HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWA PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Strata Satu Psikologi (S.Psi)

Disusun Oleh:

IRVIAN PREMATURAKA DWIPUTRA

J71216109

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Pengguna Dompet Digital OVO**" merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 23 januari 2021

Irvian Prematuraka Dwiputra

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Pengguna Dompet Digital OVO

Oleh :

Irvian Prematuraka Dwiputra

NIM. J71216109

Telah Disetujui Untuk Diajukan Pada Skripsi

Surabaya, 31 oktober 2020

Dosen pembimbing

Drs. H. Hamim Rosyidi, M.Si

NIP. 196208241987031002

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA PENGGUNA DOMPET DIGITAL OVO

Yang Disusun Oleh
Irvian Prematuraka Dwiputra
J71216109
Yang telah dipertahankan di depan tim penguji
Pada Tanggal 21 Januari 2020

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi Dan Kesehatan

Dr. dr Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag
NIP 197209271996032002

Susunan Tim Penguji
Penguji I,

Drs. Hamim rosyidi, M.Si
NIP. 196208241987031002

Penguji II,

Dr. H. Jainudin, M.Si
NIP. 196205081991031002

Penguji III,

Dr. Abdul Muhid, M.Si
NIP. 197502052003121002

Penguji IV,

Dr. Nailatin Fauziyah, Psi
NIP. 197406122007102006

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Irvian Prematuraka Dwiputra
NIM : J71216109
Fakultas/Jurusan : Psikologi Dan Kesehatan/Psikologi
E-mail address : irvianputra@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Pengguna Dompet Digital OVO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Maret 2021

Penulis

(Irvian Prematuraka Dwiputra)

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah membuktikan apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying*pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO. Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dengan usia 18-24 tahun yang menggunakan bertransaksi melalui dompet digital OVO. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian korelasi. Alat pengumpulan data pada penelitian ini diadaptasi dari penelitian sebelumnya yaitu dari skala kontrol diri menggunakan *The Brief Self Control Scale* (BSCS) dan skala *impulsive buying*menggunakan *the impulse buying tendency scale* penelitian ini dianalisis menggunakan uji korelasi non-parametrik person dengan bantuan SPSS 16. Hasil dari penelitian ini diperoleh nilai signifikansi 0,043 < 0,05 dan nilai korelasi p= -0,202 yang berarti terdapat hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* dengan hubungan korelasi yang negatif (-).

Kata kunci : kontrol diri, *impulsive buying*, mahasiswa pengguna dompet digital OVO.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTACT

The purpose of this study was to prove whether there was a relationship between self-control and impulsive buying among students using the OVO digital wallet. Subjects in this study were students of UIN Sunan Ampel Surabaya aged 18-24 years who used to transact through OVO digital wallet . This study uses correlation research techniques. The data collection tool in this study was adapted from previous research, namely the self-control scale using The Brief Self Control Scale (BSCS) and the impulsive buying scale using *the impulse buying tendency scale*. This study was analyzed using the non-parametric person correlation test with the help of SPSS 16. This study obtained a significance value of 0.043 <0.05 and a correlation value of p = -0.202, which means that there is a relationship between self-control and impulsive buying with a negative correlation (-).

Keywords : self control, impulsive buying, student users digital wallet OVO.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN PUBLIKASI iv

KATA PENGANTAR v

INTISARI viii

ABSTRACT ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiii

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Keaslian 9
D. Tujuan Penelitian 15
E. Manfaat Penelitian 16
1. Manfaat Teoritis 16
2. Manfaat Praktis 16
F. Sistematika Pembahasan 17

BAB II 20

KAJIAN PUSTAKA 20

A. *Impulsive Buying* 20
1. Pengertian Impulsive Buying 20
2. Aspek-Aspek Impulsive Buying 22
3. Tipe-Tipe Perilaku Impulsive Buying 23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Impulsive Buying 24
B. Kontrol Diri 26
1. Pengertian Kontrol Diri 26
2. Jenis Dan Aspek-Aspek Kontrol Diri 29
3. Faktor-Faktor Kontrol Diri 31
C. hubungan antara kontrol diri dengan impulsive buying pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO 33
D. Kerangka Teoritik 40
E. Hipotesis 42

BAB III 44

METODE PENELITIAN 44

A. Rancangan Penelitian 44
B. Identifikasi Variabel Penelitian 44
1. Variabel Terikat (Dependent) : *Impulsive Buying* (Y) 44
2. Variabel Bebas (Independent) : Kontrol Diri (X) 45
C. Definisi Operasional 45
1. Impulsive Buying 45
2. Kontrol Diri 46
D. Populasi, Teknik Sampling, Dan Sampel 46
1. Populasi 46
2. Teknik Sampling 47
3. Sampel 47
E. Instrumen Penelitian 48
1. Alat Ukur Impulsive Buying 49
2. Validitas Skala Impulsive Buying 51
3. Reliabilitas Skala Impulsive Buying 55
4. Instrument Penelitian Variabel Kontrol Diri 56
F. Analisis Data 64

BAB IV 65

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 65
A. Hasil Penelitian 65
1. Persiapan Dan Pelaksanaan 65
2. Deskripsi Hasil Penelitian 67
3. Deskripsi Data Dan Reliabilitas Data 71
4. Pengujian Hipotesis 73
B. Pembahasan 78
BAB V 83
PENUTUP 83
A. Kesimpulan 83
B. Saran..... 83
1. Mahasiswa 83
2. Peneliti Selanjutnya..... 84
DAFTAR PUSTAKA 85
LAMPIRAN 89

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skor skala likert kontrol diri dan *impulsive buyiing* 49

Tabel 2. Blue Print Skala *Impulsive Buyin* 50

Tabel 3. Hasil uji validitas Skala *impulsive buying* 52

Tabel 4. Blue Print Skala *Impulsive Buying* uji pakai 54

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Skala *Impulsive Buying* 55

Tabel 6. Blue Print Skala kontrol diri 57

Tabel 7. Hasil uji validitas Skala kontrol diri 59

Tabel 8. Blue Print Skala kontrol diri uji pakai 62

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri 64

Tabel 10. Sebaran Jenis Kelamin Subjek 68

Tabel 11. Sebaran usia subjek 69

Tabel 12. Sebaran fakultas subjek 70

Tabel 13. Deskripsi data 71

Tabel 14. Hasil uji estimasi reliabilitas 73

Tabel 15. Hasil uji normalitas 74

Tabel 16. Hasil Uji Linieritas 76

Tabel 17. Hasil Uji hipotesis 77

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman sekarang berbelanja tanpa menggunakan uang tunai adalah suatu hal yang tidak asing lagi di kalangan masyarakat. Mengingat berbelanja untuk kebutuhan sehari – hari ialah hal yang wajar adanya. Ketika belanja secara tidak wajar dan dilakukan terus-menerus akan menjadi hal yang menghawatirkan tanpa adanya perencanaan. Masyarakat sekarang lebih mementingkan adanya diskon daripada fungsi barang yang dibeli. Proses pembelian yang tanpa direncanakan atau secata tiba-tiba tanpa memikirkan manfaat dan fungsi dari barang tersebut atau sering disebut *impulsive buying*. Semakin mudahnya dalam melakukan pembelanjaan dengan adanya dompet digital semakin banyak pula pelaku *impulsive buying*. Berbagai macam dompet digital yang menawarkan diskon atau potongan harga, membuat para konsumen atau pelaku semakin tidak dapat mengontrol diri untuk tidak membelanjakan uang mereka tanpa memikirkan jangka panjang.

(Verplanken & Herabadi, 2001) menyatakan impulsive buying sebagai pembelian yang cepat dan tidak rasional atau pembelian yang tidak direncanakan, diikuti oleh adanya dorongan emosional dan konflik pikiran. Dorongan emosional itu termasuk adanya perasaan sangat kuat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang ditunjukkan dengan melakukan pembelian karena adanya dorongan. Untuk membeli suatu produkk dengan segera, mengabaikan konsekuensi negatif, dan merasakan kepuasan dan mengalami konflik di dalam pemikiran.

Awal diciptakan dompet digital adalah untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi dalam berbelanja. Selain itu, diciptakannya juga untuk mempermudah pemerintah untuk mengontrol perputaran uang masyarakat dengan baik dan juga dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang. Berkembangnya dompet digital semakin pesat seiring dengan berkembangnya teknologi. Dompet digital yang menggunakan sistem barkode dalam pembayarannya sering diminati masyarakat karena gampang dan cepat dalam melakukan transaksi.

Mengutip dari Ghita, I. (2020) Ispos indonesia, perusahaan riset pemasaran independen mengeluarkan riset mengenai kebiasaan masyarakat di Indonesia mengenai penggunaan alat pembayaran digital payment karena melakukan pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran tersebut memberikan pengalaman tersendiri bagi masyarakat dan diakui sangat menyenangkan. Hal ini dibuktikan dengan 26% persen dari masyarakat banyak yang merasakan manfaatnya diantaranya yaitu mereka merasa lebih aman, nyaman dan lebih yakin dalam melakukan pembayaran. Soeprapto tan managing director ispos Indonesia mengatakan bahwa para konsumen digital payment tidak hanya melakukannya dengan satu jenis dompet digital saja, ada yang menggunakan dua jenis dompet

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digital sebanyak 28%, pengguna dengan memiliki 3 jenis dompet digital sebanyak 47% dan ada beberapa yang bahkan lebih dari 3 jenis dompet digital. Pembayaran dengan menggunakan dompet digital yang paling banyak penggunanya yaitu Gopay dan OVO.

Di Indonesia jumlah dompet digital sudah mulai berkembang antara lain t-cash, gopay, OVO dan lain sebagainya. Salah satu dompet digital yang disebutkan tadi, OVO menjadi produk yang banyak memikat konsumen. OVO adalah suatu aplikasi berupa dompet digital yang dapat digunakan untuk bertransaksi melalui hp sehingga memudahkan para penggunanya dalam melakukan transaksi sekaligus pada aplikasi OVO para pengguna dapat mengumpulkan poin dibanyak tempat. Mengutip dari (www.liputan6.com) banyaknya penawaran diskon. hingga bulan maret 2018, pengguna OVO mencapai 9,8 juta pengguna. Karena promo yang diberikan berupa diskon dan berupa poin menyebabkan masyarakat kerap mengunjungi tempat pembelanjaan untuk mendapatkanyya. Terhitung dari bulan Oktober tahun 2017, OVO diunduh dan digunakan oleh para pengguna aktifnya leih dari 60 juta gadget. Banyaknya promo-promo yang ditampilkan di media sosial adalah salah satu hal yang menarik perhatian konsumen. Mengutip dari Adhi, B. (2018) menurut penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia atau LIPI yaitu less cash society oleh Wasis Raharjo jati, menurutnya teknologi di Indonesia memiliki peranan yang sangat besar dalam mendorong masyarakat kelas menengah dalam hal konsumenrisme sehingga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat Indonesia lebih mempunyai perilaku *impulsive buying* yang tinggi melalui pembayaran digital non tunai.

Mengutip dari Selfie, M. (2019) saat ini penggunaan digital OVO rata-rata berusia 18 hingga 25 tahun, dan pada tahun 2019 jumlah transaksi dompet digital OVO meningkat lebih dari 70 persen dibanding tahun 2018 yang mencapai 1 milliar transaksi karena adanya promo cashback yang ditawarkan oleh OVO dan OVO melakukan kerjasama dengan berbagai produk makanan, pakaian, hingga jasa telekomunikasi dan jaringan yang menimbulkan perilaku *impulsive buying* pada konsumen demi mendapatkan cashback berupa point yang dapat digunakan lagi transaksi pada pembelian yang akan datang. Dompet digital OVO gencar memperluas jangkauan layanannya. Hal ini dibuktikan dengan kerjasamanya dengan aplikasi Tokopedia. OVO telah resmi terintegrasi dengan tokopedia dengan layanan *e-commerse* menggantikan toko cash yang ada pada tokopedia. Dengan memperluas jangkauan layanannya, OVO menghadirkan OVO booth untuk mempermudah registrasi pengguna baru atau hanya utuk sekedar *top up.* pengguna baru akan mendapatkan cashback berupa poin dan jugaa jika melakukan *top up* melalui OVO booth tidak perlu menambah biaya administrasi. Dompet digital OVO memiliki banyak rekanan dari ratusan mercant, antara lain matahari depstore, hypermart, cinemaxx, first media, maxx coffee, agoda, siloam hospital, big tv, dan lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada fenomena tersebut terbukti pada penelitian dari (Larasati & Budiani, 2014) yang mendefinisikan pembelian impulsif adalah pembelian tiba-tiba yang dilakukan tanpa adanya suatu perencanaan terlebih dahulu dan dilakukan secara spontan di tempat kejadiannya. Pembelian impulsif merupakan bagian dari pola pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba disuatu tempat sehingga individu tersebut membeli karena melihat produk dan memiliki emosional yang kuat atau keinginan untuk segera membelinya. Pada penelitiannya disebutkan bahwa mahasiswa prodi psikologi Unesa dengan rentan umur 18-24 menyukai pembelian di *online shop*, mereka menyatakan bahwa yang paling menstimulus untuk melakukan pembelian secara tiba-tiba dan tidak direncanakan (*impulsive buying*) adalah terdapat harga promo yang murah dan produk yang dijual di online shop terkesan bagus.

Menurut (Verplanken & Herabadi, 2001) menyatakan bahwa pembelian impulsif mempunyai dua aspek penting, yaitu, aspek kognitif yang.meliputi tiga aspek kognitif yaitu kegiatan pembeian yang dilakukan individu tanpa pertimbangan suatu harga, kegiatan pembelian yang dilakukan tidak memperhatikan keguanaan produk yang dibeli, melakukan pembelian tanpa perbandingan perbandingan antara produk satu dengan yang lainnya yang dirasa memiliki pengertian. Pada diri manusia terdapat suatu proses psikologis yang psikologis, suasana hati dan perasaan yang baik, proses ini disebut dengan aspek afektif. Faktor yang memengaruhi.perilaku pembelian impulsif berdasarkan penelitian (Thai,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2003; Shofwan, 2010) menyatakan bahwa ada lima faktor, yaitu: kondisi mood dan emosi indivvidu, pengaruh lingkungan sekitar, pengaruh toko, demografis (kondisi tempat tinggal dan status sosial) dan kepribadian individu (kontrol diri). Menurut (Atikah, 2017) manusia yang memiliki karakter berbeda-beda yang kita sebut dengan kepribadian. Pengertian yang berhubungan dengan yang telah terbentuk dari masa kecil, serta mempengaruhi perilaku individu dalam waktu yang sangat lama secara konsisten dengan adanya kontrol diri dari individu itu sendiri.

Kontrol diri merupakan variabel psikologi yang sederhana karena didalamnya mencakup tiga konsep yang berbeda tentang kemampuan mengontrol diri yaitu kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, serta kemampuan individu untuk memilih tindakan berdasarkan suatu yang diyakini Averill (dalam thalib, 2010) . Hal tersebut sama dengan apa yang dikatakan Thompson (dalam Utami & Sumaryono, 2008) menyatakan bahwa mewujudkan kontrol pada diri sendiri yaitu mengendalikan emosi yang diikuti oleh usaha dan keyakinan dalam diri serta keyakinan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Jika individu tersebut memiliki kontrol diri yang baik, maka individu tersebut pasti bisa melakukan kebijakan terhadap dirinya sendiri.

(Naomi & Mayasari, 2008) menyatakan bahwa pengendalian diri adalah pembentukan reaksi yang bertujuan mengubah sesuatu dari sesuatu yang lain, misalnya reaksi ketika mengalihkan perhatian dari sesuatu yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diinginkan, mengubah emosi, menahan impuls tertentu dan meningkatkan kinerja. Menurut (Chita, et al., 2015) menyatakan bahwa pengendalian diri menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menggabungkan perilaku yang telah terstruktur untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sesuai keinginan.

Pada remaja usia yang memiliki kontrol diri yang tidak mudah karena usia tersebut para remaja memasuki masa pubertas sehingga kontrol diri dalam perilaku *impulsive buying* semakin meningkat. Apabila remaja tersebut gagal mengontrol dirinya maka remaja tersebut berperilaku konsumtif atau pembelian impulsif. (Baumeister, 2002). Hal yang terjadi karena remaja terpikat dengan produk-produk yang telah ditawarkan. (Divianto, 2013). Dalam riset yang dilakukan (Sultan dkk., 2012) untuk menguji efek dari diri sendiri, yang dilakukan dengan latihan dalam pengawasan diri ini dapat mengurangi pelaksanaan perilaku konsumtif atau impulse buying.

Menurut (Chaplin, 2002) individu mampu mengontrol dirinya mampu untuk menahan dorongan dalam dirinya yang ada. Kontrol diri merupakan suatu potensi dalam diri individu yang dapat digunakan serta dikembangkan yang diharapkan dapat digunakan dalam proses kehidupan kedepannya. Dengan adanya kontrol diri dapat membantu dan mengarahkan tindakan individu yang diharapkan dapat menuju ke arah konsekuensi posittif untuk dirinya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Semakin rendahnya kontrol diri pada individu akan semakin tinggi pula tingkat *impulsive buying*. Begitupun sebaliknya, apabila kontrol diri individu semakin tinggi maka semakin rendah pula tingkat *impulsive buying.*Banyak faktor yang sangat memengaruhi kontrol diri yang ada pada individu. Semakin banyak faktor yang terdapat pada kontrol diri individu, semakin rendah pula tingkat kontrol diri individu tersebut.

Kontrol diri memiliki dua faktor yang dapat mempengaruhinya yaitu, faktor lingkungan internal yaitu usia dan faktor lingkungan eksternal yaitu suatu aturan yang tidak tertulis yang diberlakukan di keluaga agar tidak melakukan tindakan yang menyimpang. Seperti yang dikatakan (Gufron dan Risnawati, 2010) kontrol diri adalah kemampuan individu menggambar kontrol diri dengan kondisi lingkungannya. Menurut (Lazarus, 1976) menyatakan adanya kontrol diri membentuk individu yang bisa membantu, mengatur, dan mengarahkan dirinya dengan kuat yang akan membentuk dirinya kepada dampak positif. Menurut (Kazdin, 1994) Menyatakan bahwa kontrol diri sendiri dapat membantu individu dalam mengatasi beberapa masalah yang dapat merugikan individu tersebut yang diakibatkan dari kondisi di luar dari kendalinya.

Urain latar belakang yang telah penulis paparkan sebelumnya membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang akan dituangkan dalam judul “Hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO”. Pada judul ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diharapkan penulis akan mengetahui "Hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini yaitu "Apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO. ?"

C. Keaslian Penelitian

Pada keaslian penelitian ini didasarkan pada penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dalam tema kajian, dan memiliki beberapa perbedaan dalam hal kuantitas, posisi variabel, subjek atau metode analisis yang digunakan oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Anastasia & Nuryati (2008) dengan judul "Hubungan *self monitoring* dengan *impulsive buying* terhadap produk fashion remaja". Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa fakultas ekonomi UGM. Hasil dari penelitian ini yaitu semakin tinggi *self monitoring* terhadap suatu fashion produk, maka akan semakin tinggi pula *impulsive buying* pada fashion produk tersebut dan begitulah sebaliknya. Hal ini terjadi karena *self monitoring* remaja akan suatu produk fashion memiliki peranan dalam *impulsive buying* terhadap produk fashion tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian kedua. Penelitian yang dilakukan oleh Desy Arisandy (2017) yang berjudul "Kontrol diri ditinjau dari *impulsive buying* pada belanja online". Pada penelitian ini yang menjadi subjek adalah mahasisi dari fakultas psikologi dari berbagai perguruan tinggi negeri maupun swasta yang ada di Palembang dengan jumlah sebanyak 339 mahasiswi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengatahui adanya hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying*. Penelitian tersebut dilakukan kepada mahasiswi yang melakukan belanja dengan cara online. Tujuan dari penelitian ini menyebutkan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* memiliki hubungan yang berkesinambungan

Penelitian ketiga, penelitian yang dilakukan oleh (Rr. Eka & Andik Matulessy , 2018) yang berjudul "*Self image* dan *impulsive buying* terhadap produk *fashion* pada dewasa awal". Subjek dari penelitian ini yaitu 70 perempuan dewasa awal yang sudah bekerja. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pada dewasa awal *self image* ada hubungannya dengan *impulsive buying* terhadap suatu produk fashion. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara *self image* dengan *impulsive buying* sehingga apabila *self image* individu tersebut tinggi maka *impulsive buying* juga semakin tinggi.

Penelitian keempat, penelitian yang dilakukan (lisa widawati, 2011) yang berjudul "analisis perilaku *impulsif buying* dan *locus of control* pada konsumen di carrefour Bandung". Subjek pada penelitian ini yaitu 60 konsumen pengguna kartu belanja. Tujuan penelitian ini yaitu untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengetahui bagaimana gambaran *impulsive buying* dan *locus of control* yang dimiliki para pengguna kartu belanja di carrefour Bandung. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa para pengguna kartu kredit atau kartu belanja di pusat pembelanjaan carrefour masih memiliki perilaku yang *impulse buying* rendah dengan disertai *locus of control internal*.

Penelitian kelima, penelitian yang dilakukan oleh larasati & budiani (2014) yang berjudul "Hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pakaian pada mahasiswi psikologi universitas negeri surabaya yang melakukan pembelian secara online". Penelitian ini menjadikan mahasiswi sebagai subjeknya. Para subjek dari mahasiswi program studi psikologi dari perguruan tinggi negeri universitas negeri Surabaya. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel kontrol diri dan pembelian impulsif adalah p = 0,000 sedangkan nilai korelasinya sebesar (r = -0,496). Dengan begitu nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (p = 0,000 < 0,05) sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kontrol diri dengan pembelian impulsif memiliki hubungan yang negatif dan signifikan. Artinya, apabila kontol diri semakin tinggi maka individu tersebut dalam pembelian impulsifnya akan semakin rendah.

Penelitian keenam, penelitian yang dilakukan oleh Dira Sarah Diba (2014) yang berjudul "Peran kontrol diri terhadap pembelian *impulsive* terhadap remaja berdasarkan perbedaan jenis kelamin di Samarinda". Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian yaitu remaja putra dan putri pada usia 19 -20 tahun. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

subjek penelitian putra memiliki kontrol diri yang baik, sehingga para remaja putra tidak memiliki perilaku pembelian impulsif.

Penelitian ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Rasulika Septila & Eka Dian Aprilia (2017) yang berjudul "*impulse buying* pada mahasiswa di Banda Aceh". Subjek dari penelitian ini yaitu para mahasiswa Universitas Syiah Kuala yang memiliki usia dari 18 tahun hingga 21 tahun yang berjumlah sekitar 100 mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan *impulse buying* pada mahasiswa yang ada di Banda Aceh. Hasil dari penelitian ini yaitu jika ditinjau dari jenis kelaminnya, mahasiswa tidak memiliki perbedaan untuk perilaku *impulse buying*.

Penelitian kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Desi & Adijanti Marheni (2019) yang berjudul "Peran konformitas teman sebaya dan *self monitoring* terhadap *impulsive buying* pada remaja madya putri di Denpasar". Yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah siswa SMA di Denpasar dengan jumlah sebanyak 230 siswa. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara teman sebaya dan *self monitoring* memberikan peran terhadap *impulsive buying* pada remaja putri di Denpasar sehingga dapat disimpulkan konformitas teman sebaya dan *self monitoriing* secara bersama-sama berperan terhadap *impulsive buying*.

Penelitian kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Ardian Rahman & Sri Hartati (2017) yang berjudul "Pembelian impulsif pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

remaja akhir ditinjau dari kontrol diri". Subjek dalam penelitian ini yaitu 509 mahasiswa tingkat awal di Universitas X. Penelitian ini menunjukkan hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif. Hasil dari penelitian menunjukkan hubungan negetif kontrol diri artinya jika semakin tinggi individu dalam mengontrol dirinya maka pembelian impulsif individu tersebut semakin rendah.

Penelitian kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Akbar & Rumiani (2013) yang berjudul "Kecerdasan emosi dan *Impulse Buying* online pada anggota forum kaskus di Yokyakarta". Pada penelitian ini menggunakan forum kaskus sebagai subjek yang akan diteliti. Forum yang diteliti sebanyak 40 kaskuser yang ada di Yogyakarta. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan atau korelasi antara kecerdasan emosional dengan *impulse buying online*.

Penelitian kesebelas yang dilakukan oleh Nugrahawati (2014) berjudul "Hubungan Agama dengan Impulse buying pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Islam Bandung". Subjek dalam penelitian ini adalah 53 mahasiswa Fakultas Kedokteran UNISBA. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa terdapat hubungan antara agama dengan pembelian impulsif, meskipun nilainya rendah. Mahasiswa kedokteran menunjukkan skor religiusitas yang rendah dan sebanyak 52% mahasiswa kedokteran menunjukkan pembelian impulsif yang tinggi. Dari penelitian ini terlihat jelas bahwa pembelian impulsif terjadi karena beberapa penyebab seperti faktor sosial yaitu pengaruh teman sebaya, namun yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih penting adalah kepribadian seseorang seperti tingkat pengendalian diri emosional.

Pada penelitian ini tidak dapat dipungkiri bahwa penelitian terdahulu memiliki peranan penting dalam acuan untuk menambah pengetahuan penulis dalam hal bahan kajian dan perbandingan. Dari kedua hal tersebut dapat dilihat dalam perbedaannya dengan penelitian ini dapat berupa topik penelitian tentang kontrol diri dan *impulsive buying*. Terdapat kesamaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah pada penelitian yang dilakukan oleh Desy Arisandy, Dira Sarah Diba, Larasati & Budiani yaitu sama-sama menggunakan dua variabel yang sama yakni kontrol diri sebagai variabel X dan *impulsive buying* sebagai variabel Y. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X, dimana penelitian sebelumnya menggunakan kontrol diri, *self monitoring, self image, locus of control, self esteem*, konformitas teman sebaya, *self monitoring*, dan kecerdasan emosi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan subjek yang berbeda juga yaitu mahasiswa pengguna dompet digital OVO, sedangkan subjek dari penelitian terdahulu menggunakan mahasiswi yang pernah berbelanja online, perempuan dewasa awal yang sudah berkerja, konsumen pengguna kartu belanja carrefour, mahasiswa yang berbelanja melalui instagram, dan member forum kaskus yang pernah melakukan pembelian lewat forum jual beli (FJB) kaskus. Perbedaan juga terdapat pada instrumen jumlah responden, tempat, dan waktu yang akan digunakan peneliti.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan penjelasan diatas, walaupun sudah ada penelitian yang menggunakan *impulsive buying* sebagai variabel Y dan kontrol diri sebagai variabel X, namun terdapat beberapa perbedaan. Perbedaan yang dapat terlihat antara lain dari penelitian yang dilakukan oleh Ardian Rahman & Sri Hartati (2017) yang berjudul "Pembelian impulsif pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri". Subjek dalam penelitian ini adalah 209 mahasiswa tingkat awal di universitas X. Yang berbeda dari penelitian yang telah disebutkan sebelumnya dengan penelitian saat ini yaitu tidak adanya pengguna dompet digital OVO untuk bertransaksi pembelian yang dilakukan mahasiswa tingkat awal.

Pembeda dari penelitian sebelum selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Larasati & Budiani (2014) yang berjudul "Hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pakaian pada mahasiswi psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan pembelian secara online". Subjek dari penelitian ini yaitu 180 mahasiswi prodi psikologi Universitas Negeri Surabaya. Pembeda dari jurnal yang telah disebutkan adalah subjek. Subjek dari penelitian sebelumnya adalah hanya mahasiswi psikologi Universitas Negeri Surabaya, jika subjek pada penelitian saat ini adalah mahasiswa S1 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Dengan demikian penelitian yang akan dilakukan peneliti benar-benar asli.

D. Tujuan Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian ini diharapkan dapat memenuhi tujuan yang diinginkan oleh penulis yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO. Penelitian kali ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi pada peneliti mengenai kontrol diri dengan *impulsive buying* yang saat ini sedang digunakan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan oleh penulis yang tertuang pada skripsi ini diharapakan dapat membawa manfaat teoritis dan sumbangsih keilmuan pada bidang psikologi mengenai kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO. Penelitian ini juga diharapkan akan menjadi tambahan untuk para akadamisi sehingga dapat menambah referensi dalam kajian mengenai kontrol diri dan *impulsive buying* yang saat ini sedang diteliti. Berikut manfaat teoritis dan praktis yang diharapkan oleh peneliti.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan membawa manfaat bagi para mahasiswa terutama pengguna dompet digital OVO. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi refleksi diri, evaluasi dan penilaian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap diri mahasiswa pengguna dompet digital OVO tentang kontrol diri terhadap perilaku *impulse buying* sehingga para mahasiswa lebih tersadar saat melakukan pembelian produk atau jasa. Jika para mahasiswa pengguna dompet digital OVO dapat mengontrol dirinya, maka hal ini dapat menekan pembelian produk atau jasa yang tidak rasional, tidak terencana atau spontan dalam pembeliannya.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Pada penelitian ini selain diharapkan dapat membawa manfaat bagi para mahasiswa pengguna dompet digital OVO, diharapkan juga dapat membawa manfaat bagi para peneliti selanjutnya, sehingga dapat dijadikan sebagai referensi, pemikiran yang baru dan sebagai kajian pada penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini termuat sistematika pembahasan skripsi yang berisikan tentang penjelasan pada masing-masing bab yabg terdiri dari BAB I hingga BAB V, yaitu :

Pada pembahasan BAB I menjelaskan tentang latar belakang masalah yang secara singkat terkait dengan impulsive buying dan kontrol diri. Kemudian akan dilanjutkan dengan pembahasan rumusan masalah,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, dan terkait sistematika susunan pembahasan laporan.

Pembahasan BAB II akan dijelaskan terkait teori-teori yang akan digunakan sebagai bahan kajian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dalam kajian teori ini terdapat teori terkait impulsive buying dan kontrol diri. Dari kedua teori tersebut akan dijelaskan terkait dengan hubungan satu sama lain yang kemudian akan tersusun kerangka teoritik penelitian sehingga akan memunculkan hipotesis penelitian.

Pembahasan BAB III menjelaskan metode penelitian yang akan digunakan. Dalam metodologi tersebut terdapat rancangan penelitian, variabel yang akan diteliti beserta definisi operasional. BAB III juga membahas terkait subjek penelitan yang terangkum dalam populasi, yang nanti juga memilih teknik untuk mengetahui total sampel yang akan digunakan. Kemudian terdapat instrument penelitian beserta validitas dan reliabilitasnya, serta teknik analisis data hasil penelitian.

Pada pembahasan di BAB IV akan memuat tentang hasil penelitian yang telah penulis lakukan beserta dengan analisa hipotesisnya disertai dengan pembahasan. Kemudian disertai dengan deskripsi dari subyek penelitian, setelah itu dianalisa dengan uji hipotesis lalu dipaparkan berdasarkan data statistik yang diperoleh dan dibahas menggunakan teori-teori dari penelitian terdahulu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pembahasan BAB V memaparkan kesimpulan yang dibuat berdasarkan rumusan masalah penelitian yang disampaikan dan temuan dalam hasil penelitian yang telah dibahas. Selain itu juga akan disampaikan sejumllah sarang yang berkenan dengan penlitian tentang hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Impulsive Buying*

1. Pengertian *Impulsive Buying*

Tiap pembeli seringkali tidak merencanakan terlebih dahulu untuk membeli suatu produk. Keinginan untuk membeli itu terjadi ketika individu di mall, toko, atau di situs jual beli online. Perilaku konsumen yang menarik di dalam toko retail modern yaitu adalah pembelian yang tidak direncanakan atau biasa disebut *impulsive buying*. *Impulsive buying* adalah bagian dari sebuah kondisi yang dinamakan *unplanned purchase* (pembelian yang tidak direncanakan) atau bisa disebut juga pembelanjaan yang terjadi ternyata berbeda dengan pembelanjaan yang sudah direncanakan seseorang.

Menurut (Engel et al., 2016) menyatakan pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa difikirkan atau dipertimbangkan dan direncanakan terlebih dahulu di suatu toko merupakan suatu tindakan pembelian impulsif atau *impulsive buying*. (Larasati & Budiani, 2014) mendefinisikan pembelian impulsif adalah pembelian tiba-tiba yang dilakukan tanpa adanya suatu perencanaan terlebih dahulu dan dilakukan secara spontan di tempat kejadiannya. Pembelian impulsif merupakan bagian dari pola pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disuatu tempat sehingga individu tersebut membeli karena melihat produk dan memiliki emosional yang kuat atau keinginan untuk segera membelinya

(Verplanken & Herabadi, 2001) mendefinisikan pembelian impulsif sebagai pembelian suatu produk yang tidak rasional dengan pembelian yang cepat tanpa perencanaan terlebih dahulu serta mengikuti emosi dan konflik pikiran. Pembelian ini dilakukan tanpa pertimbangan terlebih dahulu apakah barang tersebut memiliki dampak negatif dan bermanfaat bagi dirinya. Hal ini dipicu oleh emosional emosional emosional dalam dirinya yang cukup tinggi sehingga mendorong individu tersebut untuk melakukan pembelian pada produk tersebut hanya untuk memuaskan dirinya sendiri.

Menurut (Stren, 1962) menyatakan *impulsive. buying* adalah dorongan kuat untuk membeli dilakukan secara spontan tanpa adanya perencanaan dan dipicu saat berhadapan dengan produk, serta adanya perasaan menyenangkan yang sulit ditahan untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa impulsive buying adalah keadaan dimana individu melakukan suatu transaksi pembelian dengan diikuti oleh dorongan yang kuat dan tidak didasari oleh kebutuhan yang diperlukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Aspek-Aspek *Impulsive Buying*

Menurut (Verplanken & Herabadi, 2001) menyatakan bahwa *impulsive buying* memiliki dua aspek penting, yaitu:

a. Aspek *Cognitive* (Kognitif)

Aspek *cognitive* yaitu struktur dan proses mental yang meliputi pemahaman, suatu pemikiran dan penginterpretasian terhadap proses psikologis seseorang. Ada tiga aspek yang meliputi kognitif yaitu:

Pertama, kegiatan pembelian yang dilakukan individu tanpa pertimbangan suatu harga. Kedua, kegiatan pembelian tanpa mempertimbangkan kegunaan suatu produk. Ketiga, individu tidak melakukan perbandingan produk.

b. Aspek *Affective* (Emosional)

Emosional atau aspek afektif yaitu proses psikologis yang memperhatikan perasaan, suasana hati atau yang sering kita kenal dengan suasana hati dan emosi yang ada pada diri seseorang. Aspek ini termasuk perasaan terobsesi untuk melakukan pembelian dengan segera, Perasaan kecewa individu yang muncul setelah melakukan pembelian, dan Proses pembelian yang dilakukan individu tanpa suatu perencanaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan penjelasan diatas (Rook, 1987) mengemukakan bahwa saat individu yang melakukan *impulsive buying* terdapat aspek lain yang muncul yaitu afektif. Meningkatnya aspek afektif dalam *impulsive buying* sehingga akan semakin cenderung ke kognitif seseorang.

3. Tipe-Tipe Perilaku *Impulsive Buying*

Menurut (Fadhli, 2011) mengatakan bahwa macam-macam dari *impulsive buying* menurut Loudon, Bitta, Dan Stren sebagai berikut:

a. Planned Impulsive

Pada *planed impulsive* ini para individu melakukan suatu pembelian produk yang telah direncanakan sebelumnya, namun pada saat melakukan pembelian barang yang akan dibeli sudah habis sehingga individu tersebut melakukan pembelian produk lain dengan kegunaan atau manfaat yang sama namun berbeda merk dan ukurannya.

b. Suggestion Effect

Pembelian yang dilakukan oleh individu tanpa perencanaan. Hal ini dipicu oleh pengaruh dari penjual yang memasarkan barangnya sehingga membuat sugesti untuk membeli produk tersebut.

c. Pure Impulsive

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seseorang melakukan pembelian tanpa adanya rencana atau dilakukan secara mendadak. Hal ini kadang-kadang terjadi setelah individu tersebut melihat sebuah barang yang bagus dipajang disebuah toko dari keinginan tersebut, individu tersebut tertarik untuk membelinya pada saat itu juga.

d. Reminder Impulsive

Pada *reminder impulsive* individu melakukan pembelian tanpa adanya rencana atau terkadang terjadi pada saat ada yang mengingatkan baik itu teman atau sebuah iklan yang sedang tayang disebuah toko atau tempat pembelanjaan.

Berdasarkan paparan diatas, terdapat 4 tipe *impulsive buying* yang seluruhnya ialah pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba dan keputusan pembelian tersebut berada didalam toko karena berbagai faktor yang menarik konsumen untuk melakukan pembelian yang tidak didasari oleh kebutuhan yang sedang dibutuhkan untuk jangka panjang.

4. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku *Impulsive Buying*

Menurut (Thai, 2003; Shofwan, 2010) menyatakan bahwa ada lima fakor yang memengaruhi pembelian *impulsive*, yaitu:

a. Kondisi Mood Dan Emosi Individu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh mood dalam diri individu itu sendiri. Misalnya kondisi mood yang sedang dialami konsumen yang sedang bahagia atau sedih. Apabila konsumen memiliki mood yang negatif maka hal ini dapat memicu *impulsive* yang tinggi dengan harapan jika ia melakukan pembelian dapat mengurangi kondisi moodnya yang sedang negatif.

b. Pengaruh Lingkungan Sekitar

Lingkungan sekitar atau dapat kita sebut sebuah kelompok yang didalamnya memiliki *impulsive buying* yang tinggi akan lebih tinggi dalam mempengaruhi anggota kelompoknya sehingga akan melakukan sebuah pembelian *impulsive buying* juga.

c. Pengaruh Toko

Produk-produk yang mempunyai tampilan menarik (warna menarik, bau yang menyenangkan, kemasan yang bagus), cara menjualnya, dan tempat dimana produk itu dijual cenderung dibeli secara *impulsive* oleh konsumen. Tampilan toko yang menarik akan lebih menimbulkan *impulsive buying.*

d. Kepribadian Individu (Kontrol Diri)

Kepribadian adalah suatu corak pada sifat yang dimiliki setiap individu dan dapat mempengaruhi perilaku individu itu sendiri. Kepribadian ini dapat mempengaruhi juga terhadap kecenderungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam pembelian yang impulsif. Menurut (Atikah, 2017) Kepribadian mewakili setiap individu yang telah terbentuk sejak masa kanak-kanak dan perilaku individu secara konsisten dalam kurun waktu yang relatif lama, yang didalamnya terdapat kontrol diri. (Baumeister, 2002) menyatakan bahwa kontrol diri merupakan salah satu faktor internal yang dapat mempengaruhiimpulsive buying. Individu yang memiliki kontrol diri yang rendah kurang mampu menahan stimulus yang dapat mendukung impulsive buying, mudah terpengaruh dan tidak dapat mengatur dirinya sendiri dengan baik. Sedangkan orang yang memiliki kontrol diri yang baik akan membeli produk sesuai dengan kebutuhan jangka panjang.

Berdasarkan paparan faktor-faktor yang telah dijelaskan diatas, dapat dikatakan bahwa faktor yang memengaruhi perilaku *impulsive buying* adalah adanya kondisi mood suatu individu yang dapat memengaruhi pada pembelian impulsif, pengaruh lingkungan sekitar yang mendukung perilaku impulsif, pengaruh toko yang menjual produk agar lebih menarik konsumen, dan kepribadian individu yang merupakan karakteristik individu yang terbentuk sejak kecil yaitu kontrol diri.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Definisi kontrol diri adalah kemampuan untuk menahan dorongan dalam diri yang ada untuk mengontrol dirinya. Kontrol diri sendiri merupakan potensi yang dapat digunakan dan dikembangkan oleh individu untuk proses kehidupannya. Kontrol diri yang baik dapat memandu dan mengarahkan tindakan individu sehingga diharapkan dapat berjalan ke arah konsekuensi positif untuk dirinya, menurut (chaplin, 2002).

Selain itu kemampuan kontrol diri dan pengendalian emosi sangat erat kaitannya karena pada dasarnya emosi itu bersifat timbal balik atau *feedback*. Emosi termasuk dari bagian aspek afektif yang memiliki pengaruh besar terhadap kepribadian dan perilakusetiap orang. Perubahan emosi sangat tergantung pada kemampuan seseorang dalam mengendalikan diri karena emosi bersifat fluktuatif dan dinamis.

Kontrol diri merupakan variabel psikologi yang sederhana karena didalamnya mencakup tiga konsep yang berbeda tentang kemampuan mengontrol diri yaitu kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, serta kemampuan individu untuk memilih tindakan berdasarkan suatu yang diyakini Averill (dalam thalib, 2010) . Hal tersebut sama dengan apa yang dikatakan (Calhoun & Acocella, 1990) yang mendefinisikan kontrol diri selaku

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengendalian proses-proses psikologis, fisik, dan perilaku seseorang dengan serangkaian proses yang dapat membentuk dirinya sendiri.

(Kartini Kartono & Dali Gulo, 2000) mengatakan bahwa self kontrol atau yang sering kita sebut dengan kontrol diri adalah kondisi bagaimana seseorang dalam mengatur tingkah laku yang ada dalam dirinya sendiri. Tiap seseorang memiliki caranya sendiri untuk mengarahkan serta mengatur tingkah lakunya sehingga dapat selaras dengan apa yang mereka inginkan dan kemampuan apa saja yang ia miliki.

Menurut (Tangney et al., 2004) mengatakan bahwa kontrol diri adalah keahlian untuk mengesampingkan atau mengubah respon batin seseorang, serta mencegah kecenderungan perilaku tidak diinginkan, dan menahan diri dari melakukan perilaku tersebut. Kontrol diri secara luas dianggap sebagai kapasitas untuk memperbaiki dan menyesuaikan diri sehingga menghasilkan perilaku yang lebih baik dan sesuai diri dengan dunia.

Berdasarkan paparan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan kontrol diri ialah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menyusun, mengatur, memperbaiki dan membimbing diri yang berasal dari luar maupun dari dalam individu itu sendiri. Kontrol diri ini bertujuan untuk mengarahkan perilaku dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sikap setiap indivisu agar menjadi individu yang lebih positif sehingga menghasilkan perbuatan atau tindakan yang positif pula.

2. Jenis Dan Aspek-Aspek Kontrol Diri

Menurut Block & Block (dalam Gufron, 2011) terdapat tiga jenis kontrol diri yaitu *approprite control,* ialah kontrol yang memungkinkan tiap individu mengendalikan impuls atau dorongannya secara tepat, *over control* adalah individu yang mengontrol diri dengan banyak menahan diri untuk bereaksi dengan stimulus. Hal ini dilakukan dengan sangat berlebihan. Under control adalah dorongan dalam diri individu untuk bebas tanpa memperhitungkan secara matang sehingga pada under control ini cenderung melepas impuls.

Averill (dalam thalib, 2010) menyebut kontrol diri dengan kontrol pesonal. Pada aspek ini terdapat tiga kategori, yaitu :

a. *Behavioural* Control (Mengontrol Perilaku)

Kemampuan untuk merubah suatu keadaan yang tidak menyenangkan, kemampuan ini terdiri dari, kemampuan untuk mengatur perilaku yaitu kemampuan menentukan siapa yang mengendalikan situasi.dimana individu yang kontrol dirinya baik akan mampu mengatur perilaku dengan kemampuan dirinya. Bila tidak mampu maka individu akan menggunakan sumber eksternal untuk mengatasinya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Cognitive Control* (Mengontrol Kognisi)

Kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menilai, menginterpretasi, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri atas dua bagian yaitu *information gain* (memperoleh informasi) dan *appraisal* (melakukan penilaian). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan.

c. *Decision Control* (Mengontrol Keputusan)

Mengontrol keputusan adalah suatu kemampuan dalam diri individu untuk memilik apa yang akan dilakukan atau respon apa yang harus diberikan berdasarkan dari suatu hal yang telah disepakati. Individu yang melakukan sebuah pilihan akan berfungsi secara baik apabila ada suatu kebebasan, kesempatan atau bahkan kemungkinan bagi individu tersebut. Pada saat melakukan pemilihan ini yang menjadi aspek ukur adalah kemampuan dalam diri individu itu sendiri yaitu mengontrol diri dan mengambil keputusan.

Berdasarkan penjelasan diatas yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa aspek kontrol diri menurut Averill menjadi tiga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu, *behavioural control* (mengontrol perilaku) dimana individu mampu untuk mengontrol dirinya untuk melakukan sesuatu atas kehendak dirinya sendiri, *cognitive control* atau mengontrol kognisi dimana individu mengolah sebuah informasi yang nantinya jika individu mengalami keadaan yang tidak menyenangkan maka individu dapat mengantisipasinya, dan yang terakhir adalah decision control (mengontrol keputusan) dimana individu dapat memutuskan suatu tindakan yang nantinya akan menjadi suatu kesempatan atas kebebasannya untuk memilih.

3. Faktor-Faktor Kontrol Diri

Menurut (Gufron & Risnawati, 2011) pada intinya faktor yang mempengaruhi kontrol diri yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu faktor yang terdapat dalam diri tiap-tiap individu dan faktor eksternal yaitu faktor yang berada di luar diri individu biasanya dari lingkungan individu itu sendiri. Berikut ini penjelasan menganai faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor Internal

Faktor internal atau faktor yang terdapat dalam diri individu diantaranya ada dua faktor yaitu kepribadian individu itu sendiri dan usianya.

1) Kepribadian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faktor kontrol diri salah satunya adalah kepribadian. Kontrol diri ini berlangsung dalam kondisi tertentu dalam diri individu saat bereaksi dengan suatu hal tertentu yang sedang dihadapinya sehingga memiliki pengaruh pada hasil yang akan didapatkannya. Setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda-beda, hal inilah yang membedakan pula individu tersebut dalam menghadapi suatu keadaan atau permasalahan yang ada. Berdasarkan keberagaman ini ada beberapa individu yang cenderung reaktif ada pula yang cenderung lamban dalam memberikan suatu reaksi.

2) Usia

Ukuran usia biasanya dijadikan sebagai acuan apakah individu tersebut sudah dewasa atau belum. Hal ini dikarenakan setiap individu yang memiliki usia lebih tua dianggap telah melalui berbagai masalah dan bagaimana cara mengatasinya sehingga memiliki pengalaman hidup yang lebih banyak dan dirasa sudah baik dalam hal mengontrol diri. Jadi, pada usia yang lebih tua cenderung memiliki kontrol diri yang lebih baik daripada usia yang lebih muda.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini diantaranya ialah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga sangatlah penting karena lingkungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keluarga memegang peran penting dalam kontrol diri setiap individu. Pada penelitian (Nasichah, 2000) menghasilkan sebuah hasil analisa berupa penerapan disiplin yang dilakukan oleh orang tua yang demokratis menjadikan presepsi remaja dalam mengikutinya cenderung tinggi hal ini juga berdampak pada kemampuan remaja dalam mengontrol dirinya jadi lebih baik. Apabila orangtua yang melaksanakan disiplin ini diterapkan dan dicontohkan kepada anaknya dari ia masih kecil, maka anak tersebut akan lebih mengkhayati dalam penerapannya sehingga akan menjadi kontrol diri yang baik bagi dirinya.

Berdasarkan pemaparan faktor diatas, disimpulkan bahwa adanya faktor internal yang memiliki dua poin yaitu kepribadian sebagai individu yang berbeda maka semakin beragamnya jenis kepribadian seseorang individu, dan usia dimana semakin matangnya usia maka semakin kontrol diri yang dimiliki itu semakin matang akan memutuskan sesuatu. Faktor eksternal muncul karena adanya lingkungan keluarga, semakin demokratisnya orang tua dalam mendidik dan mendisiplinkan anaknya maka semakin tekun dan terkontrolnya pula diri anak tersebut dalam memutuskan sesuatu.

C. Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Pengguna Dompet Digital OVO

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Semakin maraknya dompet digital yang menyediakan wadah untuk mempermudah untuk membeli barang, makanan, pakaian, sehingga waktu yang dikeluarkan tidak terlalu lama untuk pergi ke pusat perbelanjaan, hal seperti ini membuat para konsumen dengan pembelian menggunakan dompet digital lebih mudah dalam mencari informasi melalui aplikasi untuk mencari dan membeli secara lansung apapun yang diinginkan, serta rentan untuk melakukan pembelian yang berlebihan. Kadang konsumen membeli dengan didasari oleh faktor emosional. Pembelian secara emosional kebanyakan dilakukan secaratanpa perhitungan atau spontan. Perilaku yang dilakukan dengan tidak ada pertimbangan disebut *impulsive buying* (Toffer & Imbel, 2002)\

Salah satu perilaku yang dimaksud adalah perilaku membeli (Anggraeni & Mariyanti S, 2014). Remaja adalah individu yang mudah dipengaruhi oleh rayuan penjual dan dipengaruhi oleh kemasan, kurangnya pertimbangan dan impulsif (Santosa, 1998). Dampak dari pengendalian diri yang rendah adalah banyaknya barang yang jarang digunakan, mohon maaf harga di toko lain jauh lebih murah, maaf karena kemasan yang menarik memiliki kualitas yang kurang baik. Meminjam uang dari teman, atau memiliki uang jajan dihabiskan secara prematur karena didorong oleh keinginan untuk membeli barang atau produk (Diba, 2014). Perilaku membeli ini disebut *impulsive buying*.

Kecenderungan *impulsive buying* pada hakikatnya bisa ditekan atau lebih dikurangi jika para individu yaitu mahasiswa dengan melakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengendalian pada dirinya sendiri. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membuat daftar keinginan yang mana mendahulukan keinginan yang menjadi kebutuhan sehingga mahasiswa dapat mendahulukan mana yang lebih penting untuk dibeli sehingga dapat mengurangi *impulsive buying* Rodin (dalam Utami & Sumaryono, 2008).

Impulsive buying bisa jadi adalah salah satu bentuk dari sifat kepribadian yang mewakili kurangnya kontrol diri (Youn & Faber, 2000). Menurut (Baumeister, 2002) Salah satu faktor *impulsive buying* berdasarkan kepribadian individu, dalam penelitian ini akan menggunakan faktor kontrol diri, karena kontrol diri merupakan salah satu faktor internal yang cukup besar memengaruhi individu dalam perilaku *impulsive buying* . kontrol diri memiliki peranan yang krusial dalam proses membeli suatu barang, karena kontrol diri dapat mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu antonides (Fitriana & Koenjoro, 2009).

Kontrol diri pada mahasiswa merupakan kapasitas dalam diri yang dapat digunakan untuk mengontrol variabel-variabel luar yang menentukan tingkah laku. Hal ini dikarenakan kondisi emosi remaja yang belum stabil sehingga memunculkan dorongan perilaku membeli yang tidak wajar (Chita dkk., 2015). Hal tersebut menjadikan peran kontrol diri menurut penelitian Antonides (dalam Fitriana & Koencoro, 2009) memiliki peran yang penting dalam proses membeli suatu barang, karena

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu.

Averill (dalam Thalib, 2010) menyebutkan kontrol diri dengan sebutan kontrol personal, dan di aspek ini ada tiga kategori yaitu, *Behavioural control* (mengontrol perilaku), *cognitive control* (mengontrol kognisi), dan *decision control* (mengontrol keputusan). mengontrol perilaku adalah aspek pertama dalam kontrol diri. Konsumen dengan kemampuan mengontrol perilaku akan dapat mengatur emosinya, mengarahkan perilaku pembeliannya kepada barang atau produk-produk yang dibutuhkannya, dan menjauh dari toko atau produk yang dapat membuatnya hilang kendali. Sama halnya dengan penelitian dari (Aroma & Suminar, 2012) jika individu memiliki kontrol diri yang tinggi maka akan bisa menahan kebutuhan kesenangan sesaat dan bisa berfikir logis bahwa perbuatannya akan menimbulkan resiko bagi dirinya. Maka dengan melakukan hal-hal tersebut pembeli dapat terhindar dari spontanitas atau pembelian yang tidak disiapkan. Salah satunya adalah impulsive buying, jika kontrol perilaku individu naik maka seseorang tersebut tidak akan melakukan *impulsive buying*. Proses mengontroldiri ini menjelaskan bagaimana diri mengatur dan mengendalikan masalah dalam menjalani kehidupan sesuai dengan kemampuannya dalam mengendalikan perilakunya . Jika seseorang dapat mengendalikan perilakunya dengan baik maka seseorang tersebut dapat menjalani kehidupan dengan baik (Harter, 1981).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kontrol perilaku dapat membantu individu dalam memodifikasi keadaan yang di karenakan stimulus yang tidak di kehendaki. Konsumen dengan kemempuan mengontrol stimulus, ketika belanja tidak akan tergiur dengan diskon terutama pada barang atau produk yg tidak dibutuhkan, ketika ada dorongan mendesak untuk membeli barang diluar perencanaan maka dapat mengalihkan dorongan tersebut dengan memikirkan hal-hal yang dapat dilakukan nanti jika uangnya ditabung. Hal ini sejalan dengan (Diba, 2014) yaitu konsumen dengan kontrol diri tinggi akan mengacuhkan potongan harga dan contoh gratis yang ditawarkan, tidak mudah terpengaruh pada omongan orang lain yang menyuruhnya untuk melakukan pembelian.

Konsumen dengan kemempuan mengontrol kognisi, ketika merencanakan atau membuat daftar barang-barang yang akan dibeli agar tidak melebihi anggaran dan menghitung pendapatan dan pengeluaran agar dikemudian hari tidak mengalami kesulitan keuangan. Seperti yang terjadi (Kusumadewi dkk., 2012) individu dengan kontrol diri tinggi akan dapat mengendalikan diri jika situasi yang tidak sesuai dengan harapanyya, sehingga perilaku dan emosi negatif dapat dikendalikan atau dihindari. Dengan melakukan hal-hal tersebut maka konsumen dapat terhindar dari pembelian spontan dan pembelian yang dapat mengakibatkan dampak negatif

Selanjutnya aspek kontrol diri adalah kemampuan dalam mengontrol keputusan yang merupakan kemampuan memilih berdasarkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesuatu yang di setujui. (Bandura, 1993) menjelaskan bahwa dalam kehidupan sehari-hari orang harus membuat keputusan untuk mencoba berbagai tindakan dan seberapa lama menghadapi kesulitan-kesulitan. Dalam hal ini seseorang ingin mendapatkan suatu barang atau jasa secara tiba-tiba tanpa memikirkan akibat dari keputusan pembelian yang dilakukan. Dalam mengambil keputusan membeli, konsumen dipengaruhi oleh kepribadian dalam diri. Kepribadian pembeli akan memengaruhi persepsi dn mengambil keputusan dalam membeli (Anwar, 2005). Konsumen yang memiliki kemampuan mengambil keputusan melakukan pertimbangan dulu sebelum membeli. Sama halnya engan yang dinyatakan (Chita dkk., 2015) bahwa seseorang dengan kontrol diri tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Kesimpulannya *impulsive buying* dapat dijelaskan sebagai pilihan yang dibuat pada saat itu juga karena perasaan positif yang kuat mengenai suatu benda. Sesuatu yang di rasa positif akan menjadikan keputusan untuk membeli.

Berdasarkan hasil penelitian (Diba, 2014), dapat disimpulkan bahwa pada subjek penelitian remaja putri memiliki perilaku pembelian impulsif dan memiliki peranan kontrtol diri yang buruk. Sedangkan pada keseluruhan subjek penelitian remaja putra tidak memiliki perilaku pembelian impulsif dan memiliki peranan kontrol diri yang baik. Hal tersebut menandakan terdapat perbedaan pembelian impulsif dan peranan kontrol diri antara remaja putri dan remaja putra. Kontrol diri baik yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terjadi pada subjek remaja putra mengakibatkan perilaku pembelian impulsif seperti, hanya melakukan pembelian barang berdasarkan kebutuhan dan kesenjangan saja. Lain halnya yang terjadi pada subjek remaja putri. Kontrol diri buruk yang terjadi pada subjek remaja putri mengakibatkan perilaku pembelian impulsif dalam berbagai hal seperti, remaja putri cenderung lebih sering mengunjungi pusat perbelanjaan, mudah terpengaruh pada segala stimulus yang ada di pusat perbelanjaan seperti potongan harga, model barang yang dijual, bujukan teman maupun penjua, serta keinginan mencoba sesuatu yang baru.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, kontrol diri memiliki pengaruh terhadap *impilsive buying*, salah satunya adalah pembelian melalui dompet digital yang sekarang marak terjadi. Sebab itu, kontrol diri seperti dua sisi mata uang logam, di suatu sisi dapat membawa ke arah yang menguntungkan, di sisi lain akan terselamatkan dari perilaku di luar nilai-nilai dan kesadaran, seperti perilaku *impulsive buying* yang merugikan diri sendiri.

Kemudian penelitian yang diteliti oleh (Larasati & Budiani, 2014) dalam jurnalnya yang berjudul "Hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pakaian pada mahasisa psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan pembelian secara online" dijelaskan bahwa kontrol diri dan pembelian impulsif memiliki hubungan yang signifikan, dan dari hubungan tersebut menghasilkan suatu hubungan yang negatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sehingga apabila kontrol diri yang ada pad individu tersebut semakin tinggi, maka pembelian impulsifnya semakin rendah.

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan di atas memberikan bukti bahwa terdapat suatu hubungan antara kontrol diri individu terhadap perilaku *Impulsive Buying* pada mahasiswa . Oleh sebab itu diharapkan sebagai mahasiswa harus mempunyai kontrol diri yang baik.

D. Kerangka Teoritik

Di negara-negara maju, kehidupan tanpa uang tunai turut membentuk karakter masyarakat belanja impulsif (*impulsive buying*) kelas menengah, dimana orang-orang membeli barang tanpa direncanakan. Untuk memenuhi kebiasaan tersebut, saldo dalam jumlah besar menjadi suatu keharusan. Hal itu didukung pernyataan dari (Stren, 1962) menyatakan impulsive buying adalah dorongan kuat untuk membeli yang diikuti pembelian tanpa perencanaan yang muncul secara tiba-tiba dan sering kali sulit untuk ditahap tiap individu, yang secara spontan dipicu saat berhadapan dengan produk, serta adanya perasaan menyenangkan. Selain iti, (Loudon & Bitta, 1993) juga menyebutkan perilaku impulsif merupakan pembelian yang dilakukan dengan spontan atau tanpa adanya perencanaan. Menurut (Baumeister, 2002) kecenderungan *impulsive buying* dipengaruhi karena adanya faktor internal yang salah satunya yaitu Kontrol Diri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kontrol diri merupakan potensi yang dapat digunakan dan dikembangkan oleh individu untuk proses kehidupannya. Adanya kontrol diri mampu memandu dan mengarahkan tindakan individu yang diharapkan dapat menuju ke arah konsekuensi positif untuk dirinya. Menurut (Calhoun & Acocella, 1990) yang mendefinisikan kontrol diri sebagai pengendalian proses-proses psikologis, fisik, dan perilaku seseorsng dengan serangkaian proses yang dapat membentuk dirinya sendiri.

Ditinjau dari penelitian yang dilakukan oleh (Desy Arisandy, 2017) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying*. Maka dari itu peneliti ingin meneliti adanya hubungan antara kntrol diri dengan perilaku impulsive buying karena beberapa teori dari (Stren, 1962) yang menyatakan bahwa adanya dorongan kuat untuk membeli tanpa ada rencana yang secara spontan dan sulit untuk dikendalikan, namum adanya perasaan menyenangkan ada kaitannya dengan teori yang dinyatakan oleh (Calhoun & Acocella, 1990) bahwa kontrol diri adalah pengendalian dimana adanya proses-proses psikologi, fisik, serta perilaku yang akan membentuk suatu individu. Semakin kuat dorongan individu untuk melakukan *impulsive buying* karena merasa senang maka individu tersebut membentuk dirinya melalui psikologis yang berasal dari perasaan menyenangkan, berupa fisik yaitu dari dorongan untuk membeli, dan perilaku yang akan melakukan pembelian secara langsung.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO" . Adapun bagan kerangka teoritik dari penelitian seperti berikut:

Dari gambar tersebut penelitian menjelaskan bahwa terdapat korelasi antara kontrol diri dengan *impulsive buying* yaitu hubungan negatif dan signifikan. Artinya, individu yang memiliki kontrol diri tinggi, maka *impulsive buying* pada diri individu tersebut semakin rendah, dan apabila individu tersebut memiliki kontrol diri yang rendah, maka semakin tinggi *impulsive buying* pada diri individu tersebut.

E. Hipotesis

Jawaban sementara atas tujuan penelitian terhadap kerangka teori yang ada disebut dengan hipotesis. Pada penelitian ini hipotesis yang didapat dari pemaparan kerangka teori yang telah disusun di atas adalah terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa yang menggunakan dompet digital OVO. Semakin rendah kontrol diri maka *impulsive buying* akan semakin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tinggi. Begitu juga sebaliknya, semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah *impulsive buying*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode korelasi. Penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang saling berhubungan (Azwar, 2013). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui "Hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO" Sehingga peneliti ingin mencari hubungan antara kontrol diri sebagai variabel bebas (X) dengan *impulsive buying* sebagai variabel terikat (Y) menjadi fokus utama dalam penelitian.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut (Arikunto, 2008) adalah objek penelitian atau suatu yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan, yakni:

1. Variabel terikat (dependent): *impulsive buying* (Y)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Variabel terikat (dependent) atau variabel Y merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini impulsive buying merupakan variabel terikat atau variabel Y

2. **Variabel bebas (independent) : kontrol diri (X)**

   Variabel bebas (independent) atau X merupakan suatu variabel yang variasinya mempunyai pengaruh terhadap variabel lain. Dalam penelitian ini kontrol diri berperan sebagai variabel bebas atau variabel X.

C. Definisi Operasional

1. Impulsive Buying

Impulsive Buying adalah suatu reflek yang dilakukan oleh individu saat hendak membeli suatu barang ketika barang yang dituju sudah berada di depan mata, rasa keinginan membeli secara tiba tiba muncul seketika, hingga muncul perasaan kuat agar barang yang dituju harus dibeli saat ini juga oleh konsumen.

Untuk mengukur skala *impulsive buying* yakni memakai skala "*the impulse buying tendency scale"* yang merupakan skala dari (Verplanken & herabadi, 2001) yang diadaptasi penelitian dari (Sulistyawati, 2016). Berikut beberapa indikator yang diambil dari aspek *impulsive buying* yakni suatu kegiatan pembelian yang merupakan aspek kognitif serta adanya individu yang didasari oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peniadaan pertimbangan nominal harga suatu produk, aktivitas jual beli tanpa mempertimbangkan kemanfaatan barang produksi, dan individu tanpa adanya aktivitas perbandingan produk, kemudian pada aspek afektif yakni dorongan perasaan melakukan pembelian, perasaan kecewa, dan pembelian tanpa perencanaan.

2. Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan keahlian dalam mengubah atau mengesampingkan timbal balik emosi individu dan menyegah perilaku yang lebih condong kepada suatu hal yang tidak diinginkan serta menahan diri akan kejadian perilaku individu tersebut..

Untuk mengukur skala kontrol diri menggunakan skala yang diadaptasi dari penelitian (Zahrah, 2019) yakni *skala the brief self control scale* (BSCS) yang dikembangkan (Tangney et al., 2004) menyebutkan bahwa kontrol diri merupakan kontrol personal yang memiliki tiga aspek yaitu (*behavioural control, cognitive control, dan decision control).*

D. Populasi, Teknik Sampling, Dan Sampel

1. Populasi

(Nursalam, 2016) mengatakan populasi merupakan sekumpulan subjek yang memiliki beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti dan memiliki dampak untuk menginterpretasikan serta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggeneralisasikan hasil. Populasi pada tahapan penelitian yang dilakukan kepada seluruh mahasiswa S1 UINSA Surabaya yang menggunakan dompet digital OVO. Menurut data yang diperoleh peneliti dari PPDKTI (2019), bahwa populasi mahasiswa S1 di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya adalah sebanyak 18.175 mahasiswa. Subjek yang diambil pada penelitian berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

a. Mahasiswa S1 UINSA Surabaya.

b. Pengguna dompet digital OVO dan pernah bertransaksi.

2. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling purposive*. Menurut (Sugiono, 2013) sampling purposive merupakan cara menentukan sampel berdasarkan ciri-ciri atau kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian.

3. Sampel

Sampel adalah suatu bagian yang terdapat di populasi serta masih dapat dijangkau oleh peneliti yang digunakan menjadi subjek dalam penelitian melalui teknik sampling (Nurasalam, 2016). Pertimbangan menggunakan sampel adalah pengambilan data dalam penyebaran data menggunakan angket lebih mudah karena sudah ditentukan jumlahnya serta adanya keterbatasan tenaga, waktu, dan dana.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk mengambil sampel menurut (Sugiyono, 2010) kelayakan suatu ukuran sampel dapat dikategorikan disuatu penelitian yaitu kisaran 30 sampai 500 sampel.. (Margono, 2007) menyatakan bahwa tidak ada ketetapan dalam menentukan besar kecilnya sampel secara mutlak, artinya tidak ada suatu ketentuan. Maka dari itu peneliti menentukan 100 sampel yang telah ditentukan sudah masuk kriteria dalam melakukan penelitian. Jumlah sampel yang didapat ini nantinya akan dibagi rata ke sembilan fakultas di UIN Sunan Ampel Surabaya yaitu fakultas psikologi dan kesehatan, adab dan humaniora, ilmu sosial dan ilmu politik, ekonomi dan bisnis Islam, dakwah dan komunikasi, sains dan teknologi, syariah dan hukum, ushuludin dan filsafat, dan tarbiyah dan keguruan.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ialah model skala likert yang diperuntukkan dalam hal mengukur pendapat, sikap, dan presepsi seseorang mengenai gejala sosial atau kejadian tertentu (Ridwan &Kuncoro, 2011). (Noor, 2011) menyatakan bahwa Skala likert dirancang dengan 2 jenis pernyataan yaitu secara favorabel atau menyatakan dukungan terhadap objek sikap dan unfavorabel atau pernyataan yang merupakan penolakan atau tidak adanya dukungan objek sikap.

Ukuran skala pada penelitian ini, penelitian ini memberikan pilihan terhadap 4 aspek, yaitu STS (sangat tidak seuju) , TS (tidak setuju), S

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(setuju), dan SS (sangat setuju) Pada tahapan pemberian penelitian ini tidak adanya pilihan netral (N) untuk menghindari adanya *central tendency effect* pada narasumber atau pokok responden (Supraktiknya, 2014).

Tabel 1 Pemberian skor skala likert kontrol diri dan *impulsive buying*

Pilihan Jawaban	F	UF
SS	**4**	**1**
S	**3**	**2**
TS	**2**	**3**
STS	**1**	**4**

1. Instrument Penelitian Variabel *Impulsive Buying*

a. Alat Ukur *Impulsive Buying*

Alat ukur yang digunakan yaitu skala skala kecenderungan pembelian yang merupakan skala dari (Verplanken & herabadi, 2001) yang menyebut pembelian impulsif terdiri dari 2 aspek seperti aspek afektif dan aspek kognitif. Aspek kognitif pada alat ukur ini yaitu mengenai minimnya perilaku hati-hati dan merencanakan sesuatu, namun pada aspek afektif yaitu mengenai tingkat ukuran terhadap rasa, kelemahan kontrol, dan memiliki penyesalan. Alat ukur ini ada 20 item, dan beberapa aspek terdiri dari 10 aspek. Masing-masing pertanyaan terdapat favorabel dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

unfavorabel. Ketika salah satu penentu sependapat dengan pernyataan yang ada dalam skala, maka sikap positif timbul dari kejadian atau respon serta masuk dalam golongan item favorabel, Sedangkan ketika salah satu penentu tidak sependapat dengan pernyataan yang ada dalam skala, maka sikap negatif ditunjukkan oleh objek penelitian serta termasuk dalam golongan item unfavorabel hal ini seperti yang berasal dari Anderson (dalam Supraktiknya, 2014).

Sementara untuk pengukuran dari penggunaan *impulsive buying* yang terjadi pada skala "*the impulsive buying tendency scale"* dari (verplanken & herabadi, 2001) dan diadaptasi dari penelitian Sulistyawati (2016) dengan aspek sebagai berikut:

Tabel 2 Blue Print Skala *Impulsive Buying*

No	Aspek	Indikator	F	U	∑
1	Kognitif	Pembelian tanpa pertimbangan harga	8,15	-	10
		Pembelian tanpa pertimbangan kegunaan	13,18	1,3,10	
		Perbandingan produk	4	7,20	
2	Afektif	Dorongan perasaan melakukan pembelian	2,12,17	9	
		Perasaan kecewa	11	19	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Pembelian tanpa perencanaan	5,14, 16	6	10
	Total	12	8	20

1. **Validitas Skala *Impulsive Buying***

Validitas merupakan indikator ketepatan untuk menunjukkan indeks keakuratan untuk menunjukkan keakuratan alat ukur yang digunakan pada instrument penelitian ini. Suatu instrument atau alat tes dapat mempunyai tingkat kevalidan yang tinggi ketika dapat menggerakan fungsi ukurannya dan/atau menghasilkan ukuran yang semestinya telah dilakukan, dan sesuai terhadap pengukuran. Namun ketika adanya sebuah pengukuran yang kurang sesuai dengan target pengukuran variabel tersebut maka instrument tersebut mempunyai kevalidan yang dibawah rata-rata (Azwar, 2016).

Penelitian ini menggunakan teknik validitas berupa validitas (*content validity).* Validitas isi ialah pengujian yang dilakukan terhadap suatu isi atau substansi berdasarkan estimasi yang telah diuji validitasnya dengan cara instrument melalui professional judgement, peneliti ini melakukan konsultasi kepada dosen sebagai professional judgement terhadap validitas isi instrument.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uji validitas pada penelitian ini digunakan untuk mengukur kelayakan item-item yang berisi pernyataan atau pertanyaan dalam, mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas aitem ini dilakukan dengan "*statistical package for social science*" (SPSS) versi 16. Menurut (Azwar, 2016) suatu item yang mempunyai hubungan dengan item total yang sesauai dengan cara yang telah ditentukan yaitu lebih besar dari 0,30 yang merupakan bagian dari perencanaan serta menjadi acuan penentuan skala, maka dari itu peneliti memilih item-item yang mempunyai daya indeks deskriminasi tinggi. Tidak menutup kemungkinan jika jumlah item yang berhasil lolos masih kurang mencakup total yang dicapai, bisa dipertimbangkan dalam hal penurunan batas minimal kriteria dari >0,30 menjadi >0,25 atau >0,20 dengan tujuan terpenuhinya aspek dalam penelitian tersebut. Hasil yang didapat dari uji validitas *impulsive buying* yang terdapat di penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil uji validitas Skala *impulsive buying*

aitem	Corrected Item-Total Correlation	keterangan
a1	.139	tidak valid
a2	.633	valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a3	.230	tidak valid
a4	.055	tidak valid
a5	.623	valid
a6	-.015	tidak valid
a7	.182	tidak valid
a8	.681	valid
a9	.187	tidak valid
a10	.185	tidak valid
a11	.294	valid
a12	.284	valid
a13	.469	valid
a14	.607	valid
a15	.581	valid
a16	.272	valid
a17	.593	valid
a18	.255	valid
a19	-.269	tidak valid
a20	-.074	tidak valid

Berdasarkan dari hasil analisis diatas, skala *impulsive buying* yang awalnya 20 aitem setelah meleati uji coba alat ukur

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdapat 9 aitem yang dibawah nilai koefisien 0,25 akan gugur dan dihilangkan dari skala aitem yang gugur adalah nomor 1,3,4,6,7,9,10,19,20. Setelah uji validitas, dilakukan perubahan nomor terhadap item pada skala sehingga aitem yang gugur dikeluarkan dari skala yang ada. (Azwar, 2016) menyatakan bahya jika suatu item yang berhasil tembus namun masih belum sesuai dengan apa yang diminta, bisa dipertimbangkan untuk memberikan penurunan terhadap skala yang diberikan dari >0,30 menjadi >0,25 atau >0,20 dengan tujuan terpenuhinya aspek dalam penelitian tersebut maka nilai koefisien >0,25 dianggap valid dan layak. Adapun sebaran skala *impulsive buying* setelah mengalami uji coba menjadi seperti tabel berikut.

Tabel 4 Blue Print Skala *Impulsive Buying* uji pakai

No	Aspek	Indikator	F	U	∑
1	Kognitif	Pembelian tanpa pertimbangan harga	8,15	-	4
		Pembelian tanpa pertimbangan kegunaan	13,18	-	
		Perbandingan produk	-	-	
2	Afektif	Dorongan perasaan melakukan pembelian	2,12,17	-	7
		Perasaan kecewa	11	-	
		Pembelian tanpa perencanaan	5,14,	-	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		16		
	Total	11	-	11

2. Reliabilitas Skala *Impulsive Buying*

Reliabilitas merupakan konsisten, kemantapan, keabsahan, dan keajengan alat ukur yang bisa diketahui melalui uji reliabilitas. (Muhid, 2019) menjelaskan jika tingkat koefisien reliabilitas tinggi mendekati 1,00 maka alat ukur bisa dikatakan sangat reliabel, dan tidak menutup kemungkinan apabila nilai reliabilitas menjauhi angka 1,00 maka reliabilitasnya semakin rendah. Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan *alpa cronbach* dengan bantuan "*statistical package for social science"* (SPSS) versi 16 dengan melihat nilai koefisian. Berikut perolehan nilai reliabilitas pada setiap variabel:

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Skala *Impulsive Buying*

skala	jumlah item	cronbach alpa	keterangan
Impulsive buying	20	0.735	reliabel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan uji reliabilitas skala *impulsive buying* diatas, terdapat nilai dari *cronbach alpha* sebesar 0,735 hal ini menunjukkan skala impulsive buying dinyatakan reliabel.

3. Instrument Penelitian Variabel Kontrol Diri

a. Alat Ukur Kontrol Diri

Skala kontrol diri ini merupakan skala *The Brief Self Control Scale* (BSCS) yang dikembangkan (Tangney et al., 2004). Skala ini dikembangkan untuk mengukur kontrol diri dari mahasiswa berdasarkan mengendalikan emosi, komponen mengendalikan pikiran, mengendalikan impuls, mengatur perilaku, dan kebiasaan. Skala dari penelitian ini diadaptasi berdasarkan konsep teori dari Averill (dalam Thalib, 2010) yang menyebutkan bahwa adanya kontrol personal atau disebut juga dengan kontrol diri, dimana terdiri dari 3 aspek, yaitu aspek *cognitive control, behavioral control, dan decision control*. Skala ini terdiri dari 35 item. Setiap pernyataan terdapat favorabel dan umfavorabel. Ketika salah satu penentu sependapat dengan pernyataan yang ada dalam skala, maka sikap positif timbul dari adanya kejadian atau respon serta masuk ke dalam golongan item favorabel, Sedangkan ketika salah satu penentu tidak sependapat dengan pernyataan yang ada dalam skala, maka sikap negatif ditunjukkan oleh objek

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian Serta termasuk dalam golongan item unfavorabel hal ini seperti yang berasal dari Anderson (dalam Supraktiknya, 2014).

Untuk pengukuran kontrol diri ini adaptasi dari penelitian Zahrah (2019) dengan aspek yang sudah dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 6 Blue Print Skala kontrol diri

No	Aspek	Indikator	F	U	∑
1	***behavioral control***	Mampu mengatur pelaksanaan.	11,14,17,26,23,33	2,5,6,7,9,20,30	19
		Mampu mengatur stimulus	25	1,3,8,29,34	
2	***cognitive control***	Mampu memperoleh informasi dan melakukan penilaian	28,32	19,27,35,	5
3	***decision control***	Mampu memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada yang diyakini.	13,15,21,31,	4,10,12,16,18,22,24	11
		Total	13	22	35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Validitas Skala Kontrol Diri

Validitas merupakan indikator ketepatan untuk menunjukkan indeks keakuratan pengukuran terhadap perhitungan didalam suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen atau alat tes dapat memiliki tingkat kevalidan yang tinggi ketika dapat menggerakan fungsi ukurannya dan / atau menghasilkan ukuran yang semestinya telah dilakukan, dan sesuai pengukuran pengukuran. Namun ketika pengukuran pengukuran yang kurang sesuai dengan pengukuran pengukuran variabel tersebut maka instrumen tersebut mempunyai kevalidan yang dibawah rata-rata (Azwar, 2016).

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini berupa validitas (*content validity)* . Validitas isi ialah validitas yang diestimasi melalui pengujian terhadap isi instrument melalui professional judgement, peneliti ini melakukan konsultasi kepada dosen sebagai professional judgement terhadap validitas isi instrument.

Uji validitas berfungsi dalam pengukuran tingkat keakurasian tiap item yang berisi pernyataan atau pertanyaan dalam. mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas aitem ini dilakukan dengan *statistial package social science* (SPSS) versi 16. Menurut (Azwar, 2016) suatu item yang mempunyai hubungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan item total yang sesauai dengan cara yang telah ditentukan yaitu lebih besar dari 0,30 yang merupakan bagian dari perencanaan serta menjadi acuan penentuan skala, maka dari itu peneliti memilih item-item yang mempunyai daya indeks deskriminasi tinggi. Tidak menutup kemungkinan jika jumlah item yang berhasil lolos masih kurang mencakup total yang dicapai, bisa dipertimbangkan dalam hal penurunan batas minimal kriteria dari >0,30 menjadi >0,25 atau >0,20 dengan tujuan terpenuhinya aspek dalam penelitian tersebut. Berikut hasil uji validitas item *impulsive buying* dalam penelitian ini bisa dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 7 Hasil uji validitas Skala kontrol diri

aitem	Corrected Item-Total Correlation	keterangan
a1	.269	valid
a2	.229	tidak valid
a3	.429	valid
a4	.547	valid
a5	.401	valid
a6	.561	valid
a7	.611	valid
a8	.525	valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a9	.623	valid
a10	.388	valid
a11	-.403	tidak valid
a12	.622	valid
a13	.238	tidak valid
a14	.238	tidak valid
a15	.338	valid
a16	.362	valid
a17	.221	tidak valid
a18	-.383	tidak valid
a19	.489	valid
a20	-.384	tidak valid
a21	.372	valid
a22	.641	valid
a23	.252	valid
a24	.547	valid
a25	.477	valid
a26	.487	valid
a27	.096	tidak valid
a28	.275	valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a29	-.156	tidak valid
a30	-.063	tidak valid
a31	.231	tidak valid
a32	.289	valid
a33	.327	valid
a34	.077	tidak valid
a35	.458	valid

Berdasarkan dari hasil analisis diatas, skala kontrol diri yang awalnya 20 aitem setelah meleati uji coba alat ukur terdapat 12 aitem yang dibawah nilai koefisien 0,25 akan gugur dan dihilangkan dari skala aitem yang gugur adalah nomor 2,11,13,14,17,18,20,27,29,30,31,34 . Setelah uji validitas, dilakukan perubahan nomor terhadap item pada skala sehingga aitem yang gugur dikeluarkan dari skala yang ada. (Azwar, 2016) menyatakan ketika suatu item yang sudah berhasil namun masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan, bisa diusahakan kembali akan hal memberikan penurunan terhadap kriteria dari >0,30 menjadi >0,25 atau >0,20 dengan tujuan terpenuhinya aspek dalam penelitian tersebut maka nilai koefisien >0,25 dianggap valid dan layak. Adapun sebaran skala kontrol diri setelah mengalami uji coba menjadi seperti tabel berikut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 8 Blue Print Skala kontrol diri uji pakai.

No	Aspek	Indikator	F	U	∑
1	***behavioral control***	Mampu mengatur pelaksanaan.	26,23,33	5,6,7,9	11
		Mampu mengatur stimulus	25	1,3,8	
2	***cognitive control***	Mampu memperoleh informasi dan melakukan penilaian	28,32	19,35	4
3	***decision control***	Mampu memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada yang	15,21	4,10,12,16,22,24	8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	diyakini.		
	Total	8	15	23

c. Reliabilitas Skala Kontrol Diri

Reliabilitas merupakan konsisten, kemantapan, keabsahan, dan keajengan alat ukur yang bisa diketahui melalui uji reliabilitas. (Muhid, 2019) menjelaskan jika koefisien reliabilitas semakin tinggi mendekati 1,00 maka pengukuran dinyatakan semakin reliabel, dan sebaliknya apabila nilai reliabilitas menjauhi angka 1,00 maka reliabilitasnya semakin rendah. Pada penelitian ini pengujuan reliabilitas menggunakan *alpa cronbach* dengan menggunakan *statistical package social science* (SPSS) versi 16 dengan melihat nilai koefisian. Berikut perolehan nilai reliabilitas pada setiap variabel:

Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri

skala	jumlah item	cronbach alpa	keterangan
kontrol diri	35	0.794	reliabel

Berdasarkan uji reliabilitas skala kontrol diri diatas, terdapat nilai dari *Cronbach Alpha* sebesar 0,794 hal ini menunjukkan skala kontrol diri reliabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Analisis Data

Analisis data jadi hal yang urgen dibahas, karena dari hasil ini membuktikan bahwa apakah terdapat hubungan yang signifikan atau tidak pada penelitian yang dilakukan. Data yang diperoleh dari hasil pengisian kusioner "\yang telah dilakukan oleh subjek kemudian dianalisisuntuk mengetahui hubungan antara kedua variabel. Analisis data dilakukan dengan cara uji statistik menggunakan *bantuan statistical package social science* (SPSS) versi 16 untuk melakukan analisis data skor yang telah diperoleh dari pemberian kusioner kepada subjek. Dalam penelitian ini, tes uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *kolmogorov smirnov* untuk mengetahui apakah data terdistibusi dengan normal atau tidak. Kemudian dilanjutkan dengan uji statistik korelasi *pearson product moment* untuk mengetahui hubungan antara dua variabel, dalam hal ini adalah kontrol diri dengan *impulsive buying.* jika ditentukan hubungan pada "*product moment perason*" menghasilkan positif (+) maka jumlah antar variabel adalah searah, namun jika hubungan menghasilkan nilai negatif (-) maka tampilan antar variabel bertolak belakang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Persiapan Dan Pelaksanaan

Sebelum dilakukan penelitian, dibutuhkan persiapan yang matang untuk mendapatkan hasil yang .maksimal, selain itu persiapan untuk mengurangi atau meminimalisir kendala - kendala yang terjadi pada saat peneltian, adapun bebeerapa persiapan yang dilakukan yaitu :

a. Tahap Pertama

Pertama, penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi masalah yang akan diteliti. Seperti merumuskan masalah yang akan dikaji dan merumuskan tujuan. Kemudian mengumpulkan referensi melalui artikel-artikel, jurnal, dan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Selanjutnya memilih tema, variabel, dan hipotesis yang akan dilakukan dalam penelitian. Selanjutnya, peneliti mengutamakan fenomena psikologi di bidang psikologi sosial. Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena mahasiswa pengguna dompet digital OVO yang sering melakukan pembelian secara tiba-tiba atau *impulsive buying* seperti tindakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembelian tanpa mempertimbangkan harga, produk, dan kegunaaannya. Mengingat adanya salah satu yang mempengaruhi faktor *impulsive buying* adalah kontrol diri maka penelitian ini diakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO.

b. Tahap Kedua

Pada tahap kedua. Setelah menemukan beberapa jurnal, artikel, dan penelitian terdahulu terkait variabel yang diteliti, kemudian peneliti mengkonsultasikan bersama dosen pembimbing untuk menyusun *concept note* yang akan diajukan kepada ketua prodi psikologi. Setelah *concept note* disetujui, peniliti mulai untuk menyusun proposal untuk melengkapi materi yang kurang didampingi dengan dosen pembimbing dan membuat instrument berdasarkan catatan dalam concept note. Proposal yang telah disetujui oleh pihak akademik fakultas berlanjut ke tahap seminar proposal untuk dipresentasikan untuk mendapatkan masukan dan saran dari dosen pembimbing dan dosen penguji.

c. Tahap Ketiga

Kemudian pada tahap ini yaitu peneliti merevisi proposal terkait instrumen penelitian. Peneliti melakukan expert judgement kusioner yang akan digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada kegiatan expert judgement ini peneliti meminta bantuan kepada satu dosen yang dianggap ahli dalam bidangnya. Adapun tujuan dilakukannya expert judgement sebelum menyebarkan kusioner yakni untuk memberikan masukan atau kritik pada skala yang akan digunakan apakah pernyataan-pernyataan yang telah disusun telah sesuai dan tepat dalam kalimat.

d. Tahap Keempat

Pada tahap keempat ini peneliti melakukan pengumpulan data yang dilakukan pada tanggal 01 agustus 2020 – 07 agustus 2020 yang dilakukan dengan menyebar kusioner menggunakan google form ke whatsapp kepada mahasiswa universitas islam negeri sunan ampel yang menggunakan dompet digital OVO dengan pertimbangan akan kerahasiaan subjek, kemudahan penyebaran kusioner serta pertimbangan waktu. Setelah terkumpul 100 data hasil kusioner responden maka peneliti melakukan analisa data dan menyusun laporan penelitian.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Deskripsi Subjek

Subjek yang menjadi acuan peneliti ialah mahasiswa UINSA Surabaya pengguna dompet digital OVO. Berdasarkan jumlah sampel yang sudah di tetapkan sebelumnya oleh peneliti maka dipaparkan jumlah subjek sebanyak 100 mahasiswa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) **Pengelompokan Deskripsi Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin**

Pengelompokan berdasarkan jenis kelain subjek yang terdiri dari 100 subjek mahasiswa pengguna dompet digital OVO. Pengelompokan ini bertujuan untuk mengetahui jumlah subjek berdasarkan jenis kelamin yakni Laki-Laki dan Perempuan. Berikut adalah tabel dengan rincian data sebagai berikut:

Tabel 10 Sebaran Jenis Kelamin Subjek

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
1	laki – laki	16	16%
2	Perempuan	84	84%
	Total	**100**	**100%**

Pernyataan terhadap tabel 10 yang telah dijelaskan di atas, dapat diketahui jenis kelamin dari 100 subjek mahasiswa pengguna dompet digital OVO yang mempunyai jenis kelamin yang menyatakan laki-laki memiliki jumlah 16 dengan prosentase 16%, sedangkan subjek dengan jenis kelamin perempuan menggunakan 84 dengan prosentase 84 %. Hasil dari tabel dapat dilihat bahwa sebagian besar frekuensi sebjek berjenis perempuan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Pengelompokan Deskripsi Subjek Berdasarkan Usia

Subjek yang ditemukan terhadap batas usia pada semua mahasiswa pengguna dimpet digital OVO yaitu dengan rentan usia 18 - 24 tahun. Berikut adalah gambaran subjek penelitian berdasarkan usia

Tabel 11 Sebaran usia subjek

No.	Usia	Jumlah	Persen
1	18 tahun	1	1%
2	19 tahun	8	8%
3	20tahun	10	10%
4	21 tahun	36	36%
5	22 tahun	29	29%
6	23 tahun	11	11%
7	24 tahun	5	5%
	Total	**100**	**100%**

Berdasarkan tabel 10 diatas, bahwa secara keseluruhan subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa pengguna dompet digital OVO dengan jumlah subjek pada kategore usia remaja yaitu 18 tahun memiliki prosentase sebanyak 1%, umur 19 tahun memiliki prosentase sebanyak 8%, umur 20 tahun memiliki prosentase 10%, umur 21 tahun memiliki prosentase 36%, umur 22 tahun memiliki prosentase

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

29%, umur 23 memiliki prosentase 11%, dan umur 24 tahun memiliki prosentase sebanyak 5%.

3) Pengelompokan Deskripsi Subjek Berdasarkan Fakultas

Berdasarkan pengelompokan fakultas subjek, terdapat 9 fakultas di UINSA Surabaya yaitu Fakultas Psikologi Dan Kesehatan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Fakultas Adab Dan Humaniora, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Fakultas Sains Dan Teknologi, Fakultas Ushuludin Dan Filsafat, Fakultas Syariah Dan Hukum, Dan Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan. Berikut Adalah Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Fakultas:

Tabel 12 Sebaran fakultas subjek

No.	Fakultas	Jumlah	Persen
1	Fakultas Psikologi Dan Kesehatan	47	47 %
2	Fakultas Adab Dan Humaniora	2	2%
3	Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	2	2%
4	Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik	1	1%
5	Fakultas Dakwah Dan	32	32%

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Komunikasi		
6	Fakultas Sains Dan Teknologi	3	3%
7	Fakultas Syariah Dan Hukum	1	1%
8	Fakultas Ushuludin Dan Filsafat	7	7%
9	Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan	5	5%
	Total	**100**	**100%**

3. Deskripsi Data Dan Reliabiitas Data

a. Deskripsi Data

Gambaran umum data bertujuan untuk lebih memahami suatu data standar deviasi, nilai rata-rata/mean, nilai varian dan lain-lain. Landasan yang menyatakan hasil analisis statistik deskriptif dengan suatu program statistik paket ilmu sosial (SPSS) versi 16 dapat diketahui Xmin, Xmax, mean, SD, dan varian dari jawaban tiap subjek penelitian terhadap skala ukur yakni:

Tabel 13 Deskripsi data

No.	Variabel	N	Range	Xmin	Xmax	Mean	Std Dev.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1	Kontrol Diri	100	44	74	118	93,62	9,242
2	*Impulsive Buying*	100	33	27	60	47,74	5,986

Berdasarkan tabel 12 diatas diketahui jumlah subjek dalam peelitian ini berjumlah 100 siswa. Untuk skala kontrol diri mempunyai range sebesar 44, skor minimum (Xmin) sebesar 74, skor maksimal (Xmax) sebesar 118, mean (M) sebesar 93,62, dan standar desviasi (SD) sebesar 9,242. Skala Impulsive Buying mempunyai range sebesar 33, skor minimum (Xmin) sebesar 27, skor maksimal (Xmax) sebesar 60, nilai rata-rata (mean) sebesar 47,74, dan standar desviasi (SD) sebesar 5,986.

b. Reliabilitas Data

Uji reabilitas *cronbach's alpha* pada penelitian ini menggunakan *statistical package statistical* science (SPSS) versi 16 untuk menguji skala dalam penelitian, yang diperoleh hasil seperti berikut:

Tabel 14 Hasil uji estimasi reliabilitas

Skala	Koefisien Reliabilitas	Jumlah Aitem
Kontrol Diri	0,794	35
Impulsive Buying	0,735	20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan pada uji estimasi reliabilitas kedua skala di tabel 13, skala kontrol diri memperoleh koefisien sebesar 0,794 terdiri dari 35 item, Sedangkan pada skala *impulsive buying* memperoleh koefisien senialai 0,735 yang terdapat pada 20 item, sehingga reliabilitas pengukuran kedua skala dapat dinyatakan reliabel. Kemudian bisa disimpulkan bahwa skala performan diri dan skala impulsive buying keduanya mempunyai reliabilitas yang bagus dan dinyatakan reliabel. Skala bisa dinyatakan reliabel jika nilai koefisien mendekati 1,00 dan nilai reliable diatas 0,60.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Prasyarat

Sebelum melakukan pengujian, dilakukan dahulu uji prasyarat atau uji asumsi. Uji prasyarat dilakukan terlebih dahulu dikarenakan teknik analisa bisa dilakukan jika uji prasyarat, yang melatar belakangi penggunaanya dapat tercapai. Uji prasyarat yang diaplikasikan ialah uji linieritas dan uji normalitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu uji untuk menjelaskan suatu data apakah memiliki distribusi yang normal apa tidak dari variabel bebas yaitu diri dan variabel yang dibayar secara impulsif yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nantinya akan mendapatkan hasil uji hipotesis yang dapat diajukan.

Prosedur yang dipakai pada beberapa alat uji untuk melihat derajat normalitas adalah uji nirmalitas "*kolmogorov-smirnov*". subjek yang diambil akan diambil 100 subjek. Dengan menggunakan kaidah persetujuan taraf signifikasi <0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa data dinyatakan berdistribusi normal, tidak menutup kemungkinan jika signifikasi> 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi tidak normal (Muhid, 2019). Hasil dari data berikut adalah:

Tabel 15 Hasil uji normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.86189470
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.042
	Negative	-.089
Kolmogorov-Smirnov Z		.887
Asymp. Sig. (2-tailed)		.411

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil uji normalitas diatas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,411 > 0,05. Karena nilai signifikansi pada variabel yang diukur > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan memenuhi uji asumsi normalitas.

2) Uji linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu kontrol diri dan variabel terikat yaitu *impulsive buying* berhubungan linear atau tidak (Muhid, 2012). Patokan untuk mengetahui linearitas hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas ialah apabila signifikasi >0,05 maka terdapat hubungan yang linier, sebaliknya apabila signifikasi <0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data mempunyai hubungan yang tidak linier (Azwar, 2013).

Tetapi, apabila data tidak lolos dalam uji normalitas dan linieritas maka dapat dilakukan uji ststistik non parametrik yang parameter populasi atau datanya tidak mengikuti suatu distribusi tertentu. Uji statistik non parametrik yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik korelasi *spearman rho*. Uji linearitas dalam penelitan ini menggunakan bantuan compare mean dengan bantuan SPSS versi 16 *for windows* . hasil dari uji linearitas adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 16 Hasil Uji Linieritas

			F	Sig.
Impulsive buying * Kontrol diri	Between Groups	(Combined)	.669	.891
		Linearity	3.637	.061
		Deviation from Linearity	.570	.955
	Within Groups			
	Total			

Hasil uji linieritas pada tabel 15 skala kontrol diri dan pembelian impulsif memberikan tingkat signifikansi sebesar 0,955> 0,05 yang berarti variabel yang terkait dengan variabel bebas mempunyai hubungan linier.

Berdasarkan hasil uji prasyarat data yang dilakukan dengan uji normalitas, variabel kedua yaitu kontrol diri dan *impulsive buying* dinyatakan normal. Begitu pula dengan uji linieritas menemukan bahwa kedua variabel memiliki hubungan linier. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memenuhi persyaratan yang harus dianalisis dengan menggunakan teknik korelasi *product moment.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Uji hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel kontrol diri dengan variabel *impulsive buying* pengguna dompet digital OVO yang menggunakan teknik korelasi *product moment pearson*. Menurut (Muhid, 2019) Ha diterima Jika tingkat signifikasi >0,05, sebaliknya Ha ditolak jika signifikasi <0,05. Akan tetapi jika data tidak lolos dalam uji prasyarat maka dapat dilakukan uji statistik non parametrik. Dalam melakukan pengujian hipotesis dibantu menggunakan SPSS versi 16 *for windows,* hasil dari pengujian tersebut dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Berikut hasil dari analisis yang telah dilakukan yaitu:

Tabel 17 Hasil Uji hipotesis

		Kontrol diri	Impulsive buying
Kontrol diri	Pearson Correlation	1	-.202*
	Sig. (2-tailed)		.043
	N	100	100
Impulsive buying	Pearson Correlation	-.202*	1
	Sig. (2-tailed)	.043	
	N	100	100

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil analisis pada tabel 16 analisis tersebut menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO diperoleh harga koefisien sebesar -0,202 dengan signifikansi 0,043 < 0,05, dan dengan taraf kepercayaan 0,01 (1%) hasil ini diperoleh dari uji hipotesis dengan korelasi *product moment*. maka artinya terdapat hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO. Hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan impulsive buying pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO. Sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi bersifat negatif (-), hal ini menunjukkan adanya arah hubungan yang tidak searah, artinya semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah tingkat *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO, begitu pula sebaliknya. Dengan koefisien korelasi -0.202 maka korelasi bersifat cukup.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO. Analisis data sebelumnya akan diambil terlebih dahulu untuk penentuan asumsi yang mengandung uji normalitas dan uji linieritas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak, penguji akan menggunakan uji normalitas. Sementara itu penguji melakukan uji linieritas untuk mengetahui apakah adanya hubungan yang linier antara variabel bebas dan variabel terikat.

Pada uji penelitian normalitas menggunakan model *kolmogrov smirnov* berserta jumlah subjek penelitian 100 orang. Hasil yang diperoleh dari uji normalitas *kolmogorov-smirnov* sebesar 0,411> 0,05. Hasil yang didapatkan dari variabel kedua memiliki distribusi sebaran data yang normal.

Selanjutnya pada penguji linieritas yang dilakukan mendapat skor *deviation for linearity* dengan signifikansi sebesar 0,955> 0,05. Hal ini menunjukkan hubungan antara variabel kontrol diri dengan *impulsive buying* merupakan hubungan yang linier.

Uji asumsi hasil yang menunjukkan bahwa distribusi pada data persebaran normal dan variabel kedua memiliki hubungan linier, dan dapat disimpulkan bahwa analisis data dalam penelitian ini dapat menggunakan analisis *produk momen Pearson*.

Uji analisis pada tampilan produk saat Pearson yang dilaksanakan mendapatkan hasil nilai yang diperoleh 0,043 <0,05 yang dapat disangkal bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima dan Hipotesis nol (Ho) ditolak maka ada hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada uji analisis product moment diperoleh hasil harga tidak ada -0,202 dengan taraf signifikansi 0,000. Memperoleh hasil signifikansi lebih kecil dari 0,05 oleh karena itu ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO. Korelasi antara variabel pembelian impulsif dengan kontrol diri tergolong memiliki tampilan yang sedang / cukup. Orang yang tidak tahu apa tersebut memiliki hubungan yang negatif (-), karena hal ini bertambahnya tinggi kontrol diri, bahwa kecil kemungkinan melakukan pembelian impulsif, sedangkan peningkatan rendah tingkat kontrol diri individu maka kemungkinan untuk melakukan pembelian impulsif akan semakin besar. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dinyatakan Thompson (Utami dan Sumaryono, 2008) bahwa yang memiliki peran dalam mewujudkan kontrol diri adalah keyakinan dalam diri individu untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan melakukan cara mengendalikan dengan adanya usaha dan kemampuan dalam diri sendiri. Karena inilah remaja kondong terhindar dari pembelian impulsif, karena pembelian impulsif dapat menjadi alasan seseorang untuk melakukan pengendalian diri dengan baik (Baumeister, 2002).

Mahasiswa perlu agar lebih mengontrol diri terhadap budaya pembelian impulsif secara online yang semakin meruak yang berakibat rendahnya tingkat kontrol diri yang mengakibatkan terjadinya *impulsive buying.* Pernyataan sebelumnya memiliki kesamaan dengan gagasan yang dikemukakan oleh (Tangney et al., 2004) bahwasannya kontrol diri ialah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kapabilitas dari seseorang untuk memperbaiki batin seseorang, dan juga menghindari hasrat tingkah laku yang ingin dihindari dan mencegah diri sendiri untuk menjalankan perilaku tersebut.

Bertambahnya tingkat kontrol diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa, berkurangnya tingkat kontrol mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa (Anggraen & Mariyanti, 2014) pernyataan tersebut searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Larasati & Budiani (2014) bahwasannya adanya antara diri dengan pembelian impulsif secara negatif dan akurat yang dapat diartikan semakin bertambahnya tingkat kontrol seseorang maka semakin berkurangnya pemeblian impulsif.

Subjek dalam penelitian kali ini adalah mahasiawa pada masa perkembangan remaja akhir. Perkembangan remaja akhir biasanya berhenti mencari jati diri maka remaja memiliki hak pilihan mereka dalam berperilaku (Feist & Feist, 2017). Remaja akhir cukup dapat memahami, dapat mengatur, mengatur identitas diri (Chita dkk., 2015).

Kontrol diri memiliki tugas yang penting dalam pengambilan keputusan untuk membeli barang, karena pada kontrol diri mampu difokuskan dan membenahi individu agar dapat melakukan hal yang positif termasuk membeli suatu barang, Antonides dalam (Fitriana & Koencoro, 2009). Karena kutipan sebelumnya terbukti penelitian yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan oleh (Sulton et al., 2012) yang meningkatkan pengaruh terhadap peningkatan kontrol diri dapat mengurangi perilaku pembelian impulsif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan ini membuktikan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna dompet digital OVO di UIN Sunan Ampel Surabaya. Yang artinya semakin rendah kontrol diri maka akan semakin tinggi *impulsive buying* pada individu tersebut, sebaliknya semakin tinggi kontrol diri maka akan semakin rendah tingkat pembelian impulsif setiap individu tersebut.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian, beberapa saran yang diberikan oleh peneliti adalah:

1. Mahasiswa

Apa yang didapat dari hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan bahan evaluasi bagi para mahasiswa. Merujuk pada data yang diperoleh yang menyatakan bahwa Mahasiswa sangat rentan terhadap kecenderungan *impulsive buying*. Subjek dari penelitian ini diharapkan mampu memproteksi dirinya agar dapat mengontrol diri

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan mengendalikan kecenderungan *impulsive buying*. Subjek yang memiliki kecenderungan *impulsive buying* diharapkan mampu mengalihkan dan meningkatkan kontrol dirinya agar dapat mengendalikan kecenderungan *impulsive buying*, karena perilaku pembelian *impulsive buying* yang tidak terkontrol dapat merugikan pihak mahasiswa itu sendiri secara tidak langsung.

2. Peneliti selanjutnya

Berlandaskan perolehan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, terdapat hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying*. Akan tetapi perlu mengembangkan penelitian variabel *impulsive buying* dengan variabel yang lain seperti pola asuh, suasana hati, uang saku individu, mood, serta konformitas agar mempermudah dalam penggalian data dalam penelitiannya. Disarankan juga agar menggunakan uji coba pada instrumen agar memiliki peluang untuk melakukan revisi instrumen untuk butir yang dinyatakan gugur. Kemudian peneliti yang akan meneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan memakai metode lain seperti kualitatif dan metode eksperimen sehingga dapat membuka hal baru yang lebih luas jangkauannya perihal tindakan *impulsive buying* untuk mendapatkan pengetahuan yang akan disebar luaskan kepada masyarakat dan dapat memberikan hasil dalam bidang keilmuan psikologi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, A.R., & Hartati, S. (2017). Pembelian Impulsif Pada Remaja Akhir Ditinjau Dari Kontrol Diri. *Journal Of Psychology*, 3 (3), 123-130.

Acocella, J.R., Calhoun, J.F. (1990). Psychology of Adjustment Human Relationship (3rd ed). New York: McGraw-Hill.

Anastasia, A.F., & Nuryati A. (2008). Hubungan *Self Monitoring* Dengan *Impulsive Buying*Terhadap Produk *Fashion* Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*
35 (2), 181 – 193.

Anderson, W.L., & Krathwohl, R.D. (2014). Kerangka Landasan Untuk Pembelajaran, Pengajaran, dan Asesmen. Yoyakarta: Pustaka Pelajar.

Arikunto, S. (2008). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Karya.

Aroma, I.S., & Suminar, D.R. (2012). Hubungan antara tingkat kontrol diri dengan kecenderungan perilaku kenakalan remaja. Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan, 1(2), 1-6.

Averill, J.F.(1973). Personal Control Over Averssive Stimuli and It's Relationship to Stress. *Psychological Bulletin*, No. 80. P. 286-303.

Bandura,A, (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. Educational Psychologist,28,117-148.

Baumeister, R. F. (2002). Yielding To Temptation: Self Control Failure, Impulsive Purchasing, and Customer Behavior. Reflections and Reviews. Journal of Consumer Research, 28, 670-676.

Calhoun, J. F. & Acocella. (1990). Psychology of Adjustment and Human Relationship. New York: McGraw-Hill Book, Inc.

Chaplin, J. P. (1999). kamus psikologi. Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 430.

Chaplin, J. P. (2006). Kamus Lengkap Psikologi (Kartini Kartono, Trans). PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.

Chita, dkk. (2015). *Jurnal Hubungan Antara Self-Control dengan Perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

fakultas
kedokteran Universitas Sam Retulangi Angkatan 2011. Manado.

Desy, A. (2017). Kontrol Diri Ditinjau Dari *Impulsive Buyying* Pada Belanja Online. *Jurnal Ilmiah PSYCHE* Vol.11 No.1 63-74.

Diba, D.S. (2014). Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin Di Samarinda. *eJournal Psikologi*, 1 (3): 313-323.

Eka, C.N., & Andik M. (2018). *Self Image* Dan *Impulsive Buying* Terhadap Produk *Fashion* Pada Dewasa Awal . *Jurnal Psikologi* 1 (1).

Ghufron, M.N., Risnawita, R.S. (2010). Teori- Teori Psikologi. Ar Ruzz Media. Yogyakarta.

Firdaus, D. & Yusuf, U. (2018). Hubungan Antara Self Esteem Dengan Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Yang Berbelanja Melalui Instagram). *Prosiding Psikologi*.

Fisher, J. R. & Rook, W. D. (1995).Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. 22.

Fitriana & Koentjoro. (2009). Keranjingan Berbelanja Pada Wanita Bekerja Fenomena. 7 (1), 48-57. *Jurnal Psikologi*: Universitas Gadjah Mada.

Ghufron, M.N. (2003). Hubungan Kontrol Diri dan Persepsi Remaja Terhadap Penerapan Disiplin Orang Tua dengan Prokrastinasi Akademik. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Yogyakarta : Fakultas Psikologi, Universitas Gajah Mada.

Hartaji, Damar A. (2012). *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua.* Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. (tidak diterbitkan)

Kartini, K., & Dali G. (2000). ***"Kamus Psikologi".*** Bandung: Pionir Jaya (1987), 441.

Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 02 (3), 1-8.

Lazarus, R. S. (1976). Patern Of Adjustment. Third Edition. Tokyo: McGraw Hill Kogakusha, Ltd.

Lisa, W. (2011). Analisis Perilaku "*Impulse Buying*" dan "*Locus of Control*" pada Konsumen di Carrefour Bandung. *Jurnal psikologi* 27 (2), 125-132.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Loudon, D & Bitta, D. (1993). Consumer Behavior: Concepts and Application Fourth Edition. New York: McGraw Hill.

Muhid, A., (2019). Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik Dengan SPSS *For Windows* (2 ed.). Sidoarjo: Zifatama Jawara.

Ni Made Desi Ernayanti & Marheni, A. (2019). Peran Konformitas Teman Sebaya Dan Self Monitoring Terhadap Impulsive Buying Pada Remaja Madya Putri Di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana Edisi Khusus Kesehatan Mental*, 226 236.

Noor. J. (2011), Metodologi Penelitian, Prenada Media Group, Jakarta

Nursalam. (2016). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Salamba Medika.

Siswoyo. Dkk. (2007). Ilmu Pendidikan. Yogyakarta: UNY Press.

Solomon, M. R. (2002). Consumer Behavior, Buying, Having and Being. New Jersey: Prentice Hall

Putra, A.A., & Rumiani. (2013). Kecerdasan Emosi Dan Impulse Buying Online Pada Anggota Forum Kaskus Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Integratif*, Vol. 1, No. 1 , 156 – 164.

Riduwan & Kuncoro. (2011). Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur). Bandung: Alfabeta

Septila, D., & Aprilia, E.D. (2017). Impulse Buying Pada Mahasiswa Di Banda Aceh. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi* 2 (2).

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Administratif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sultan, A., Joiremen, J., & Sprott, D. (2012). Building consumer self-control: The

effect of self-control exercises on impulse buying urges. Marketing Letters, 23(1), 61-72. Doi:10.007/s11002-011-9135-4.

Thalib, S.B. (2010). *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Kencana.

Tangney, J.P., Baumeister, R, F., Boone, F.L. (2004). High Self Control Predicts Good Adjusment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal Of Personality*, 72 (2), 271-324.

Utami, A.F dan Sumaryono. (2008). Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi* (Online), 3, (1),

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

http://eprints.undip.ac.id/view/year/2009.type.html diakses, 4 Oktober 2013.

Verplanken, B. & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulse Buying Tendency Feeling and No Thinking. European Journal of Personality.

Youn, S. dan Faber, R. J. (2000). "*Impulse buying: its relation to personality traits and cues. Advances in consumer research",* Vol.27.

Yusuf, Syamsu. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Adhi, B. (2018, 9 november). Mengapa Sistem Pembayaran Elektronik Non-Tunai Bikin Kita Boros?. Diakses pada tanggal 26 maret 2019 dari https://tirto.id/mengapa-sistem-pembayaran-elektronik-non-tunai-bikin-kita-boros-c9ra.

Badan pusat statistik (2018). Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas Menurut Provinsi dan Jenis Kegiatan Selama Seminggu yang Lalu 2008-2017, diakses pada tanggal 26 maret 2019 dari https://www.bps.go.id/statisctable/2016/04/04%2000:00:00/1907/pendudukberumur-15-tahun-ke-atas-menurut-provinsi-dan-jenis-kegiatan-selama-seminggu yang-lalu-2008---2017.html

Ghita, I. (2020, 16 januari). Survei Ipsos: Masyarakat Indonesia Makin Gemar Dompet Digital. Diakses pada tanggal 12 februari 2019 dari https://www.voaindonesia.com/a/survei-ipsos-masyarakat-indonesia-makin-gemar-dompet-digital/5247850.html.

OVO Targetkan 20 Juta Pengguna Aplikasi Pembayaran Tahun Ini, (2018, 29 maret). Diakses pada tanggal 12 februari 2019 dari https://www.liputan6.com/bisnis/read/3414907/ovo-targetkan-20-juta-pengguna-aplikasi-pembayaran-tahun-ini.

OVO, About US,(2018). Diakses pada tanggal 12 februari 2019 dari https://www.ovo.id/about .

Safyra, P. (2015, 02 November) Generasi Millenial RI Paling Impulsif Belanja Barang Mewah. Diakses pada tanggal 26 maret 2019 dari https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-millenial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah.

Selfie, M. (2019, 8 Januari). Transaksi OVO Tembus 1 Miliar di Tahun 2019 (https://tirto.id/transaksi-ovo-tembus-1-miliar-di-tahun-2019-eroV)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id