

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS
KELOMPOK DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI *E-
COMMERCE* PADA MAHASISWA DIMASA PANDEMI COVID-19**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
Pada Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi**

Oleh:

Nadya Ratnasari

F100170032

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN
HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS KELOMPOK
DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI *E-COMMERCE* PADA
MAHASISWA DIMASA PANDEMI COVID-19

NASKAH PUBLIKASI

Oleh:

NADYA RATNASARI
F100170032

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



Dra. Juliani Prasetyaningrum, M.Si, Psikolog
NIK.NIDN: 335/0617075901

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS KELOMPOK
DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI *E-COMMERCE* PADA
MAHASISWA DIMASA PANDEMI COVID-19

Yang diajukan oleh :

NADYA RATNASARI
F 100 170 032

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal
31 Mei 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Sidang

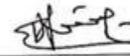
Dra. Juliani Prasetyaningrum, M.Si, Psikolog

Penguji I

Dr. Daliman, SU

Penguji II

Dra. Zahrotul Uyun, M.Si



Surakarta, 22 Juli 2022

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan,



Prof. Taufik, M.Si., Ph.D
NIK.NIDN: 799/0629037601

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yang Menyatakan

Surakarta, 18 Mei 2022



Nadya Ratnasari

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS KELOMPOK DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI *E-COMMERCE* PADA MAHASISWA SELAMA PANDEMI COVID-19

Abstrak

Pada pandemi awal kemunculan pandemi covid-19 berdampak pada perubahan perilaku dalam berbelanja pada masyarakat, pada saat adanya peraturan pembatasan kegiatan diluar rumah menyebabkan meningkatnya pembelanjaan secara online yang meningkatkan pembelian impulsif pada mahasiswa dan kurangnya kontrol diri serta meningkatnya konformitas pada kelompok. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis statistik Regresi Linear Berganda yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kontrol diri dan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif mahasiswa dimasa pandemi covid-19. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berusia 18-22 tahun, dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 104 mahasiswa. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Random Sampling* dengan alat ukur berupa Skala Pembelian Impulsif, Skala Kontrol Diri, dan Skala Konformitas Kelompok. Hipotesis mayor penelitian ini yaitu Adanya hubungan signifikan antara kontrol diri dan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif melalui e-commerce pada mahasiswa dimasa pandemi covid-19. Adapun hipotesis minor (1) adanya hubungan negative signifikan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif melalui e-commerce, dan (2) adanya hubungan positif signifikan antara konformitas kelompok dengan pembelian impulsif melalui e-commerce. Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis mayor diterima artinya ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif melalui e-commerce. Sedangkan hipotesis minor (1) juga terbukti ada hubungan negative signifikan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif dan hipotesis minor (2) terbukti hubungannya positif signifikan antara konformitas kelompok dengan pembelian impulsif. Sumbangan efektif kontrol diri dan konformitas kelompok terhadap pembelian impulsif sebesar 24,4%. Kontrol diri memberikan kontribusi 21% dan konformitas kelompok 3,4% sisanya 75,6% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti keluarga, budaya dan kepribadian. Tingkat pembelian impulsif pada subjek termasuk dalam kategori sedang, tingkat kontrol diri pada subjek termasuk dalam kategori tinggi, dan tingkat konformitas kelompok pada subjek termasuk dalam kategori rendah.

Kata Kunci: pembelian impulsif, kontrol diri, konformitas kelompok, mahasiswa, pandemi covid-19

Abstract

At the beginning of the emergence of the COVID-19 pandemic, it had an impact on changing behavior in shopping in the community, when regulations limiting

activities outside the home caused an increase in online shopping which increased impulsive buying in students and a lack of self-control and increased conformity in groups. This study is a quantitative study using the Multiple Linear Regression statistical analysis method which aims to determine the relationship between self-control and group conformity with student impulse buying during the covid-19 pandemic. The population in this study were active students of Muhammadiyah University of Surakarta aged 18-22 years, with a total sample of 104 students. The sampling technique used is Purposive Random Sampling with measuring instruments in the form of Impulsive Purchase Scale, Self Control Scale, and Group Conformity Scale. The major hypothesis of this study is that there is a significant relationship between self-control and group conformity with impulse buying through e-commerce for college students during the covid-19 pandemic. The minor hypotheses (1) there is a negative relationship between self-control and impulse buying through e-commerce, and (2) there is a positive relationship between group conformity and impulsive buying through e-commerce. Based on the results of data analysis, the major hypothesis is accepted, meaning that there is a significant relationship between self-control and group conformity with impulse buying through e-commerce. While the minor hypothesis (1) also proved that there was a significant negative relationship between self-control and impulse buying and the minor hypothesis (2) There was a significant positive relationship between group conformity and impulsive buying. The effective contribution of self-control and group conformity to impulse buying is 24.4%. Self-control contributed 21% and group conformity 3.4%, the remaining 75.6% was influenced by other factors, such as family, culture and personality. The level of impulse buying on the subject is included in the medium category, the level of self-control in the subject is included in the high category, and the level of group conformity on the subject is included in the low category.

Keywords: impulse buying, self-control, group conformity, students, covid-19 pandemic

1. PENDAHULUAN

Pada akhir tahun 2019 muncul infeksi peradangan paru-paru misterius yang dikenal dengan nama *Coronavirus disease* (COVID-19) yang menyebar diseluruh dunia, termasuk negara Indonesia. Adanya COVID-19 yang terus meningkat dan obat belum ditemukan, maka solusi yang dilakukan pemerintah untuk pencegahan

penyebaran virus COVID-19 dengan memberlakukan pembatasan sosial berskala besar. Pada situasi saat itu membuat banyak orang melihat adanya sebuah kesempatan untuk memulai bisnis yang menjanjikan, sehingga mengakibatkan berkembangnya online shopping yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat untuk mendapatkan sesuatu hal yang diharapkan. Kekhawatiran juga ketakutan akibat adanya pandemi covid-19 mengakibatkan pemerintah menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk semua aktivitas masyarakatan melalui online atau daring.

Peraturan yang ditetapkan mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menimbulkan dampak yang cukup berarti terhadap sikap jenuh masyarakat Indonesia. Pengalihan dari sikap ini biasanya disalurkan dengan cara berselancar di media sosial. Fitur media sosial yang sangat beragam seperti menyediakan tempat untuk mempublikasikan berbagai macam hal salah satunya yaitu sebagai tempat berbelanja online. Dilansir dari katadata.co.id, melalui survey The Development Bank of Singapore yang melibatkan 545 responden, menunjukkan hasil adanya kenaikan pembelian barang, pada saat sebelum pandemi COVID-19 sebesar 24% melalui sistem belanja online menjadi sebesar 66% pada saat pandemi COVID-19 (Ekarina, 2020).

Hal yang dapat mendorong terjadinya pembelian impulsif (*impulsive buying*) yang diakibatkan oleh kecenderungan emosional individu untuk melakukan pembelian tanpa pertimbangan. (Hanurawan, 2018) Salah satu strategi para pemilik usaha dalam meningkatkan usahanya adalah dengan menentukan sasaran marketing. Kelompok usia yang paling diincar oleh para pemilik usaha adalah kelompok usia masyarakat melek teknologi, yaitu kelompok usia remaja hingga dewasa awal. Para mahasiswa yang berada pada rentang usia kelompok remaja dan dewasa awal tidak terlepas dari perilaku pembelian impulsif yang disebabkan oleh pengaruh lingkungan kelompok untuk mengikuti trend sebagai sebuah bentuk kekompakan kelompok.

Verplanken & Herabadi (2001) menunjukkan bahwa *impulsive buying* adalah pembelian irasional yang berkaitan dengan pembelian secara spontan dan cepat, diikuti dengan konflik batin dan memacu emosional. (Hashmi, Attiq, & Rasheed, 2019) mendefinisikan perilaku *impulsive buying* sebagai keinginan atau keputusan spontan untuk membeli suatu produk. *Impulsive buying* online tersebut merangsang konsumen untuk membeli produk tanpa memiliki informasi yang memadai tentang produknya, Ada 2 aspek pembelian impulsif menurut (Verplanken & Herabadi, 2001), yaitu Aspek Kognitif yang merupakan kurangnya pertimbangan dan faktor perencanaan saat membeli. Kemudian ada aspek Afektif yang merupakan dorongan emosional yang meliputi kesenangan, kegembiraan, keinginan untuk membeli berulang kali (*compulsive*), tidak terkendali, kepuasan, kekecewaan, dan penyesalan.

Averill (1973) menganggap kontrol diri sebagai variabel psikologis sederhana karena mencakup tiga konsep yang berbeda tentang kemampuan mengontrol diri sendiri, yaitu kesanggupan individu dalam mengubah perilaku, kesanggupan individu dalam memilah informasi yang tidak diinginkan melalui interpretasi, dan kesanggupan individu dalam mengatur tindakan berdasarkan keyakinan mereka. (Averill, 1973) menjabarkan aspek kontrol diri, diantaranya sebagai berikut : 1) Kontrol perilaku (*behavioral control*), yaitu keadaan yang ada pada seseorang untuk memodifikasi perilaku yang tidak baik atau kurang kondusif menjadi lebih baik atau kondusif. 2) Kontrol kognitif (*cognitive control*), yaitu sebuah cara untuk menentukan, mengevaluasi juga mengkomparasi kondisi atau peristiwa kedalam satu kerangka kognitif. Kontrol kognisi adalah cara seseorang melakukan pengolahan informasi yang tidak sesuai dengan kebutuhannya dengan tujuan untuk meminimalisir paksaan.. 3) Mengontrol keputusan (*decision control*), yaitu kondisi dimana seseorang bisa membuat pilihan dan juga menetapkan tujuannya. Kemampuan ini bisa berjalan dengan semestinya apabila orang tersebut diberikan peluang, kebebasan, dan pilihan-pilihan lain ketika melaksanakan satu tindakan.

Santrock (1998) mengatakan konformitas kelompok berarti kondisi seseorang yang meniru atau mencontoh perilaku atau sikap yang dilakukan orang lain dalam kelompoknya karena pengaruh atau kesan yang diperlihatkan oleh kelompoknya. Definisi konformitas itu sendiri merupakan sebuah proses penyesuaian tindakan atau perilaku yang didasarkan pada norma yang berlaku dalam sebuah kelompok di lingkungan sosial (Baron & Byrne, 2005). Menurut Baron dan Byrne (2000) dua aspek dalam konformitas dapat diuraikan sebagai berikut. Pertama, aspek normatif yang dikatakan sebagai jenis pengaruh sosial berdasarkan kecenderungan individu untuk diterima di dalam sebuah kelompok. Konformitas ini juga dikenal sebagai perilaku normatif, karena jenis pengaruh sosial mencakup upaya mengubah sikap dalam memenuhi keinginan orang lain dan penerimaan positif individu dalam kelompok agar diterima. Kedua, aspek informatif yang dapat dikatakan sebagai adanya perubahan penyesuaian anggapan, kepercayaan ataupun sikap individu karena menerima informasi yang dinilai bermanfaat dari suatu kelompok.

Berdasarkan uraian diatas, muncullah pertanyaan dari peneliti “Apakah terdapat hubungan antara Kontrol Diri dan Konformitas Kelompok dengan Pembelian Impulsif melalui *e-commerce* pada mahasiswa dimasa pandemi covid-19?”. Tujuan dari penelitian, yaitu 1) Mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif *e-commerce* pada mahasiswa 2) Mengetahui apakah ada hubungan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif melalui *e-commerce* pada mahasiswa dan 3) Mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan konformitas kelompok pada mahasiswa. Berdasarkan pada penjelasan diatas, peneliti mengusulkan hipotesis mayor, yaitu adanya hubungan signifikan antara kontrol diri dan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif melalui *e-commerce* pada mahasiswa dimasa pandemi COVID-19. Sedangkan untuk hipotesis minor, yaitu adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pada mahasiswa, semakin rendah kontrol diri pada mahasiswa sehingga semakin tinggi tingkat pembelian impulsif melalui *e-commerce* pada mahasiswa. Dan adanya hubungan positif antara konformitas

dengan pembelian impulsif pada mahasiswa. Semakin tinggi tingkat konformitas mahasiswa maka semakin tinggi pula tingkat pembelian impulsif melalui *e-commerce* pada mahasiswa.

Berdasarkan dari penelitian ini, terdapat adanya manfaat, baik untuk peneliti sendiri, yaitu dapat mengetahui mengenai hubungan diantara kontrol diri dan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif melalui *e-commerce* pada mahasiswa di masa pandemi COVID-19. Kedua, untuk penelitian selanjutnya, maksud dari penelitian yang dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai hubungan antara kontrol diri dan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif melalui *e-commerce* pada mahasiswa dimasa pandemi COVID-19, sehingga para mahasiswa dapat menggunakan informasi tersebut sebagai pertimbangan dalam pembelian barang atau produk agar tidak terjadinya pembelian impulsif. Ketiga penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan dengan menggunakan angka melalui prosedur pengukuran data dan diolah dengan metode analisis statistika (Azwar S. , 2019). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X1) yaitu kontrol diri, dan variabel bebas (X2) yaitu konformitas. Sedangkan pembelian impulsif. yaitu variabel terikat (Y). Populasi yang diteliti adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) dengan jumlah 18.822 mahasiswa. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebesar 106 responden dengan kriteria mahasiswa yang memiliki usia 18-22 tahun.

Pengumpulan data menggunakan skala kontrol diri, konformitas dan pembelian impulsif yang berisi beberapa pernyataan untuk mendapatkan informasi dari responden. Pengambilan data sampel dilakukan dengan menggunakan metode online melalui *google form*. *Google form* akan dibagikan melalui sosial media

menggunakan link dan kemudian dibagikan kepada subjek. Alat yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. kuesioner menggunakan skala dengan model *likert*, komponen pernyataan yang disajikan *favourable* dan *unfavourable*. Setiap item dalam pernyataan tersebut mengandung lima jawaban yaitu Sangat Relevan (SR); Relevan (R); Agak Relevan (AR); Tidak Relevan (TR); dan Sangat Tidak Relevan (STR).

Penelitian ini memakai validitas isi dan validasi memakai pendapat para ahli (*expert judgment*) berdasarkan penilaian tiga dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dinyatakan valid apabila instrumen dalam penelitian sesuai dengan kriteria $V \geq 0,60$ serta instrumen penelitian dikatakan valid jika $V < 0,60$.

Reliabilitas yaitu sejauh mana hasil dari suatu pengukuran dapat diterima atau dipercaya (Azwar S. , 1997). Pada penelitian ini uji reliabilitas yang akan digunakan menggunakan SPSS. *Cronbach Alpha*. Instrumen dalam sebuah penelitian dikatakan reliable apabila nilai Cronbach's Alpha > 0.6 . Sedangkan nilai Cronbach's Alpha < 0.6 dikatakan tidak reliable (Ghozali, 2011). Dari hasil uji reliabilitas dengan formula *Alpha Cronbach's* didapatkan hasil dari skala pembelian impulsif mendapatkan nilai koefisien sebesar 0,784, pada perhitungan skala kontrol diri diperoleh nilai koefisien sebesar 0,967, dan pada perhitungan skala konformitas kelompok diperoleh nilai koefisien sebesar 0,903.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik regresi linear berganda, Dimana teknik regresi berganda ini merupakan teknik untuk mengetahui hubungan antara variabel tergantung (*dependent*) yaitu pembelian impulsif dan dua atau lebih variabel bebas (*independent*) yaitu kontrol diri dan konformitas kelompok.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas, Linearitas dan Regresi Linear Berganda

Uji	Variabel	Hasil	Keterangan
Normalitas	Kontrol Diri	0,376	Normal
	Konformitas Kelompok	0,771	Normal
	Pembelian Impulsif	0,559	Normal
Linearitas	Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif	(F) = 28,529 dengan <i>Linierity sig</i> 0,000	Linear
	Konformitas Kelompok dengan Pembelian Impulsif	(F) = 3,733 dengan <i>Linierity sig</i> 0,057	Linear
Hipotesis	Kontrol Diri dengan Pembelian impulsif	(r) = 0,459 dengan <i>Sig</i> (<i>I-tailed</i>) 0,030	Hubungan negatif
	Konformitas Kelompok dengan Pembelian Impulsif	(r) = 0,185 dengan <i>Sig</i> (<i>I-tailed</i>) 0,000	Hubungan positif
	Kontrol Diri dan Konformitas Kelompok dengan Pembelian Impulsif	(F) = 13,500 dengan <i>Sig</i> 0,000	Berhubungan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel pembelian impulsif, terdapat nilai *sig* $0,376 > 0,05$. Pada variabel kontrol diri terdapat nilai *sig* $0,771 > 0,05$. Dan pada variabel konformitas teman sebaya terdapat nilai *sig* $0,559 > 0,05$. Sehingga, sebaran data dari ketiga variabel pada penelitian diartikan terdistribusi secara normal.

Kemudian uji linearitas diperoleh nilai (F) 28,529 *Sig. linearity* sebesar $0,000 > 0,05$ dan *deviation from linearity* $0,301 > 0,05$. Maka dapat dibuktikan bahwa variabel Kontrol Diri dan variabel Pembelian Impulsif mempunyai hubungan yang

linear. Variabel Konformitas kelompok dan variabel Pembelian Impulsif, dilihat dari tabel analisis variansi diperoleh nilai (F) 3,733 *Sig. linearity* sebesar $0,057 < 0,05$ dan *deviation from linearity* $0,0332 < 0,05$. Sehingga peneliti menyimpulkan variabel Konformitas dan variabel Pembelian Impulsif mempunyai hubungan yang linear.

Berdasarkan hasil hipotesis mayor analisis variabel kontrol diri dan konformitas dengan pembelian impulsif dilihat dari nilai (F) = 13,500 dengan *Sig* $0,000 < 0,05$ yang dapat disimpulkan adanya hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif. Natarajan dan Goff (LaRose, 2001) menyatakan bahwa kontrol diri yang rendah menyebabkan terjadinya pembelian impulsif. Hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ernayanti & Marheni, 2017) yang menunjukkan bahwa pembelian impulsif pada remaja dapat berpengaruh positif selaras dengan konformitas.

Sedangkan untuk hipotesis minor hasil analisis variabel kontrol diri dengan variabel pembelian impulsif dapat diketahui nilai korelasi (r) = -0,459 dengan *Sig (1-Tailed)* $0,030 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif. Sejalan dengan penelitian Roberts dan Manolis (2012) menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki hubungan yang negatif signifikan dengan pembelian impulsif yang ditandai dengan dua keadaan, yaitu kontrol diri seorang individu yang tinggi menyebabkan pembelian impulsif yang rendah, dan sebaliknya.

Sedangkan untuk variabel konformitas dengan variabel pembelian impulsif berdasarkan nilai korelasi (r) = -0,185 dengan *Sig (1-Tailed)* $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas kelompok dengan pembelian impulsif. sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adri, Setiawan & Methindo (2021) mengatakan konformitas kelompok mempengaruhi pembelian impulsif hingga 73,1%, yang menyatakan kontribusi konformitas kelompok relatif besar terhadap pembelian impulsif.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa pada variabel pembelian impulsif diperoleh rerata empiric (RE) sebesar

46,66 dan nilai rerata hipotetik (RH) sebesar 51 yang artinya memiliki tingkat pembelian impulsif yang sedang. Nilai rerata empirik (RE) pada variabel kontrol diri yaitu sebesar 79,34 dan nilai rerata hipotetik (RH) sebesar 69 yang artinya memiliki kontrol diri yang tinggi. pada variable konformitas kelompok berdsarkan nilai rerata empiric (RE) sebesar 32,52 dan nilai rerata hipotetik (RH) sebesar 39 yang artinya memiliki konformitas yang rendah.

Sumbangan efektif kontrol diri dan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif pada mahasiswa dilihat pada tabel *Measures of Association* pada nilai *R Square* menunjukkan hasil variabel kontrol diri sebesar 0,210 dan konformitas 0,034. Yang artinya kontrol diri mempengaruhi pembelian impulsif sebesar 21% dan konformitas mempengaruhi pembelian impulsif pada mahasiswa sebesar 3,4%. Sisanya 75,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti seperti lingkungan sosial pertemanan, jenis kelamin, lingkungan masyarakat, keluarga, budaya dan kepribadian.

Pada penelitian ini terdapat kelemahanya yaitu saat penyebaran instrument untuk pengambilan data menggunakan *google form* dan peneliti tidak bisa memantau apakah responden menjawab sesuai keadaan atau tidak, maka peneliti tidak bisa menghindari masalah bias pada respons dan hasil penelitian. Kemudian jumlah responden yang mengisi kuesioner tidak seimbang, mayoritas berjenis kelamin perempuan.

4. PENUTUP

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas menyatakan bahwa hipotesis mayor yang diajukan peneliti diterima, terdapat hubungan signifikan antara kontrol diri dan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif melalui e-commerce pada mahasiswa dimasa pandemi covid-19. Pada hipotesis minor yang diajukan oleh peneliti yaitu variabel kontrol diri dengan pembelian impulsif juga diterima sehingga dapat diartikan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan yang artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah pembelian impulsif dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pembelian impulsif.

Sedangkan hipotesis minor pada variabel konformitas kelompok dengan pembelian impulsif juga diterima yang artinya adanya hubungan positif signifikan yang artinya semakin tinggi konformitas kelompok maka semakin tinggi pula pembelian impulsif dan sebaliknya semakin rendah konformitas kelompok maka semakin rendah pembelian impulsif. pada hasil data penelitian membuktikan ketegorisasi untuk tingkat pembelian impulsif memiliki kategori sedang. Pada kategorisasi variabel kontrol diri mendapatkan kategori tinggi. Sedangkan pada tingkat kategorisasi variabel konformitas kelompok memiliki kategori rendah. Sumbangan efektif pada variabel kontrol diri dan konformitas kelompok dengan pembelian impulsif sebesar 24,4% yaitu dengan rincian dari variabel kontrol diri sebanyak 0,210% dan dari variabel konformitas kelompok sebesar 0.034%. dan sisanya sebanyak 75,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian seperti lingkungan sosial pertemanan, lingkungan masyarakat, keluarga, budaya, dan kepribadian.

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas maka peneliti memberikan saran bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta peneliti mengharapkan agar mahasiswa dapat menurunkan pembelian impulsif dengan meningkatkan kontrol dirinya agar membatasi pembelian saat ada barang yang sedang diskon dan dapat mempertimbangkan kebutuhannya yang penting terlebih dahulu sebelum membeli seperti membuat daftar belanja, selain itu mahasiswa juga dapat menurunkan konformitas kelompok dengan cara mencari relasi pertemanan yang positif dengan mengikuti kegiatan yang ada dikampus yang dapat meningkatkan pengetahuan tentang diri, sehingga memunculkan rasa percaya dengan kemampuan diri sendiri, dan tidak selalu menggantungkan semua perilaku dan tindakan harus sama dengan teman. Bagi perguruan tinggi atau instansi tempat penelitian diharapkan untuk lebih mengarahkan kegiatan kemahasiswaan seperti mengadakan kegiatan seminar yang terkait dengan kontrol diri, konformitas kelompok dan pembelian impulsif sehingga mahasiswa dapat memahaminya, selain itu perguruan tinggi bisa mengadakan forum-forum diskusi terbuka bersama mahasiswa untuk membahas permasalahan terkait dengan kontrol diri, konformitas kelompok, pembelian impulsif pada mahasiswa. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel kontrol diri dan

konformitas kelompok sebagai penelitian setelah pandemi covid-19, dan juga bisa menggunakan variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian, agar dapat memperhatikan lebih luas tentang faktor-faktor yang dapat memberi pengaruh kepada variabel pembelian impulsif.

DAFTAR PUSTAKA

Adri, E. V., Setiawan, D., & Methindo, O. (2021). Relationship of Conformity with Adolescent Impulsion Buying Behavior on Fashion Products in Marketplace with Self-Control as a Moderating Variable. *TAZKIYA: Journal of Psychology*, 9(2), 133-143

Averill, J. R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli and Its Relationship to Stress. *Psychological Bulletin*, 80(04).

Azwar, S. (1997). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI).

Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial* (Jilid dua (edisi ke sepuluh ed.)). (M. M. Ratna Djuwita, Trans.) Jakarta: Erlangga.

Ekarina. (2020). *Pandemi Ubah Perilaku Belanja: Non-Pangan E-commerce Naik, Mal Anjlok Artikel Diambil Kembali Dari Katadata.co.id*. Retrieved from <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5f7efbf709045/pandemi-ubah-perilaku-belanja-non-pangan-e-commerce-naik-mal-anjlok>

Ernayanti, N. M., & Marheni, A. (2017). Peran konformitas teman sebaya dan self monitoring terhadap impulsive buying pada remaja madya putri di denpasar. *Jurnal Psikologi Unadaya*, 000.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hanurawan, F. (2018). *Psikologi Sosial Terapan* (1st ed.). Rajawali Pers.

Hashmi, H., Attiq, S., & Rasheed, F. (2019). Factors affecting online impulsive buying behavior: A stimulus organism response model approach. *Market Forces*, 14(1).

LaRose, R. (2001, April). On The Negative Effects Of E- Commerce : A Sociocognitive Exploration Of Unregulated On-Line Buying. *Journal Of Computer Mediated Communication*, 6(3). Retrieved from <http://jcmc.indiana.edu/vol6/issue3/larose.htm>

Roberts, J., & Manolis, C. (2012). Cooking Up A Recipe For Self-Control: The Three Ingredients Of Self-Control And Its Impact On Impulse Buying. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 173-188.

Santrock, J. W. (1998). *Adolescence* (7 ed.). New York: McGraw-Hill.

Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1), 71-83.