

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PEMBELIAN
IMPULSIF PRODUK FASHION ONLINE PADA MAHASISWI**



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

Diajukan Oleh:

Amelia Putri Aprilawati

F100120061

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

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PEMBELIAN
IMPULSIF PRODUK FASHION ONLINE PADA MAHASISWI**

PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan oleh:

Amelia Putri Aprilawati

F100120061

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Achmad Dwityanto S.Psi, M.Si

NIP/NIDN. 805/0609106802

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PEMBELIAN
IMPULSIF PRODUK FASHION ONLINE PADA MAHASISWI**

Yang diajukan oleh:

AMELIA PUTRI APRILAWATI

F 100 120 061

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 21 Juli 2017
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Penguji Utama

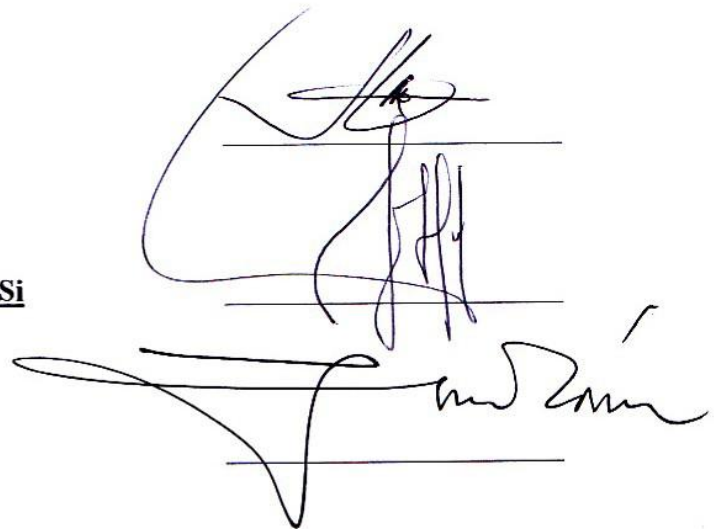
Achmad Dwityanto S.Psi, M.Si

Penguji Pendamping I

Dr. Yudhi Satria, SE., S.Psi., M.Si

Penguji Pendamping II

Drs. Mohammad Amir, M.Si



Surakarta, 21 Juli 2017

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi



Dr. Moordinarsih, M.Si.

NIP/NIDN: 876/0615127401

PERNYATAAN

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan. Apabila dilain waktu ditemukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan saya, maka saya bersedia menerima konsekuensinya.

Surakarta, 11 Juni 2017

Yang menyatakan



Amelia Putri Aprilawati

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION ONLINE PADA MAHASISWI

Abstrak

Setiap individu pasti akan memenuhi kebutuhan akan barang atau produk yang mereka perlukan sesuai dengan daftar belanjaan. Namun jika pembelian tersebut untuk berbelanja barang yang hanya untuk memenuhi keinginannya akan emosional dan dilakukan secara impulsif, belanja menjadi tidak wajar. Pembelian yang dilakukan tanpa rencana dan tiba-tiba merupakan pembelian impulsif. Salah satu faktor dari pembelian impulsif adalah kontrol diri. Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif produk fashion online pada mahasiswi. 2) Untuk mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswi. 3) Untuk mengetahui tingkatan pembelian impulsif. 4) Untuk mengetahui sumbangan efektif kontrol diri dengan pembelian impulsif produk fashion online pada konsumen mahasiswi. Populasi penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta dari angkatan 2013, 2014, 2015 dan 2016 berjumlah 625 orang. Sampel dalam penelitian ini mahasiswi yang berusia 18-21 tahun berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan incidental sampling. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pada mahasiswi. 2) tingkat kontrol diri tergolong tinggi. 3) tingkat pembelian impulsif tergolong rendah. 4) sumbangan efektif kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada mahasiswi sebesar 40,07%. Hal ini berarti 59,93% faktor lain mempengaruhi pembelian impulsif seperti motivasi, usia, pekerjaan.

Kata kunci : Kontrol diri, Pembelian Impulsif, Mahasiswi

Abstract

Each individual will definitely meet the need for the goods or products they need in accordance with the grocery list. But if the purchase is to shop for merchandise that is only to fulfill his desire to be emotionally and done impulsively, shopping becomes unnatural. Purchases made without a plan and suddenly are impulsive purchases. One factor is the self-control of the Impulsive purchase. The purpose of this study are: 1) To determine the relationship between self-control with impulsive purchases of online fashion products on female students. 2) To know the level of self-control in female students. 3) To know the level of impulsive purchases. 4) To know the effective contribution of self-control with impulsive purchases of fashion products online to female consumers. The population of this study are students of Psychology Faculty of University of Muhammadiyah Surakarta from generation 2013, 2014, 2015 and 2016 amount 625 person. The sample in this study coedaged 18-21 year samounted to 100 people. The sampling technique uses incidental sampling. The results of this study can be summarized as follows: 1) there is a very significant negative

relationship between self-control with impulsive purchases in female students. 2) the level of self control is high. 3) impulsive purchasing rate is slow. 4) Effective contribution of self control to impulse purchasing at female students is 40,07%. This means that 59.93% of other factors influence impulsive purchases such as motivation, age, occupation.

Keywords: Self Control, Impulsive Purchase

1. PENDAHULUAN

Setiap individu pasti akan memenuhi kebutuhan akan barang atau produk yang mereka perlukan sesuai dengan daftar belanjaan. Namun jika pembelian tersebut untuk berbelanja barang yang hanya untuk memenuhi keinginannya akan emosional dan dilakukan secara impulsif, belanja menjadi tidak wajar. Pembelian yang dilakukan tanpa rencana dan tiba-tiba merupakan pembelian impulsif.

Menurut Rook dalam Engel, Blacwell dan Miniard (1995), pembelian impulsif terjadi ketika konsumen mengalami desakan tiba-tiba kuat dan menetap untuk membeli sesuatu dengan segera. Pembelian impulsif menurut Kim (dalam Mulyono, 2013) bahwa individu ini tidak perlu mencari informasi tentang produk alternatif lebih banyak dan mengevaluasi alternatif produk yang telah diketahuinya.

Monks, dkk (2011) membagi masa remaja menjadi tiga fase, yaitu fase remaja awal 12-15 tahun, fase remaja madya 15-18 tahun, dan fase remaja akhir 18-21 tahun. Mahasiswa yang merupakan bagian dari remaja akhir. Kehidupan yang berbeda dengan saat sma membuat mahasiswa dapat mengikuti gaya atau penampilan orang lain dimana mereka berada. Selain itu, remaja biasanya mudah dipengaruhi oleh rayuan iklan, mudah terpengaruh oleh perubahan, serta cenderung boros dalam menggunakan uangnya (Sari, 2009).

Perusahaan Nielsen Indonesia menilai tren belanja di Indonesia semakin impulsif setiap tahunnya. Pernyataan ini berdasarkan riset yang dilakukan oleh perusahaan tersebut terhadap masyarakat lima kota besar di Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Surabaya, Makassar, dan Medan pada

tahun 2003 dan 2011 pada ritel modern (tempo.com). Kegiatan impulse buying di kota-kota besar di Indonesia disinyalir sekitar 35- 41 % pada hari kerja dan pada hari Sabtu dan Minggu jumlah tersebut meningkat menjadi 61%. Yadi Budhi Setiawan, Marketing (dalam Arifianti, 2010).

Perilaku pembelian tanpa ada rencana atau pembelian impulsif semakin menjadi trend pada masyarakat Indonesia. Survei yang menunjukkan peningkatan sebanyak 10 persen pada tahun 2013 dibanding tahun 2005 (Nielsen, 2013). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif menjadi trend pada masyarakat Indonesia. Berbelanja produk tidak hanya dilakukan di pasar tradisional, tetapi bisa dilakukan secara *online*. Salah satu keuntungan bertransaksi *online* dianggap praktis, cepat, dan mudah. Selain itu dapat meminimalkan pengeluaran dan memaksimalkan keuntungan. Alasan tersebut yang membuat banyak mahasiswa mencoba berbelanja secara *online*.

Mahasiswa merupakan individu yang mencari keahlian dan kemampuan tertentu. Namun karena mahasiswa hidup dalam lingkungan kampus yang memiliki berbagai macam karakter dan status sosial maka banyak mahasiswi yang melupakan kewajiban untuk mencari ilmu maupun pengetahuan sebanyak-banyak terkadang diajarkan tempat untuk berlaku kurang mengontrol diri dalam berbelanja (Gumulya & Widiastuti, 2013)

Menurut Utami dan Sumaryono (2008), pada proses pembelian perlu pertimbangan yang cermat dan mengevaluasi sifat produk secara fungsional. Tak selamanya konsumen melakukan pembelian secara rasional, terkadang muncul pembelian yang lebih didasari oleh keinginan yang timbul dalam emosi dalam diri individu. Thompson (dalam Smet, 1994) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki kontrol diri ketika mereka mampu mengenali apa yang dapat dan tidak dapat dipengaruhi yang ada dalam diri individu dalam sebuah situasi, keyakinan individu terhadap dirinya dalam mencapai hasil yang diinginkan dengan cara mengendalikan emosi dan dorongan-dorongan dari dalam dirinya. Di saat inilah mereka bisa atau tidak melakukan pemantauan terhadap dirinya. Widiana dkk, (2004) kontrol diri yang ada pada

diri seseorang tidaklah sama. Ada individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi dan ada yang memiliki kontrol diri yang rendah. Individu yang memiliki mekanisme yang dapat membantu dan mengarahkan perilaku.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif produk fashion online pada mahasiswa, untuk mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswa, untuk mengetahui tingkatan pembelian impulsif, untuk mengetahui sumbangan efektif kontrol diri dengan pembelian impulsif produk fashion online pada konsumen mahasiswa. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif produk fashion online pada mahasiswa.

2. METODE PENELITIAN

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berusia 18-21 tahun. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah incidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Skala pembelian impulsif disusun oleh Hanifah (2015), yang telah dimodifikasi oleh peneliti, mengacu berdasarkan aspek-aspek dari Engel dkk (2013) yaitu spontanitas; kekuatan, kompulsi, dan intensitas; kegairahan dan stimulasi; ketidakpedulian akan akibat. Terdapat 32 aitem, yang terdiri dari 20 aitem *favorable* dan 12 aitem *unfavorable*.

Skala kontrol diri yang disusun pendapat Averil, dkk (Ghufro & Risnawati, 2011), yang telah dimodifikasi oleh peneliti, yaitu kontrol perilaku (behavior control), kontrol kognitif (cognitive control), kontrol informasi (information control), kontrol keyakinan (retrospection control) dan kontrol keputusan (decisional control). Terdapat 32 aitem skala kontrol diri

dinyatakan layak untuk digunakan penelitian. Aitem yang layak terdiri dari 18 aitem *favorable* dan 14 aitem *unfavorable*.

Penelitian ini menggunakan teknik korelasi untuk menguji hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penghitungan teknik analisis product moment dari Pearson diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = -0,633$ dengan sig. 0,000; ($p < 0,01$). Nilai dari hasil tersebut menunjukkan ada hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif produk fashion online. Hasil ini juga seiring dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yaitu semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah pembelian impulsif produk online, sedangkan sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka akan semakin tinggi pembelian impulsif produk fashion online pada mahasiwi.

Hal ini sesuai dengan gagasan Ashfaq,dkk (2016) bahwa faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif adalah kontrol diri. Dimana pembelian impulsif seseorang dalam membeli dipengaruhi oleh kontrol diri. Bagozzi, dkk (Youn&Faber, 2000) tiga faktor kepribadian, kurangnya kontrol, reaksi stres, dan penyerapan, ditemukan terkait dengan kecenderungan membeli impulsif. Kurangnya kontrol menunjukkan bahwa karakteristik umum impulsivitas dapat menyebabkan tindakan impulsif dalam konteks konsumsi tertentu.

Hal ini sesuai dengan pendapat Gottfredson dan Hirschi (dalam Aroma, 2012) kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam menahan dan mengontrol tingkah laku sesuai dengan norma sosial. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu mengarahkan dan mengatur perilaku yang positif. Kontrol diri yang baik akan melakukan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan kesenangan saja. Sebaliknya yang memiliki kontrol diri buruk saat pembelian impulsif kan sering membeli barang-barang. Lin dan Chuang (2005) mengemukakan bahwa remaja yang memiliki emosional yang tinggi kemungkinan untuk melakukan pembelian impulsif

akan lebih rendah dibandingkan dengan remaja yang memiliki kecerdasan emosional rendah.

Berdasarkan variabel kontrol diri bahwa mahasiswi Psikologi Univeritas Muhammadiyah Surakarta memiliki kontrol diri yang tinggi. Hal tersebut dapat diartikan kontrol diri yang dimiliki mahasiswi menurut Widiana dkk, (2004) kontrol diri yang ada pada diri seseorang tidaklah sama. ada individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi dan ada yang memiliki kontrol diri yang rendah Individu yang memiliki mekanisme yang dapat membantu dan mengarahkan perilaku. Hal sama yang di kemukakan oleh Santrock (dalam Aviyah dan Farid, 2014) kontrol diri menggambarkan keputusan individu yang melakukan pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang diinginkan. Individu dengan kontrol diri tinggi cenderung akan menghindari perbuatan yang kurang baik. Individu akan menyeleksi keperluan yang penting terlebih dahulu. Didukung dengan pendapat Wiyani (2012) bahwa individu yang memiliki kontrol diri yang lebih baik akan bersikap lebih tenang, mampu menghadapi masalah dan lebih dapat berkonsentrasi.

Menurut Horney (dalam Sarwono, 2004) berpendapat bahwa remaja putri cenderung mudah terpengaruh bujukan teman untuk berbelanja, remaja putri memiliki emosi yang lebih tinggi melakukan pembelian impulsif. Mahasiswi sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri. Ini dikarenakan karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi, sehingga mahasiswi memang selalu dikaitkan dengan perilaku membeli yang impulsif karena pada masa perkembangannya mahasiswi memasuki periode baru dalam penyesuaian dirinya dan lebih memperhatikan penampilannya. Individu yang melakukan pembelian impulsif berlebih akan sering mengunjungi pusat perbelanjaan, mudah terbujuk teman dan penjual, mudah tergiur barang yang sedang ada potongan harga (Diba, 2013).

Ghufron dan Risnawati (2010) berpendapat faktor usia juga mempengaruhi seseorang dalam mengendalikan diri, karena semakin bertambah usia akan semakin baik kontrol diri seseorang. Individu akan dapat

mengontrol dalam pembelian impulsif yang dilakukan. Bagi mahasiswa yang termasuk dalam kategori remaja akhir adalah mereka dengan rentang usia 18-21 tahun, telah memiliki fungsi fisik, psikis dan kognitif yang berada pada tahap yang cukup bagus. Artinya mereka sudah dapat mengendalikan gejala dan tekanan yang dialami, serta mulai menemukan identitas dirinya. (Hurlock, 1994) Namun pada kenyataannya mereka masih mudah terpengaruh dengan hal-hal diluar dirinya. Pada pembelian impulsif, konsumen memiliki perasaan yang positif terhadap suatu barang yang dibeli sehingga memutuskan untuk membeli Mowen dan Minor (dalam Utami dan Sumaryono, 2008).

Berdasarkan kategorisasi kontrol diri tidak terdapat subjek penelitian yang berada di kategori sangat rendah dan rendah, subjek yang termasuk kategori sedang 41% (41 orang), subjek yang termasuk tinggi 59% (59 orang) dan tidak ada subjek yang berada di kategori sangat tinggi sebesar 0%. Hasil ini menunjukkan bahwa kontrol diri subjek sebagian besar termasuk tinggi. Hal ini berarti bahwa individu dapat mengontrol perilaku yang diperbuat saat bertindak laku dan berbuat. Menurut Thompson (Smet, 1994) mengatakan bahwa seseorang merasa memiliki kontrol diri ketika mereka mampu mengenal apa yang dapat dan tidak dapat dipengaruhi dalam diri individu.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh sumbahan kontrol diri terhadap pembelian impulsif sebesar 40,07% yang berarti terdapat 59,93% faktor lain yang mempengaruhi pembelian impulsif selain kontrol diri. Seperti kepribadian, konsep diri, motivasi, teman sebaya, usia, *gender*, pekerjaan, pendidikan.

Kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif. Penelitian ini tidak luput dari kelemahan kesulitan dan kendala dalam proses melakukan penelitian. Penelitian ini terdapat beberapa kelemahan diantaranya populasi yang digunakan masih kurang luas dan peneliti tidak mengetahui kondisi subjek yang sebenarnya, sehingga dimungkinkan terjadinya pengisian skala yang tidak jujur sehingga cenderung

menutup-nutupi informasi dan tidak sesuai dengan kondisi subjek yang sebenarnya.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan : 1) Ada hubungan negatif antara kontrol diri dengan pembelian impulsif produk online pada mahasiswi fakultas psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2) Tingkat kontrol diri pada mahasiswi tergolong tinggi. 3) Tingkat pembelian impulsif pada mahasiswi tergolong rendah. 4) Sumbangan efektif menunjukkan seberapa besar peran atau kontribusi kontrol diri terhadap pembelian impulsif. peran atau sumbangan efektif kontrol diri terhadap pembelian impulsif sebesar 40%.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka peneliti dapat memberikan saran, yaitu: 1) Kepada pemimpin Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta diharapkan agar memberikan informasi dan dampak dari pembelian impulsif serta arahan pada mahasiswi untuk mengikuti UKM yang ada di Fakultas Psikologi. 2) Mahasiswi diharapkan saat ingin belanja kebutuhan membuat daftar belanja terlebih dahulu, selektif saat memilih barang yang lebih dibutuhkan, serta dapat menabung dari uang yang diberikan orang tua. 3) Bagi Orang tua diharapkan mampu memperhatikan pada anak agar berperilaku baik dan memberikan buku tabungan agar dapat belajar menabung dan berhemat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ceballos, L M. (2010). Analysis of The Stimuli of Londoners' Fashion-Oriented Impulse Buying Behaviour. *Journal International (Online)* (17) 87–97.
- Alviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 127.
- Diba, D.S. (2014). Peran Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin Di Samarinda. *E-Jurnal Psikologi*. 1(3).

- Engel, J. Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1995). *Perilaku Konsumen jilid II*. Jakarta: BinaputraAksara.
- Ghufron, M.N dan Risnawati, R.S. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- _____. (2011). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11(1). 50-65.
- Hanifah. L., (2015). Hubungan Antara Konformitas dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja Putri. *Skripsi*(tidak diterbitkan). Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hurlock. (1994). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Lin, C & Chuang, S. (2005). The Effect of Individual Differences on Adolescents Impulsive Behavior. *Adolescence*. Vol. 40, 159.
- Monks, F.J, Knoers, A,M,P, Haditono, S,R (2001). *Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sarwono, S. W. (2004). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Smet, Bart. (1994). *Psikologi Kesehatan*. Jakarta: PT Gramedia Indonesia.
- Utami, A.F. dan Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif Ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin pada remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*. 1(3).
- Widiana, H. S., Retnowati, S., & Hidayat, R. (2004). Kontrol diri dan Kecenderungan Internet. *Humanitas: Indonesia Psychological Journal*, 01(01), 6-16.
- Wiyani. (2012). *Save Our Children From School Bullying*. Yogyakarta: Ar- Rus Media.