iklan, pembelian barang yang dipamerkan, jarak kedekatan dari toko serta karakteristik konsumen yang meliputi usia, gender maupun sosio-ekonomi.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri dengan seluruh aspek yang terkandung didalamnya memberikan pengaruh terhadap perilaku *impulsif buying* bagi remaja, akan tetapi ada faktor lain yang

mempengaruhi *impulsif buying* misalnya konformitas, lingkungan keluarga dan atmosfer lingkungan toko.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kontrol diri dengan *impulsif buying* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember ($F = 4.975$, $p < 0.05$), *Impulsif buying* dipengaruhi oleh kontrol diri sebesar 1.4%. Selain itu penelitian ini mengukur aspek kontrol diri terhadap perilaku *impulsif buying* berdasarkan usia 18-21 tahun sebanyak 98.51 %, aspek jenis kelamin perempuan lebih tinggi dari pada pria sebesar 85.64 % dan pendapatan (uang saku) pada rentangan 1.000.000-1.800.000 sebanyak 65.1 %.

SARAN

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Remaja

Bagi remaja yang memiliki perilaku pembelian impulsif yang tinggi sebaiknya lebih mengoptimalkan kontrol dirinya, sehingga dapat mengevaluasi dan berpikir secara rasional dalam membuat keputusan yang tepat. Bagi remaja yang kontrol dirinya rendah dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan konsep dirinya sehingga mampu menilai dirinya sehingga tidak terpengaruh oleh faktor dari luar dirinya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih menentukan variabel-variabel yang terkait dengan pembelian impulsif dari faktor eksternal misalnya display

toko, karakteristik konsumen, pola asuh dan persuasi pramuniaga toko, sehingga dapat memperkaya ragam informasi khususnya di bidang psikologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anin F.A., BS. Rasimin., Atamimi. N.(2015). Hubungan *self monitoring* dengan *impulsive buying* terhadap produk *fashion* pada remaja. *Jurnal Psikologi*. Vol. 35., No.2, 181-193.
- Apriliyadi. A. (2015). *Penerapan model hirarki kebutuhan maslow pada perilaku konsumsi Universitas Brawijaya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Naskah Publikasi.
- Bashir. S., Zeeshan . M., Sabbar ., (2013) Impact of cultural values and life style on impulse buying behavior. *Journal international review of Management And Bussines Reserch*. Vol. 2. No. 1, 193-200
- Diba. S. D., (2014). Peranan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja berdasarkan perbedaan jenis kelamin di samarinda. *Jurnal Psikologi*. Vol. 1. No.3, 313-323
- Fatimah. S., (2013). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonis pada mahasiswi di surakarta. Naskah Publikasi
- Hanifah., (2015). Hubungan antara konformitas dengan pembelian impulsif pada remaja putri. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Naskah Publikasi
- Larasati. A. M., (2014). Hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pakaian pada mahasiswi psikologi universitas negeri surabaya yang melakukan pembelian secara *online*. *Jurnal Psikologi*. Vol. 2., No.3, 1-7
- Mulyono.F., (2013) Faktor demografi dalam pembelian impulsif. Fakultas Ilmu sosial dan Politik. Universitas Katolik Parahyangan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.8., No. 1., 88-105
- Saputri. R. Herlina. (2016). Hubungan Antara *Fashion Involvement* Dan *Impulsive Buying* Dengan Harga Diri (*Self Esteem*) Pada Remaja Di Sman 2 Samarinda. *Jurnal Psikologi*. Vol.4, No.2, 240-250
- Thifani. (2014). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif membeli pakaian diskon pada mahasiswi fakultas hukum universitas sriwijaya palembang. *Jurnal Ilmiah Psikologi*. Vol.8 No.2, 90-100

Utami. R. O. & Rastini. M. N. (2015).Pengaruh variabel demografi, kualitas layanan, atmosfer toko pada impulse buying di hypermart mal. Vol. 4. No.5.,1229-1237

Utami. A. F. & Sumaryono., (2008). Pembelian Impulsif ditinjau dari kontrol diri dan jenis Kelamin Pada remaja. *Jurnal Psikologi*. Vol.3. No. 1., 46-58

IDENTITAS PENELITI

Nama : Isma Nurdiana

Alamat : Jln Kaca Piring Gang 1 Gebang

No.HP : 085649372050