

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN KEPERIBADIAN
EKSTROVERT DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA PEMAIN *GAME*
ONLINE
SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk Memenuhi
Persyaratan dalam Menyelesaikan Skripsi Program (S1) Psikologi (S.Psi)



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Disusun Oleh :

Fachrul Ilham Al-Fisyahri

J91218088

Dosen Pembimbing :

Prof. Dr. Abdul Muhid. M. Si.

NIP. 197502052003121002

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Hubungan Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online* 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, 11 Agustus 2022



Fachrul Ilham Al-Fisyahri

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN KEPERIBADIAN
EKSTROVERT DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA PEMAIN *GAME*
*ONLINE***

Oleh :

Fachrul Ilham Al-Fisyahri

J91218088

Telah disetujui untuk diajukan pada sidang ujian skripsi

Surabaya, 11 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Abdul Muhid. M. Si.

NIP. 197502052003121002

**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN KEPERIBADIAN
EKSTROVERT DENGAN IMPULSIVE BUYING PADA PEMAIN GAME
ONLINE**

Yang disusun Oleh :
Fachrul Ilham Al-Fisyahri
J91218088

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 12 Agustus 2022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan



Prof. Dr. Abdul Muhid, M. Si.

Susunan Tim Penguji
Penguji I

Prof. Dr. Moh. Sholeh, M.Pd.
NIP. 195912091990021001

Penguji II

Prof. Dr. Abdul Muhid, M. Si.
NIP. 197502052003121002

Penguji III

Rizma Fithri, S.Psi, M.Si
NIP. 197403121999032001

Penguji IV

Esti Novi Andyarini, M. Kes
NIP. 198411172014032003



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

**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 : Fachrul Ilham Al-Fisyahri
NIM : J91218088
Fakultas/Jurusan : Fakultas Psikologi dan Kesehatan / Psikologi
E-mail address : fahrulilham60@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Hubungan Antara Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert dengan Impulsive

Buying pada Pemain Game Online

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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, 20 Oktober 2022

Penulis

(Fachrul Ilham Al-Fisyahri)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying* pada pemain *game online*. Pengumpulan data menggunakan skala kontrol diri dengan teori Tangney (2004), skala kepribadian ekstrovert dengan teori Eysenck (1974) dan skala *impulsive buying* yang menggunakan teori Verplanken (2001) pada 272 responden pemain *game online*. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kontrol diri memiliki hubungan signifikan dengan *impulsive buying* ditunjukkan dengan nilai Sig. ($0,000 < 0,5$). Sedangkan terdapat hubungan signifikan antara kontrol diri dan kepribadian ekstrovert dibuktikan dengan nilai (Sig. $0,004 < 0,05$). Variabel kontrol diri dan kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying* pada pemain *game online* ditunjukkan dengan nilai Sig. ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa adanya hubungan signifikan antara kontrol diri dan kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying* pada pemain *game online*

Kata Kunci : Kontrol Diri, Kepribadian Ekstrovert, *Impulsive buying*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Keaslian Penelitian | 7 |
| D. Tujuan Penelitian | 10 |
| E. Manfaat Penelitian | 10 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | |
| A. <i>Impulsive Buying</i> | 12 |
| B. Kontrol Diri | 17 |
| C. Kepribadian Ekstrovert | 20 |
| D. Hubungan antara Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert dengan <i>Impulsive Buying</i> pada Pemain <i>Game Online</i> | 23 |
| E. Kerangka Teori | 25 |
| F. Hipotesis | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Identifikasi Variabel | 28 |
| B. Definisi Operasional | 28 |
| C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling | 29 |

| | |
|------------------------------------|-----------|
| D.Rancangan Penelitian..... | 30 |
| E. Instrumen Penelitian..... | 31 |
| F. Analisis data..... | 39 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Hasil Penelitian | 44 |
| B. Pengujian Hipotesis..... | 51 |
| C. Pembahasan..... | 54 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 61 |
| B. Saran..... | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA | 63 |
| LAMPIRAN..... | 66 |



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Blue Print Skala Impulsive buying | 32 |
| Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Skala Impulsive Buying | 33 |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Skala Impulsive Buying | 34 |
| Tabel 3.4 Blue Print Skala Kontrol Diri..... | 35 |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Skala Kontrol Diri | 36 |
| Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri | 36 |
| Tabel 3.7 Blue Print Skala Kepribadian Ekstrovert | 37 |
| Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Skala Kepribadian Ekstrovert | 38 |
| Tabel 3.9 Hasil Uji Reabilitas Skala Kepribadian Ekstrovert..... | 39 |
| Tabel 3.10 Hasil Uji Normalitas | 40 |
| Tabel 3.11 Hasil Uji Linearitas | 41 |
| Tabel 3.12 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 42 |
| Tabel 3.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 43 |
| Tabel 4.1 Hasil Presentase Jenis Kelamin Subjek | 44 |
| Tabel 4.2 Tabel Pengelompokan Usia Subjek | 45 |
| Tabel 4.3 Tabel Pengelompokan Berdasarkan Status | 46 |
| Tabel 4.4 Hasil Presentase Berdasarkan Hobi Subjek | 46 |
| Tabel 4.5 Hasil Presentase berdasarkan Atlet / Tidak nya Subjek..... | 47 |
| Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif..... | 48 |
| Tabel 4.7 Rumus Kategorisasi | 49 |
| Tabel 4.8 Rumus Dasar Kategorisasi Pada Tiap variable | 49 |
| Tabel 4.9 Hasil Kategorisasi Tiap Variabel | 49 |
| Tabel 4.10 Hasil Kategorisasi Variabel Impulsive Buying..... | 50 |
| Tabel 4.11 Hasil Kategorisasi Variabel Kontrol Diri..... | 50 |
| Tabel 4.12 Hasil Kategorisasi Variabel Kepribadian Ekstrovert | 51 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji F (Regresi linier berganda ANOVA) | 52 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji T (Regresi linier berganda Coefficients) | 53 |
| Tabel 4.15 Hasil Determinasi Koefisien (Regresi linier berganda modal summary) 54 | |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi kini semakin meningkat pesat, salah satunya internet. Internet sekarang memiliki banyak manfaat yaitu sebagai sarana komunikasi, promosi dan juga hiburan seperti bermain *game*. Pada awalnya *game* hanya bisa di mainkan di perangkat Komputer dan juga *Nintendo*, yang bermainnya hanya tersedia *mode single* atau *double player*. Tetapi seiring berjalannya waktu kini bisa di akses di *smartphone* yang bermainnya bisa secara *team* terdiri dari 4 orang atau lebih dan berinteraksi secara langsung di dalam *game* dengan orang lain (Tayibnapis, 2019). Selain itu harga *smarthpone* yang lebih terjangkau dari Komputer atau *Nintendo* menjadi keuntungan tersendiri akibat adanya perkembangan teknologi, karena saat ini semakin mudah untuk bermain *game* dan berinteraksi dengan orang lain secara *online*.

Game online adalah permainan yang dimainkan oleh individu atau kelompok dan dalam proses bermainnya dibutuhkan jaringan internet untuk terhubung didalam *game* (Garvin et al., 2019). *Game online* saat ini memiliki beberapa *genre* yang cukup populer yaitu *Battle Royal* atau biasa disebut *game* PUBGM, *MOBA* (*Multiplayer Online Battle Arena*) *Mobile Legends* dan juga *FPS* (*First Person Shooter*) *Call Of Duty* (Technology Trendsetter, 2021). Menurut Perusahaan Verizon Sejak mewabahnya *Virus Covid-19* *game online* mengalami kenaikan pengguna yang sangat signifikan hingga 75 % di jam sibuk, ini dikarenakan adanya kebijakan di rumah saja.

(CNN Indonesia, 2020). Banyaknya pemain *game online* sekarang membuat perusahaan di bidang *game* ingin memanfaatkan peluang salah satunya dengan menjual *item virtual* dengan desain mewah di dalam *game*, *handphone* khusus *game* dan juga alat bantu untuk bermain *game*.

Item virtual game merupakan produk didalam *game* yang manfaatnya bisa dirasakan dan membantu tetapi kehadirannya hanya melalui *media digital* saja. Contoh *item virtual game* seperti senjata dengan tampilan unik dan langka, karakter dan baju” dengan desain dan harga yang mewah juga *item* tambahan yang bisa di beli untuk membantu naik ke level tertinggi. Menurut Ho & Wu (dalam Dyulgerova & Devreli, 2019) manfaat membeli barang *virtual* bagi pemainnya yaitu munculnya rasa kesenangan tersendiri ketika bermain *game* tersebut dan juga meningkatkan kepercayaan diri ketika bertemu dengan pemain lain di dalam *game*. Selain itu beberapa pemain yang sudah mengeluarkan banyak uang untuk membeli *item virtual* cenderung melakukan pembelian perangkat pendukung lain demi terciptanya permainan yang nyaman baginya seperti mengupgrade *smarthpone* atau komputer ke spesifikasi tertinggi juga membeli kursi dan *headset gaming* yang harganya sangat mahal. Adanya kesenangan dalam membeli perlengkapan bermain *game* dan ketergantungan membeli *item virtual game* ini yang dapat memunculkan perilaku *impulsive buying* (Gumeular & Eryani, 2016).

Impulsive buying diartikan sebagai kecenderungan seseorang dalam membeli poduk secara spontan, tidak melibatkan pikiran, kurang reflektif dan prosesnya

dilakukan secara tergesa gesa hanya demi kepuasan sesaat (Savitri et al., 2020). Fenomena diatas memang tidak pernah berkurang, karena kebutuhan dan perilaku berbelanja seseorang semakin lama semakin meningkat juga. Menurut (Verplanken & Herabadi, 2001) mendefinisikan *impulsive* sebagai pembelian yang tidak rasional atas suatu produk atau jasa dan dikaitkan dengan perilaku pembelian yang cepat dan tidak terencana, diikuti oleh dorongan emosional, mengabaikan penyebab negatif dan dari prosesnya tersebut muncul rasa kepuasan sesaat setelah membeli. Menurut survey dari *We Are Social* pemain *game* di indonesia saat ini berjumlah 34 Jt orang dan 50 % dari jumlah tersebut adalah pemain berbayar (Mubarok, 2021). Selain itu data yang dikeluarkan oleh *gridgamers.id* uang yang dikeluarkan oleh *gamers* selama 1 bulan sebanyak 100rb sebesar 67,96 % untuk kategori 100-300rb sebesar 27,31% dan sisanya 4,72 % menghabiskan uang sebanyak lebih dari 300rb dalam satu bulan hanya untuk keperluan *top up game*.

Dampak buruk yang terjadi ketika melakukan *impulsive buying* yaitu pengeluaran yang berlebihan dan rasa penyesalan terhadap masalah keuangan juga rasa kecewa membeli barang yang tidak diperlukan (Siregar & Rini, 2019). Fenomena yang sering terjadi dalam perilaku *impulsive buying* yaitu membeli *voucher game* berlebihan dengan menggunakan uang orang tua, dilansir dari detiknews ada seorang bocah yang melakukan *top up* belasan juta dan membuat *shock* ibunya setelah ditagih oleh pihak *bank*. Dengan adanya fenomena diatas *impulsive buying* bukan hanya berdampak buruk kepada diri sendiri tetapi bisa berdampak terhadap orang lain juga. Perilaku tersebut

termasuk perilaku syaiton karena dilakukan dengan sembunyi sembunyi tanpa sepengetahuan orang lain dan merugikan orang lain. Hal ini juga sudah dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Israf ayat 27 yang berbunyi :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya :

"*Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.*" (QS. Al-Isra:27)

Perilaku impulsive buying dapat terjadi melalui 2 faktor yaitu internal dan eksternal. Emosi, kepribadian dan kontrol diri masuk kedalam internal sedangkan eksternal meliputi lingkungan, atribut produk dan juga promosi yang dilakukan (Arisandy & Hurryati, 2017). Selain itu *impulsive buying* bisa dijadikan alasan beberapa orang dengan menyebut sebagai *self reward*. Karena karakteristiknya yaitu spontan, merangsang *impuls* dengan intensitas tinggi, membuat seseorang memiliki kebahagiaan sementara dan tidak peduli dengan konsekuensi yang dihadapi nanti (Anin F et al., 2015). *Impulsive buying* kebanyakan dialami oleh kelompok remaja karena di umur ini mereka belum memiliki kestabilan emosi untuk tidak melakukan pembelian secara *impulsive*, selain itu mereka juga mudah terpengaruh terhadap iklan iklan yang ditayangkan (Firhan & Nio, 2021).

Definisi kontrol diri sendiri yaitu kemampuan yang dimiliki oleh individu untuk mengarahkan tingkah lakunya ke hal hal yang positif dan menekan dorongan dorongan yang ada dalam melakukan hal yang tidak diperlukan (Arisandy, 2017). Sedangkan Menurut Tagney, Baumeister & Boone (2004) (dalam Marsela & Supriatna, 2019) merupakan kemampuan individu dalam memilih atau mengatur perilaku berdasarkan aturan di kalangan masyarakat yang bersifat positif seperti moral, nilai dan etika yang ada. Kontrol diri menjadi faktor utama penyebab perilaku dari *impulsive buying* dan memiliki peranan penting dalam pengendalian diri akibat perilaku *impulsive*. Ketika kontrol diri rendah dan mudah terganggu maka individu tersebut akan mudah juga tergoda oleh produk atau pembelanjaan yang tidak dipertimbangkan terlebih dahulu. Sebaliknya jika seseorang memiliki kontrol diri yang tinggi akan membeli sebuah produk berdasarkan kebutuhan dan manfaat jangka panjang yang diberikan oleh produk tersebut (Aprilia & Nio, 2019).

Selain itu faktor kepribadian juga di pertimbangkan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi *impulsive buying*. Kepribadian menurut Eysenck (dalam Alwisol, 2004) yaitu terdiri dari pola aktual dan potensial dari *individu* yang ditentukan dari lingkungan dan keturunan. Kepribadian sendiri diklasifikasikan kedalam dua tipe yaitu introvert dan ekstrovert. Kepribadian introvert cenderung suka beraktifitas sendiri, menghindari keramaian dan lebih suka aktifitas dengan orang tertentu saja. Sedangkan kepribadian ekstrovert lebih suka keramaian, bersosialisasi dengan orang banyak diluar sana (Nuraini S.Psi MS, 2019).

Kepribadian ekstrovert sendiri memiliki beberapa aspek diantaranya mudah bergaul, aktif, tegas, ceria, dominan dan berani. Kepribadian ekstrovert juga berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mendapatkan stimulasi dan tertarik akan adanya stimulasi stimulasi baru. *Impulsive buying* juga ditandai dengan ketertarikan yang tinggi atau berlebihan terhadap stimulasi produk yang ditawarkan. Maka dari itu bisa di simpulkan bahwa terdapat hubungan positif kepribadian ekstrovert dengan perilaku impulsif pada pembelian (Wahyudi & Kurniawan, 2019).

Berdasarkan penjelasan yang ditulis diatas peneliti semakin tertarik untuk melakukan suatu penelitian tentang hubungan antara kontrol diri dan kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying* pada pemain *game online*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan beberapa poin pada latar belakang yang sudah di tulis diatas, maka rumusan masalah akan ditulis sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online*
2. Apakah terdapat hubungan antara Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online*
3. Apakah terdapat hubungan antara Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online*

C. Keaslian Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh (Gumeular & Eryani, 2016) yang berjudul studi deskriptif mengenai *impulse buying* pada *gamers game online dragon nest* kota bandung. Mendapatkan hasil bahwa elemen emosi yang tinggi dapat menyebabkan terjadinya *impulsive buying* sedangkan elemen emosi yang rendah akan mempertimbangkan pembelian yang dilakukan ketika ingin melakukan transaksi pembelian yang tidak diperlukan. Bisa disimpulkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *impulsive buying*.

Penelitian lain dilakukan oleh (Edy & Haryanti, 2018) yang berjudul *impulsive buying behavior* pada konsumen *online* mendapatkan hasil bahwa *impulsive buying* dipengaruhi oleh beberapa karakteristik diantaranya karakteristik produk, pemasaran dan konsumen sebesar 61% dan 39 % dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti oleh peneliti. Selain itu kurang efektifnya mediasi terhadap perilaku hedonisme pada beberapa orang menjadi penyebab mereka mengalami perilaku *impulsive buying*.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Arisandy & Hurryati, 2017) yang berjudul hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa fakultas psikologi di Palembang yang melakukan belanja *online*. Hasil nya ternyata sama dengan penelitian diatas yaitu kontrol diri memiliki hubungan yang signifikan terhadap *impulsive buying*, yang artinya semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki maka kita tidak mudah tergoda untuk melakukan pembelian yang berlebihan.

Penelitian lain dilakukan oleh (Balik & Tupamahu, 2020) berjudul efek moderasi kontrol diri pada hubungan sifat materialisme terhadap pembelian *impulsif online*. Mendapatkan hasil bahwa kontrol diri dapat memberikan kontribusi dalam hal aktivitas pembelian impulsif, namun hanya sebagai interaksi psikologis dalam hal pembelian seperti menahan aktivitas belanja yang berlebihan dan membuat anggaran belanja karena adanya moderasi kontrol diri.

Selanjutnya penelitian dengan topik kontrol diri lainnya yang dilakukan oleh (Aprilia & Nio, 2019) mendapatkan hasil bahwa kontrol diri memiliki hubungan negatif yang signifikan terhadap *impulsive buying*. Memiliki arti bahwa kontrol diri yang rendah maka kecenderungan individu untuk melakukan perilaku *impulsive* semakin tinggi, sedangkan individu yang memiliki kontrol diri tinggi maka individu tersebut tidak akan melakukan perilaku *impulsive buying*.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Handayani et al., 2018) yang berjudul pengaruh tipe kepribadian terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa psikologi universitas esa unggul yang melakukan pembelian secara *online* mendapatkan hasil bahwa tipe kepribadian tidak berpengaruh dalam terjadinya perilaku *impulsive*.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Savitri et al., 2020) yang berjudul *the influence of personality, shop enjoyment, and impulsive buying tendency on impulsive buying behavior in transmart ngagel*. Mendapatkan hasil bahwa kepribadian memiliki pengaruh positif terhadap *impulsive buying* sebagai aspek psikologis individu

dan juga sebagai mediator dalam mempengaruhi perilaku berbelanja di transmart ngagel surabaya.

Sementara itu penelitian lain dengan judul hampir sama dilakukan oleh (Susilawati & Wahdiniwaty, 2015) yang berjudul pengaruh kepribadian dan harga terhadap *impulse buying* pada produk novel di toko buku bandung *book*. Mendapatkan hasil bahwa adanya pengaruh antara kepribadian dan harga terhadap *impulsive buying*. Karena pada hasil penelitian diatas variabel kepribadian ekstrovert memiliki sumbangan tertinggi diantara variable lain

Penelitian yang terakhir dengan topik kepribadian dilakukan oleh (Purnasari & Rastini, 2018) berjudul peran kenikmatan berbelanja dalam memediasi kepribadian terhadap *impulsive buying*. Mendapatkan hasil bahwa kepribadian memiliki pengaruh positif terhadap *impulsive buying*, yang berarti tipe kepribadian tertentu akan lebih dominan atau terobsesi dan sering melakukan pembelian *impulsive* pada barang barang yang sebenarnya tidak diperlukan.

Penelitian tentang *impulsive buying* memang sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu termasuk variabel kontrol diri. Tetapi peneliti saat ini belum menemukan penelitian yang mengikutsertakan tipe kepribadian dan *impulsive buying* pada pemain *game online*, maka dari itu peneliti tertarik untuk mempelajari variabel ini lebih jauh.

D. Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui latar belakang dan rumusan masalah yang sudah ditulis, kemudian tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui hubungan antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online*
2. Untuk mengetahui hubungan antara Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online*
3. Untuk mengetahui hubungan antara Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online*

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya dan juga menambah pengetahuan di bidangnya.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dengan penelitian ini mampu memberi masukan kepada orang-orang yang mengalami perilaku *impulsive buying*.

F. Sistematika Penelitian

Setiap penelitian pada bab ini merupakan susunan tugas akhir yang memberikan penjelasan bagian-bagian masing-masing

Bab I menjelaskan terkait fenomena dan latar belakang penelitian tentang Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert terhadap perilaku *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online*. Selain itu dalam bab ini terdapat penjelasan terkait rumusan masalah, sistematika penelitian, manfaat dan tujuan penelitian.

Bab II memuat penjelasan tentang variabel-variabel penelitian yang dikaji. Kajian teori variabel Kontrol Diri, Kepribadian Ekstrovert dan *Impulsive Buying* dijelaskan dalam bab ini. Kemudian kajian teori tersebut dijelaskan bagaimana hubungan antar variabel, dimana variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.

Bab III memberikan penjelasan tentang metode penelitian pada penelitian ini. Kemudian menjabarkan populasi, Teknik sampling, sampel, instrumen penelitian, identifikasi variabel, hingga Teknik analisis data.

Bab IV memuat tentang temuan dan hasil dari penelitian dan pembahasannya. Hasil penelitian dijelaskan melalui analisa deskriptif data, deskriptif masing-masing variabel, kategori responden. Kemudian pembahasan menjabarkan analisis hasil uji dari hipotesis yaitu regresi linier berganda.

Bab V memuat penutup pada skripsi ini, disajikan dalam kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Impulsive Buying*

1. Pengertian *Impulsive Buying*

Menurut Utami (2011) sadar maupun tidak sadar beberapa individu mempunyai karakter *unplanned* yaitu pembelian secara sadar dan tidak direncanakan sebelumnya. Perilaku ini bisa disebut dengan pembelanjaan yang sudah dilakukan jauh berbeda hasil yang didapat karena banyak membeli barang yang tidak diperlukan pada saat itu (Miranda, 2016).

Menurut Rook dan Fisher (dalam Larisa & Farid, 2021) *Impulsive buying* diartikan sebagai perilaku membeli yang tergesa gesa, secara spontan dan tidak terrefleksi dimana dalam prosesnya dikaitkan dengan aspek perasaan. Selain itu faktor psikologi dan faktor lain seperti tampilan produk, promosi dari penjual juga dapat mempengaruhi seseorang melalukan perilaku *impulsive buying*.

Menurut (Verplanken & Herabadi, 2001) *impulsive buying* merupakan pembelian yang tidak rasional, dilakukan secara tiba tiba dan tidak direncanakan baik itu pembelian produk maupun jasa. Selain itu dalam proses pembeliannya diikuti oleh dorongan emosional dan tidak memikirkan manfaat, kegunaan dan kebutuhan dari produk yang akan dibeli tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas *impulsive buying* adalah kondisi dimana seseorang mengalami problem dalam melakukan pembelian yang prosesnya diikuti dengan keinginan kuat untuk membeli produk yang sebenarnya tidak dibutuhkan pada saat itu.

2. Aspek *Impulsive Buying*

Verplanken & Herabadi (2001) menjelaskan ada 2 aspek yang dalam terjadinya perilaku *impulsive buying*:

a. Aspek Kognitif

Aspek kognitif yang dimaksud adalah kekurangan dalam hal memperhitungkan, mempertimbangkan dan merencanakan produk yang akan dibeli. Terdapat 3 contoh penting yang terjadi pada kognitif seseorang ketika melakukan *impulsive buying*:

- 1) Harga dan kegunaan tidak lagi dipertimbangkan
- 2) Tidak memperhatikan kebutuhan dan membandingkan suatu produk ketika hendak membeli
- 3) Tidak melakukan *evaluasi* untuk terhindar dari produk dengan kualitas rendah (Verplanken & Aarts, dalam Verplanken & Herabadi, 2001)

b. Aspek afektif

Aspek afektif ditandai dengan munculnya emosi atau perasaan yang kuat terjadi ketika sesudah atau melihat sebuah produk yang diminatinya. Setelah itu perasaan yang kuat ini lah dapat menyebabkan individu melakukan pembelian

tak terkontrol dan akan menimbulkan suasana seperti kesenangan sesaat, kepuasan juga perasaan kecewa karena telah membelanjakan semua uangnya demi tercapainya keinginan tersebut (Gumeular & Eryani, 2016).

Terdapat 3 contoh yang terjadi pada afektif seseorang ketika melakukan impulsive buying:

- 1) Munculnya perasaan untuk sesegera mungkin melakukan pembelian
- 2) Mengalami kekecewaan sesudah membeli produk yang di inginkan tetapi tidak terlalu berguna manfaatnya
- 3) Proses pembeliannya tidak direncanakan, hanya karena keinginan.

Sedangkan menurut (Rook, 1987) aspek aspek dari *impulsive buying* sebagai berikut :

a. Spontanitas

Ketika individu melakukan keinginan untuk membeli suatu produk dan terjadi secara tiba tiba saat itu juga.

b. Intensitas

Perasaan yang muncul akibat adanya stimulasi dari luar seperti promosi secara terus menerus dan membuat individu membeli barang tersebut.

c. Kegairahan dan Stimulasi

Keputusan membeli dipengaruhi oleh perasaan dalam diri sendiri

d. Sinkronitas

Perilaku yang terjadi akibat adanya kolaborasi antara faktor internal dan eksternal sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan pembelian

e. Animasi Produk

Gambaran tentang produk yang akan dibeli karena adanya pengalaman, pemakaian dan promosi sebagai referensi dalam pikiran pembeli.

f. Kepuasan

Perasaan yang dialami setelah melakukan pembelian, akan ada 2 perasaan yaitu perasaan senang dan kecewa.

g. Kontrol diri dan Kesenangan

Perasaan yang muncul tidak membeli atau keinginan kuat untuk membeli karena kesenangan sesaat.

h. Tidak peduli akan akibat

Yaitu perilaku yang tidak memperhatikan sebab akibat setelah melakukan pembelian secara berlebihan.

3. Faktor *Impulsive Buying*

Verplanken dan Herabadi (2001) menjelaskan ada beberapa faktor yang dapat memunculkan perilaku *impulsive buying* yaitu :

Faktor Eksternal (dari luar individu)

a. Lingkungan

Lingkungan disini dapat diartikan sebagai lingkungan pemasaran, tampilan produk dan penawaran produk

b. Variabel Situasional

Ketersediaan waktu dan uang, yang berarti individu akan melakukan perilaku *impulsive buying* ketika mempunyai waktu dan uang yang lebih.

Faktor Internal (dari dalam individu)

c. Variabel Personal

Meliputi *mood*, *gender*, kepribadian dan kontrol diri.

1) *Mood*

Perilaku *impulsive buying* terjadi karena ada aspek afektif (emosional) yang kuat, sehingga ketika individu memiliki *mood* yang bagus maka cenderung melakukan perilaku *impulsive buying*.

2) *Gender*

Perempuan cenderung melakukan *impulsive buying* karena sifatnya yang lebih emosional dan lebih menggunakan perasaan dibandingkan laki laki

3) Kepribadian

Individu yang memiliki kepribadian ekstrovert cenderung membutuhkan stimulasi baru dibandingkan dengan kepribadian introvert. Maka dari itu *impulsive buying* lebih mempengaruhi orang yang memiliki kepribadian ekstrovert karena sifat mereka yang suka terhadap hal hal baru.

4) Kontrol diri

Kontrol diri memiliki pengaruh positif dalam perilaku *impulsive buying*, ketika kontrol diri yang rendah mereka cenderung tergoda terhadap produk yang sedang promosi padahal tidak terlalu membutuhkan.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Menurut Averill (dalam Gufron & Risnawati, 2012) kontrol diri merupakan proses individu dalam mengelola atau memodifikasi perilaku yang diinginkan maupun tidak diinginkan dan memilih tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini benar di tempat yang benar juga. Kontrol diri sederhananya juga bisa disebut dengan tenaga kontrol atas diri, oleh dirinya sendiri terhadap suatu keadaan yang terjadi.

Menurut Chaplin (2002) (dalam Arisandy, 2017) kontrol diri yaitu kemampuan individu dalam mengarahkan, menghambat dan menekan perilaku terhadap dorongan yang sedang terjadi. Kontrol diri juga bisa digunakan dalam proses kehidupan suatu individu dalam lingkup lingkungan karena dapat mengarahkan kita ke dalam kegiatan dan perilaku yang positif.

Tangney, Baumeister & Boone (2004) (dalam Marsela & Supriatna, 2019) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan kemampuan dalam menentukan perilaku berdasarkan aturan atau standart seperti nilai dan aturan yang harus ditaati supaya terjadi perilaku positif saja yang ditimbulkan. Kemampuan individu dalam melakukan kontrol diri tak lepas dari peranan penting orang lain dan lingkungan, lingkungan yang baik akan memberikan dampak positif dan dapat membentuk kontrol diri yang matang.

Berdasarkan pendapat diatas kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengatur dan mengarahkan perilaku kedalam hal yang positif serta dapat

mengendalikan dan mengubah respon dalam dirinya ke hal hal yang lebih baik juga.

2. Aspek Kontrol Diri

Menurut Tangney, Baumeister & Boone (2004) terdapat 5 aspek dari kontrol diri, yaitu :

- a. *Self Discipline* yaitu kemampuan individu dalam mendisiplinkan dirinya sendiri terhadap apa yang ingin dilakukannya.
- b. *Delibrate / Nonimpulsive* yaitu perilaku individu yang tidak tergesa gesa dan hati hati ketika melakukan sesuatu
- c. *Healthy Habits* yaitu bagaimana individu dapat mengatur pola perilaku menjadi kebiasaan sehari hari yang dapat memberikan efek positif dan menyehatkan terhadap dirinya
- d. *Work Ethic* yaitu memberikan regulasi dirinya terhadap suatu pekerjaan yang dilakukan
- e. *Reliability* yaitu kemampuan individu dalam merencanakan juga melaksanakan tugas demi terciptanya tujuan tertentu (Tangney et al., 2004).

Sedangkan menurut Averiiil (dalam Harahap, 2017) ada 3 aspek dalam kontrol diri, yaitu :

- a. *Behaviour Control* yaitu kemampuan individu dalam meodifikasi keadaan yang tidak menyenangkan

- b. *Cognitive Control* yaitu kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan sebagai upaya untuk mengurangi tekanan yang dihadapi
- c. *Decisional Control* yaitu kemampuan untuk mengambil tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini benar

3. Faktor Kontrol Diri

Menurut Ghufron & Risnawati (2012) terdapat 2 faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya kontrol diri, yaitu :

a. Faktor Internal

Faktor yang berperan penting terhadap kontrol diri seseorang adalah usia, semakin matang usia seseorang semakin mudah mereka melakukan kontrol diri terhadap perilaku yang akan di lakukannya

b. Faktor Eksternal

Lingkungan dan keluarga merupakan faktor penting dalam kontrol diri, lingkungan dan keluarga yang positif akan memberikan efek positif terhadap kontrol diri individu tersebut.

Sedangkan Menurut Baumeister & Boden (1998) terdapat 2 faktor dalam kontrol diri yaitu :

a. Orang tua

Hubungan orang tua dan anak bisa mempengaruhi kontrol diri, orang tua yang mendidik anaknya dengan keras menyebabkan anak tidak bisa mengendalikan diri dan kurang peka terhadap apa yang terjadi di sekitarnya. Sebaiknya orang tua lebih mendidik anaknya dengan cara yang mandiri dan memberikan

kesempatan untuk mengambil keputusan sendiri. Dengan itu akan menjadikan anak tersebut mempunyai kontrol diri yang baik

b. Budaya

Setiap lingkungan mempunyai budaya yang berbeda beda, tentu dengan adanya faktor budaya di lingkungan ini dapat mempengaruhi kontrol diri seseorang sesuai dengan lingkungan tersebut. (Marsela & Supriatna, 2019)

C. Kepribadian Ekstrovert

1. Pengertian Kepribadian

Kepribadian (Personality) merupakan pola perilaku dan cara berpikir yang khas dari seseorang, untuk menentukan penyesuaian diri terhadap lingkungan sekitar. Pengertian secara luasnya juga disebut dengan ciri tertentu yang dominan pada diri individu terlihat dan menimbulkan kesan dan penilaian dari orang lain. Menurut Coon (2011) menyatakan bahwa kepribadian adalah suatu representatif dari keunikan seseorang yang menunjukkan pola yang stabil dalam perasaan, pikiran dan perilaku (Karim, 2020).

Menurut (Eysenck, 1974) kepribadian adalah suatu keseluruhan dari pola perilaku yang tampil (terlihat) maupun tersembunyi (potensial) dalam diri individu, biasanya ditentukan oleh faktor lingkungan dan hereditas (keturunan) serta berkembang melalui interaksi fungsional. Faktor faktor pembentuk kepribadian yaitu :

- a. Kognitif (*intelligence*), yaitu perilaku kognitif yang dilakukan secara terus menerus dan relatif stabil
- b. Konatif (*character*), yaitu perilaku konatif yang dilakukan secara sadar maupun tidak di lingkungan dan dapat berubah sesuai dengan lingkungan yang didatanginya. Tetapi sifat ini cenderung stabil.
- c. Afektif (*tempramen*), yaitu perilaku emosi yang cenderung stabil dan berlangsung terus menerus
- d. Somatik (*constitution*), yaitu sistem konfigurasi tubuh yang dilakukan secara stabil dan berlangsung terus menerus (Kadir et al., 2012).

Dari pengertian diatas disimpulkan bahwa kepribadian merupakan suatu pola perilaku yang unik dan memberikan kesan pada lingkungan sosial.

2. Pengertian Kepribadian Ekstrovert

Menurut Gustav Jung (dalam Suryabrata, 2008) Kepribadian Ekstrovert yaitu orientasi dari segala sesuatu ditentukan oleh faktor objektif dan juga dipengaruhi oleh faktor dari luar. Kepribadian ekstrovert sering ditandai dengan pribadi yang periang, terbuka dan suka bersosialisasi, sifat ini lah yang disebut dengan pengarah keluar atau faktor faktor yang berasal dari luar.

Menurut Eysenck kepribadian ekstrovert ditandai dengan minat berlebih seseorang terhadap orientasi dari luar dibandingkan dari dalam dirinya. Orang yang ekstrovert akan lebih senang ketika berada di luar rumah dan berinteraksi dengan masyarakat. Tipe kepribadian ekstrovert juga ditandai

dengan orang yang terbuka, mudah bergaul dan memiliki hubungan yang lancar dengan orang lain (Kumalasari et al., 2015).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepribadian ekstrovert merupakan kepribadian yang terbuka dan mudah bergaul terhadap orang lain.

3. Aspek Kepribadian Ekstrovert

Menurut Eysenck & Wilson (1975) (dalam Kumalasari et al., 2015) tipe kepribadian ekstrovert dibagi kedalam beberapa aspek, yaitu :

- a. *Activity*, yaitu menyukai aktifitas di luar, mempunyai minat yang luas dan juga merupakan pribadi pekerja keras.
- b. *Sociability*, yaitu merasa nyaman ketika bersama orang lain, suka bersosialisasi dan membutuhkan kehadiran orang lain untuk berinteraksi.
- c. *Risk Tasking*, yaitu suka mencari tantangan, menyukai hal hal yang ekstrim dan tidak memikirkan dampak negatif yang akan dialami nantinya.
- d. *Impulsiveness*, yaitu bertindak secara terburu buru tanpa adanya pertimbangan yang dipikirkan saat melakukan aktivitas.
- e. *Expresiveness*, yaitu memiliki emosi yang besar, mudah bersimpati dan suka pada hal yang berbau bebas
- f. *Reflectiveness*, yaitu lebih suka langsung mempraktekkan daripada mempelajari terlebih dahulu
- g. *Irresponsibility*, karena ekstrovert identik dengan hal hal yang berbau bebas. Di aspek ini bisa disimpulkan bahwa orang ekstrovert cenderung kurang teliti

dalam memahami aturan, tidak dapat diduga dan kurang bertanggung jawab ketika menghadapi masalah di lingkup sosial.

D. Hubungan antara Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online*

Pada awalnya bermain *Game online* menjadi alternatif untuk mengisi waktu kosong, sekedar refreshing dan melepas penat setelah bekerja ataupun sekolah seharian. Namun semakin berkembang dan *viralnya game online* saat ini membuat beberapa orang bermain secara berlebihan, bahkan rela mengeluarkan uang untuk membeli perlengkapan bermain *game* seperti kursi *gaming*, *handphone* / perangkat komputer dan juga *item virtual game* yang dijual dengan harga yang sangat mahal (Gumeular & Eryani, 2016).

Contoh *item virtual game* seperti *skin senjata / skin hero, character in game* dan *item* untuk menaikkan *level* dengan cepat. Tentu bukan tanpa alasan seseorang melakukan hal ini, Menurut Ho & Wu (dalam Dyulgerova & Devreli, 2019) manfaat membeli barang *virtual* bagi pemainnya yaitu munculnya rasa kesenangan tersendiri ketika bermain *game* tersebut dan juga meningkatkan kepercayaan diri ketika bertemu dengan pemain lain di dalam *game*. Perilaku ini lah yang akan menyebabkan seseorang mengalami perilaku *impulsive buying* secara berlebihan.

Rook (1987) menjelaskan bahwa *impulsive buying* yaitu perilaku berbelanja yang kuat dan sangat mendesak saat itu juga diikuti dengan aspek emosi dan mengabaikan dampak yang akan ditimbulkan setelah melakukan pembelian tersebut.

Sedangkan menurut Verplanken & Herabadi (2001) *impulsive buying* merupakan pembelian yang prosesnya tidak rasional, dilakukan secara tiba tiba dan tidak direncanakan dengan baik. Selain itu dalam proses pembeliannya diikuti oleh dorongan emosional dan tidak memikirkan manfaat, kegunaan dan kebutuhan dari produk yang akan dibeli tersebut.

Kontrol diri menjadi faktor penting terjadinya perilaku *impulsive buying*. Menurut (Baumeister, 2002) kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu dapat memperlakukan emosi dalam dirinya dengan baik. Kurangnya kontrol diri pada individu dapat menyebabkan terjadinya perilaku *impulsive buying*. Dijelaskan bahwa individu yang memiliki kontrol diri rendah cenderung tergoda terhadap promosi dan tampilan sebuah produk tersebut yang mana secara tidak langsung ingin membeli produk itu. Sebaliknya individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi cenderung membeli sebuah produk berdasarkan kebutuhan, memiliki nilai dan bermanfaat untuk jangka panjang (Efendi et al., 2019). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyudi & Kurniawan, 2019) mendapatkan hasil bahwa kontrol diri memiliki peran terhadap *impulsive buying* sebesar 28,5% dan juga analisis tambahan menunjukkan semakin tinggi tingkat ekonomi seseorang semakin tinggi juga kemungkinan melakukan perilaku *impulsive buying*.

Selain Kontrol diri, Kepribadian Ekstrovert juga berkaitan dengan terjadinya perilaku *impulsive*. Hal ini didukung oleh peneltian menurut Beatty & Ferrel (dalam Handayani et al., 2018) menyatakan bahwa kecenderungan *impulsive buying* bisa

terjadi karena adanya sifat atau kepribadian diri setiap individu. Individu dengan kepribadian ekstrovert biasanya memiliki sifat sulit mengendalikan dirinya, mudah bergaul, lebih terbuka dan mudah terpengaruh oleh stimulus dari luar. Dengan penjelasan ini kepribadian ekstrovert akan lebih mudah mengalami perilaku *impulsive buying* karena sifatnya yang mudah terpengaruh dan sulit mengendalikan dirinya. Didukung oleh penelitian dari (Susilawati & Wahdiniwaty, 2015) yang mendapatkan hasil bahwa adanya pengaruh antara kepribadian dan harga terhadap *impulsive buying*. Pengaruh terbesar terhadap *impulsive buying* diperoleh dari kepribadian extrovert dengan hasil yang lebih besar daripada variabel lainnya.

E. Kerangka Teori

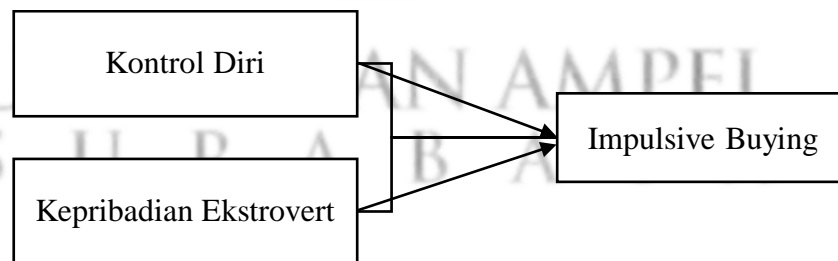
Menurut (Miranda, 2016) dalam penelitiannya ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Impulsive Buying* yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal meliputi atribut produk dan cara pemasaran produk tersebut seperti harga yang relatif murah dan produk mudah disimpan dimana saja. Sedangkan faktor internal meliputi kepribadian individu, kemampuan kontrol diri dan juga suasana hati (emosi) saat melakukan perilaku *impulsive buying*.

Hal ini didukung oleh penelitian menurut (Aprilia & Nio, 2019) yang menyatakan bahwa kontrol diri merupakan faktor internal yang dapat mempengaruhi seseorang mengalami perilaku *impulsive buying*. Individu yang memiliki kontrol diri yang rendah cenderung tidak bisa mengontrol perilaku *impulsive buying*, sedangkan individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi cenderung bisa mengatur pembelian

yang diperlukan dan tidak melakukan perilaku *impulsive buying* saat berelanja. Selain itu penelitian menurut Sun dan Wu (2011) (dalam Purnasari & Rastini, 2018) juga mendukung pernyataan (Miranda, 2016) yang menunjukkan bahwa kepribadian individu memiliki pengaruh terhadap *impulsive buying*. Individu yang memiliki kepribadian yang terobsesi, sulit mengendalikan diri dan memiliki sifat *hedonis* cenderung akan melakukan perilaku *impulsive buying*. Kepribadian ekstrovert juga memiliki sifat yang suka terobsesi dan sulit mengendalikan diri, hal ini menjelaskan bahwa kepribadian ekstrovert memiliki pengaruh terhadap *impulsive buying*.

Berdasarkan penjelasan kerangka teori diatas, dapat dijelaskan dengan bagan sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis



F. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan kerangka teori dan bagan diatas, dapat disimpulkan hipotesis penelitian ini yaitu :

1. Terdapat Hubungan Negatif yang signifikan antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying*
2. Terdapat Hubungan Positif yang signifikan antara Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying*
3. Terdapat Hubungan yang signifikan antara Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti, dua variabel bebas yang akan di beri tanda (X1, X2) dan satu variabel terikat diberi tanda (Y1)

Variabel Bebas (X1) : Kontrol Diri

Varabel Bebas (X2) : Kepribadian Ekstrovert

Variabel Terikat (Y1) : *Impulsive Buying*

B. Definisi Operasional

1. *Impulsive Buying*

Impulsive Buying adalah suatu perilaku pembelian yang diinginkan namun tidak dibutuhkan, produk yang dibeli juga tidak direncanakan dan prosesnya dilakukan secara terburu buru tanpa pemikiran yang panjang akan kebutuhan juga kegunaan dari produk tersebut. Pada variabel *Impulsive Buying* dapat diukur melalui beberapa aspek yaitu aspek kognitif dan afektif.

2. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan yang bertujuan untuk mengatur dan mengarahkan perilaku yang dapat membawa pada hal hal yang positif. Dalam proses kontrol diri juga diikuti oleh proses proses fisik, psikologis dan perilaku

individu tersebut. Pada variabel Kontrol Diri dapat diukur melalui beberapa aspek yaitu *self dicipline, deliberate, healthy habits, work ethic* dan *reliability*

3. Kepribadian Ekstrovert

Kepribadian Ekstrovert adalah perilaku kepribadian suatu individu yang dipengaruhi oleh dunia luar dirinya. Individu dengan kepribadian ekstrovert cenderung lebih mudah menyesuaikan diri terhadap dunia luar, susah mengendalikan diri, mudah bergaul dan juga mudah terpengaruh oleh stimulus dari luar. Pada variabel Kepribadian Ekstrovert dapat diukur melalui beberapa aspek yaitu *activity, sociability, risk tasking, impulsiveness, expresiveness, reflectiveness* dan *irresponsibility*.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2011) (dalam Pradana & Reventiary, 2016) yaitu wilayah terdiri atas subjek dan objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, dari proses yang panjang tersebut barulah di tarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pemain *game online* di indonesia yang masih belum diketahui jumlah besarnya karena kurangnya sumber data dan bisa dianggap sebagai populasi tak terhingga.

2. Sampel

Sampel merupakan suatu kelompok yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan teori dari tabel Isaac & Michael untuk menentukan sampel yang harus di cari. Karena pada penelitian ini tidak diketahui jumlah populasi sebenarnya, maka sampel yang akan diambil berjumlah 272 responden dengan tingkat kesalahan sebesar 10%.

3. Teknik Sampling

Teknik yaitu *non probability sampling*, *non probability sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan pada populasi yang tersedia untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini metode *non probability sampling* yang akan digunakan yaitu teknik *purposive sampling*, memiliki pengertian sebagai teknik yang memberikan kriteria dan ketentuan tertentu untuk pemilihan sampel (Sugiyono, 2018). Kriteria pada penelitian ini yaitu seluruh pemain *game online* yang pernah melakukan *pembelian item game*, *voucher game* dan perangkat pendukung untuk bermain di dalam *game* dengan total pembelian lebih dari 300rb dalam sebulan.

D. Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yaitu pengumpulan data melalui instrumen penelitian populasi dan sampel serta hasil yang diperoleh melalui prosedur statistik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan korelasional yaitu suatu penelitian untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih. Nantinya subjek akan mengisi kuisisioner di lembaran atau *google form* yang sudah ditentukan, setelah itu mencari analisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan komponen penting yang terdapat dalam penelitian, karena didalamnya terdapat informasi tentang apa yang kita teliti. Menurut (Sugiyono, 2018) instrumen merupakan alat yang berfungsi untuk mendapatkan hasil pengukuran fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati. Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan merupakan skala psikologi dimana pernyataannya tidak ada jawaban yang benar maupun salah.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert dimana instrumen tersebut di adaptasi terlebih dahulu dari penelitian penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Berikut penjelasan pemberian skor pada instrumen

Favorable

| | |
|---------------------------|-------------------|
| SS : Sangat Setuju | Diberi Skor (4) |
| S : Setuju | Diberi Skor (3) |
| TS : Tidak Setuju | Diberi Skor (2) |
| STS : Sangat Tidak Setuju | Diberi Skor (1) |

Unfavorable

SS : Sangat Setuju Diberi Skor (1)

S : Setuju Diberi Skor (2)

TS : Tidak Setuju Diberi Skor (3)

STS : Sangat Tidak Setuju Diberi Skor (4)

1. Instrumen *Impulsive Buying*a. Alat Ukur *Impulsive Buying*

Skala *impulsive buying* pada penelitian ini diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang pernah digunakan oleh Ahmad Afif dengan judul Hubungan antara Kontrol diri dengan Pembelian *Impulsive* produk kuliner *online* pada mahasiswa di yogyakarta. Menggunakan teori Verplanken & Herabadi (2001) yang bernama *Impulsive Buying Tendency Scale* atau (IBTS) sebagai berikut:

Tabel 3.1 Blue Print Skala Impulsive buying

| No | Aspek | Indikator | Item | | Jumlah |
|--------|----------|--|----------------------------|------------------|--------|
| | | | F | UF | |
| 1. | Kognitif | Kurangnya perencanaan dan pertimbangan ketika hendak melakukan sebuah pembelian | 1,2,4,9, 12,15,17 20 | 7,8,10, 18,19 | 12 |
| 2. | Afektif | Adanya perasaan dan dorongan yang kuat untuk melakukan sebuah pembelian baik sesudah maupun sebelum melakukan transaksi tersebut | 3,6,11 ,14 | 5,13,16 | 8 |
| Jumlah | | | | | 20 |

b. Validitas Skala *Impulsive Buying*

Dilakukannya uji validitas pada skala dengan tujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya dalam melakukan pengukuran (Muhid, 2019). Skala dikatakan valid apabila nilai setiap item memiliki nilai koefisien lebih dari 0,30 atau bernilai sama sebesar 0,30. Berikut hasil uji validitas dalam skala *impulsive buying* dijabarkan di dalam tabel di bawah ini :

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Skala Impulsive Buying

| Aitem | <i>Correlated Item-Total Correlation</i> | Perbandingan R Tabel | Hasil |
|-------|--|----------------------|-------|
| Y1 | .470 | 0,3 | Valid |
| Y2 | .759 | 0,3 | Valid |
| Y3 | .694 | 0,3 | Valid |
| Y4 | .569 | 0,3 | Valid |
| Y5 | .807 | 0,3 | Valid |
| Y6 | .796 | 0,3 | Valid |
| Y7 | .859 | 0,3 | Valid |
| Y8 | .628 | 0,3 | Valid |
| Y9 | .584 | 0,3 | Valid |
| Y10 | .652 | 0,3 | Valid |
| Y11 | .470 | 0,3 | Valid |
| Y12 | .759 | 0,3 | Valid |
| Y13 | .694 | 0,3 | Valid |
| Y14 | .569 | 0,3 | Valid |
| Y15 | .807 | 0,3 | Valid |
| Y16 | .796 | 0,3 | Valid |
| Y17 | .859 | 0,3 | Valid |
| Y18 | .628 | 0,3 | Valid |
| Y19 | .584 | 0,3 | Valid |
| Y20 | .652 | 0,3 | Valid |

Berdasarkan tabel diatas, semua item pada skala *Impulsive Buying* dikatakan valid karena memiliki nilai >0,30 yang memiliki arti bahwa item

tersebut dapat diujikan dan layak untuk digunakan dalam proses pengambilan data.

c. Reliabilitas Skala *Impulsive Buying*

Uji reliabilitas diujikan untuk mengetahui seberapa konsisten dan dapat diandalkannya suatu alat ukur dalam penelitian ketika digunakan secara berulang kali. Selain itu yang dapat di uji reabilitasnya hanya *item* yang sudah dinyatakan valid pada uji sebelumnya. Variabel yang dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alphanya* sebesar $> 0,6$.

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Skala Impulsive Buying

| Skala | <i>Cronbach`s Alpha</i> | N of Items | Keterangan |
|-------------------------|-------------------------|------------|------------|
| <i>Impulsive buying</i> | .951 | 20 | Reliabel |

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas sebesar 0,951 yang artinya skala pada alat ukur *Impulsive Buying* memiliki reliabilitas yang cukup baik.

2. Instrumen Kontrol Diri

a. Alat Ukur Kontrol Diri

Skala kontrol diri pada penelitian ini diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang pernah digunakan oleh Putu Arinda Sulistyawati dengan judul Hubungan antara Kontrol diri dengan kecenderungan *Impulsive Buying* Remaja akhir putri pada produk *Fashion*. Menggunakan teori Tangney,

Baumeister dan Bone (2004) yang bernama *Self Control Scale* (SCS) sebagai berikut :

Tabel 3.4 Blue Print Skala Kontrol Diri

| No | Aspek | Indikator | Item | | Jumlah |
|--------|------------------------|--|------|----------|--------|
| | | | F | UF | |
| 1. | <i>Self Discipline</i> | Kemampuan memfokuskan dan mendisiplinkan diri terhadap apa yang ingin dilakukan | 14, | 2,6,9 | 4 |
| 2. | <i>Delibrate</i> | Perilaku individu yang lebih berhati hati dan mempertimbangkan terlebih dahulu ketika melakukan sesuatu | 5,11 | 1,4,7,15 | 6 |
| 3. | <i>Healty Habits</i> | Mengatur pola perilaku dan menjadikan kebiasaan sehari hari demi terciptanya efek positif terhadap dirinya | | 10 | 1 |
| 4. | <i>Work Ethic</i> | Etika individu terhadap regulasi diri saat beraktifitas maupun bekerja | | 13 | 1 |
| 5. | <i>Reliability</i> | Perilaku mengatur, merencanakan dan melaksanakan demi terciptanya tujuan tertentu | 12 | 3,8 | 3 |
| Jumlah | | | | | 15 |

b. Validitas Skala Kontrol Diri

Validitas di variabel ini masih sama dengan tahapan sebelumnya, dibantu dengan aplikasi SPSS untuk mengukur validitas item. Hasil penghitungan validitas bisa diketahui validitasnya jika nilai koefisien lebih dari $> 0,30$. Berikut hasil uji validitas pada variabel kontrol diri.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Skala Kontrol Diri

| Aitem | <i>Correlated Item-Total Correlation</i> | Perbandingan R Tabel | Hasil |
|-------|--|----------------------|-------|
| X1-1 | .507 | 0,3 | Valid |
| X1-2 | .697 | 0,3 | Valid |
| X1-3 | .686 | 0,3 | Valid |
| X1-4 | .601 | 0,3 | Valid |
| X1-5 | .694 | 0,3 | Valid |
| X1-6 | .804 | 0,3 | Valid |
| X1-7 | .743 | 0,3 | Valid |
| X1-8 | .471 | 0,3 | Valid |
| X1-9 | .629 | 0,3 | Valid |
| X1-10 | .510 | 0,3 | Valid |
| X1-11 | .507 | 0,3 | Valid |
| X1-12 | .697 | 0,3 | Valid |
| X1-13 | .686 | 0,3 | Valid |
| X1-14 | .601 | 0,3 | Valid |
| X1-15 | .694 | 0,3 | Valid |

Berdasarkan tabel diatas, semua item pada skala Kontrol Diri dikatakan valid karena memiliki nilai $>0,30$ yang memiliki arti bahwa item tersebut dapat diujikan dan layak untuk digunakan dalam proses pengambilan data.

c. Reliabilitas skala Kontrol Diri

Pada tahapan ini uji reliabilitas yang dilakukan masih sama dengan tahapan yang sebelumnya dengan menguji statistik dibantu dengan spss untuk mengetahui nilai *cronbach alpha* nya. Variabel dinyatakan reliabel jika hasil nilai *cronbach alpha* $> 0,6$. Berikut hasil uji reliabilitas variabel kontrol diri :

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri

| Skala | <i>Cronbach`s Alpha</i> | N of Items | Keterangan |
|--------------|-------------------------|------------|------------|
| Kontrol Diri | .922 | 15 | Reliabel |

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas sebesar 0,922 yang artinya skala pada alat ukur Kontrol diri memiliki reliabilitas yang cukup baik.

3. Instrumen Kepribadian Ekstrovert

a. Alat Ukur Kepribadian Ekstrovert

Skala Kepribadian Ekstrovert pada penelitian ini diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang pernah digunakan oleh Viola Dena Halifah berjudul Hubungan antara Kepribadian Ekstrovert-Introvert dan kecenderungan *Impulsive Buying* Remaja putri pada produk *Fashion* menggunakan teori Eysenck yang bernama *Eysenck Personality inventory* (EPI) sebagai berikut :

Tabel 3.7 Blue Print Skala Kepribadian Ekstrovert

| No | Aspek | Indikator | Item | | Jumlah |
|----|----------------------|---|----------------|--------------|--------|
| | | | F | UF | |
| 1. | <i>Activity</i> | Aktif secara fisik dan juga mempunyai minat yang luas terhadap banyak hal | 11 | | 1 |
| 2. | <i>Sociability</i> | Mempunyai sifat suka bersosialisasi dengan sekitar, nyaman ketika bersama orang lain dan tidak mudah canggung | 2,4,5 | 3,6,7, 14 | 7 |
| 3. | <i>Risk Tasking</i> | Suka tantangan dan ceroboh | 9,10,12, 20 | | 4 |
| 4. | <i>Impulsiveness</i> | Bertindak secara terburu buru dalam mengambil keputusan dan mudah berubah. | 15,8 | | 2 |

| | | | | |
|----------------------------|--|----|----|----|
| 5. <i>Expressiveness</i> | Memiliki emosi yang kuat, mudah bersimpati dan suka dengan hal hal yang berbau bebas | 1 | 13 | 2 |
| 6. <i>Reflectiveness</i> | Lebih tertarik langsung mempraktekkan sesuatu daripada mempelajari terlebih dahulu | 16 | 19 | 2 |
| 7. <i>Irresponsibility</i> | Kurang teliti dan kurang bertanggung jawab | 18 | 17 | 2 |
| Jumlah | | | | 20 |

b. Validitas Skala Kepribadian Ekstrovert

Pada uji validitas ini masih sama seperti yang sebelumnya, terdiri dari 20 aitem dengan menggunakan rumus koefisien harus $> 0,30$. Hasil dari analisis validitas dapat di lihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Skala Kepribadian Ekstrovert

| Aitem | <i>Correlated Item-Total Correlation</i> | Perbandingan R Tabel | Hasil |
|-------|--|----------------------|-------------|
| X2-1 | .281 | 0,3 | Tidak Valid |
| X2-2 | .652 | 0,3 | Valid |
| X2-3 | .580 | 0,3 | Valid |
| X2-4 | .709 | 0,3 | Valid |
| X2-5 | .706 | 0,3 | Valid |
| X2-6 | .680 | 0,3 | Valid |
| X2-7 | .829 | 0,3 | Valid |
| X2-8 | .560 | 0,3 | Valid |
| X2-9 | .661 | 0,3 | Valid |
| X2-10 | .562 | 0,3 | Valid |
| X2-11 | .281 | 0,3 | Tidak Valid |
| X2-12 | .652 | 0,3 | Valid |
| X2-13 | .580 | 0,3 | Valid |
| X2-14 | .709 | 0,3 | Valid |
| X2-15 | .706 | 0,3 | Valid |
| X2-16 | .680 | 0,3 | Valid |

| | | | |
|-------|------|-----|-------|
| X2-17 | .829 | 0,3 | Valid |
| X2-18 | .560 | 0,3 | Valid |
| X2-19 | .661 | 0,3 | Valid |
| X2-20 | .562 | 0,3 | Valid |

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa dari 20 aitem yang sudah diujikan ada 2 aitem yang gugur yaitu nomer 1 dan 11 sehingga aitem yang bisa dinyatakan valid atau layak untuk di ujicobakan berjumlah 18 aitem.

c. Reabilitas Skala Kepribadian Ekstrovert

Pada tahapan ini uji reliabilitas yang dilakukan masih sama dengan tahapan yang sebelumnya dengan menguji statistik dibantu dengan spss untuk mengetahui nilai *cronbach alpha* nya. Variabel dinyatakan reliabel jika hasil nilai *cronbach alpha* > 0,6. Berikut hasil uji reliabilitas variabel Kepribadian Ekstrovert :

Tabel 3.9 Hasil Uji Reabilitas Skala Kepribadian Ekstrovert

| Skala | <i>Cronbach's Alpha</i> | N of Items | Keterangan |
|------------------------|-------------------------|------------|------------|
| Kepribadian Ekstrovert | .935 | 20 | Reliabel |

Dari hasil diatas dapat dijelaskan bahwa skala Kepribadian Ekstrovert dikatakan reliabel karena hasil *cronbachs alpha* sebesar 0,935

F. Analisis data

Analisis data adalah metode yang digunakan dalam proses penelitian, dilakukan setelah data terkumpul semua dengan tujuan untuk memecahkan

masalah yang diteliti dan mendapatkan hasil yang diinginkan oleh peneliti. Setelah melihat beberapa rangkuman diatas, peneliti memakai teknik analisis data yaitu analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS.

Sebelum melakukan uji analisis data, maka dilakukan uji prasyarat terlebih dahulu pada penelitian ini. Terdiri atas Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heterokedastisitas dengan tujuan untuk mengetahui hasil analisis data berhasil atau tidak. Setelah itu dilanjutkan dengan Uji Hipotesis, berikut penjelasannya

1. Uji Normalitas

Dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya sebuah penelitian melalui data yang sudah disediakan, kemudian data tersebut di analisis dengan menggunakan statistik *Kolmogrov-Smirnov* untuk uji normalitas. Penentuan normal tidaknya sebuah data ditunjukkan dengan hasil analisis jika $p > 0,05$ maka dinyatakan memiliki distribusi yang normal, jika $p < 0,05$ maka data memiliki distribusi yang tidak normal. Berikut hasil uji normalitasnya :

Tabel 3.10 Hasil Uji Normalitas

| | | Unstandardized Residual |
|---------------------------------|----------------|--------------------------------|
| N | | 272 |
| Normal Parameters | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 6.122335 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .045 |
| | Positive | .039 |
| | Negative | -.045 |
| Test Statistic | | .045 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 |

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikasi yang sudah dilakukan dalam uji normalitas adalah $0,200 > 0,05$ yang artinya data terdistribusi normal

2. Uji Linearitas

Bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear atau tidak pada semua variabel. Penentuan linear atau tidaknya variabel bebas dan terikat jika $p > 0,05$ maka hubungannya linear, jika $p < 0,05$ maka memiliki hubungan yang tidak linear.

Tabel 3.11 Hasil Uji Linearitas

| | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| <i>Impulsive * Kontrol diri</i> | Between Groups | (Combined) | 2357.422 | 19 | 124.075 | 3.330 | .000 |
| | | Linearity | 1267.722 | 1 | 1267.722 | 34.02 | .000 |
| | | Deviation From Linearity | 1089.701 | 18 | 60.539 | 2 | .054 |
| | Within Groups | | 9389.857 | 252 | 37.261 | | |
| | Total | | 11747.28 | 271 | | | |
| | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| <i>Impulsive * Ekstrovert</i> | Between Groups | (Combined) | 1318.374 | 24 | 54.932 | 1.301 | .163 |
| | | Linearity | 20.831 | 1 | 20.831 | .493 | .483 |
| | | Deviation From Linearity | 1297.543 | 23 | 56.415 | 1.336 | .144 |
| | Within Groups | | 10428.905 | 247 | 42.222 | | |
| | Total | | 11747.279 | 271 | | | |

Dari tabel diatas didapatkan nilai signifikansi pada *Impulsive Buying** Kontrol Diri sebesar $0,054 > 0,05$. Sedangkan pada *Impulsive Buying** Kepribadian Ekstrovert didapatkan nilai signifikansinya sebesar 0,144. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang linier antara *Impulsive Buying* dengan Kontrol Diri, maupun *Impulsive Buying* dengan Kepribadian Ekstrovert. Maka dari itu asumsi yang di cari sudah dapat terpenuhi.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mencari tahu ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan antara variabel bebas. Model yang dinyatakan bebas dari multikolinearitas mempunyai angka tolerance mendekati 1 atau 0,1 dan nilai VIF < 10 . Berikut tabel nya :

Tabel 3.12 Hasil Uji Multikolinearitas

| | | Coefficients ^a | |
|-------|--------------|---------------------------|-------|
| | | Collinearity Statistics | |
| Model | | Tolerance | VIF |
| 1 | Kontrol Diri | .946 | 1.057 |
| | Ekstrovert | .946 | 1.057 |

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa skor Kontrol diri dan Kepribadian ekstrovert adalah $0,946 > 0,1$ kemudian skor VIF $1.057 < 10$ dan dapat disimpulkan

bahwa tidak ada multikolinearitas dalam variabel diatas. Sehingga asumsi yang ingin di cari bisa terpenuhi

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ditujukan untuk mencari tahu apakah terdapat keberadaan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam modell regresi. Model regresi dinyatakan bebas jika nilai signifikansi variabelnya $> 0,05$ dan dinyatakan terdapat ketidaksamaan varians apabila nilai signifikansi variabel $< 0,05$

Tabel 3.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 2.789 | 2.545 | | 1.096 | .274 |
| Kontrol Diri | -.035 | .057 | -.038 | -.613 | .540 |
| Kepribadian Ekstrovert | .056 | .042 | .083 | 1.325 | .186 |

Bisa dilihat pada tabel diatas bahwa X1 Kontrol Diri, dan X2 Kepribadian Ekstrovert memiliki nilai signifikansi sebesar 0,540 dan 0,241 $> 0,05$. Mendapatkan kesimpulan bawa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada dan tidaknya hubungan antara Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online*. Subjek dari penelitian ini yaitu pemain *game online* dengan pengambilan data kuisioner menggunakan *google form* yang disebar di beberapa *platform* seperti *instagram*, *whatsapp* dan juga *telegram*. Setelah terkumpul, data kemudian dilakukan skoring dan juga pengolahan yang kemudian dianalisis untuk menyusun laporan penelitian.

2. Deskripsi Subjek Penelitian

Pada penelitian ini terdiri dari 272 sampel dan akan digolongkan sesuai hasil data demografis melalui kuisioner yang sudah disebar terdiri dari Jenis kelamin, Usia, Status, Hobi dan Atlet *e-sports* atau tidak yang ada dalam diri responden.

a. Pengelompokan subjek berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Hasil Presentase Jenis Kelamin Subjek

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|----|---------------|------------|--------------|
| 1. | Laki-laki | 195 | 71,7 % |
| 2. | Perempuan | 77 | 28,3 % |
| | Total | 272 | 100 % |

Dari tabel diatas dapat ditarik penjelasan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh laki-laki sebanyak 71,7 % atau 195 orang dan sebanyak 28,3 % responden perempuan dengan total sebanyak 77 orang. Jadi untuk total keseluruhan responden yang didapat sebanyak 272 orang sesuai dengan sampel yang dibutuhkan.

b. Pengelompokan subjek berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Tabel Pengelompokan Usia Subjek

| No | Usia | Jumlah | Presentas |
|-----|--------------|------------|--------------|
| 1. | 16 | 21 | 7,9 % |
| 2. | 17 | 32 | 11,7 % |
| 3. | 18 | 40 | 15,7 % |
| 4. | 19 | 32 | 11,7 % |
| 5. | 20 | 29 | 10,6 % |
| 6. | 21 | 14 | 4 % |
| 7. | 22 | 54 | 20,8 % |
| 8. | 23 | 16 | 5,8 % |
| 9. | 24 | 12 | 3,8 % |
| 10. | 25 | 3 | 1,2 % |
| 11. | 26 | 4 | 1,4 % |
| 12. | 27 | 6 | 2,2 % |
| 13. | 28 | 2 | 0,7 % |
| 14. | 29 | 1 | 0,3 % |
| 15. | 30 | 6 | 2,2 % |
| | Total | 272 | 100 % |

Peneliti mengelompokkan responden berdasarkan usia, dari tabel diatas menunjukkan usia yang paling banyak dalam bermain *game online* dan mengalami kecenderungan perilaku *impulsive buying* yaitu di usia 22 tahun dengan presentase 20,8 % dengan jumlah 54 orang. Selanjutnya usia 18 tahun dengan presentase 15,7 %

dengan jumlah 40 orang dan juga jumlah dengan usia paling banyak ketiga yaitu usia 17 dan 19 memiliki presentase yang sama sebanyak 11,7 %.

c. Pengelompokan subjek berdasarkan Status

Tabel 4.3 Tabel Pengelompokan Berdasarkan Status

| No | Status | Jumlah | Presentase |
|----|------------------|------------|--------------|
| 1. | Mahasiswa/i | 155 | 56,9 % |
| 2. | Pelajar | 45 | 16,8 % |
| 3. | Karyawan Swasta | 30 | 11 % |
| 4. | Wirausaha | 29 | 10,6 % |
| 5. | <i>Freelance</i> | 13 | 4,7 % |
| | Total | 272 | 100 % |

Pada tabel diatas disebutkan bahwa rata rata status atau kesibukan sehari hari dari seorang pemain *game online* adalah mahasiswa atau mahasiswi dengan jumlah sebanyak 155 orang dan memiliki presentase sebanyak 56,9 %, pelajar juga masuk dalam kategori yang sering memainkan *game online* berjumlah 45 orang dengan presentase sebesar 16,8 %. Selain itu karyawan, wirausaha dan *freelance* tidak terlalu banyak masing masing sebesar 30, 29 dan 13 orang dengan presentase 11, 10,6 dan 4,7 % pada setiap kategori.

d. Pengelompokan subjek berdasarkan Hobi

Tabel 4.4 Hasil Presentase Berdasarkan Hobi Subjek

| No | Hobi | Jumlah | Presentase |
|----|-------------------|--------|------------|
| 1. | Bermain Game | 160 | 58,9 % |
| 2. | Menonton Film | 70 | 25,7 % |
| 3. | Olahraga | 25 | 9,2 % |
| 4. | <i>Travelling</i> | 10 | 3,6 % |

| | | | |
|----|--------------|------------|--------------|
| 5. | Musik | 7 | 2,6 % |
| | Total | 272 | 100 % |

Pada tabel diatas disebutkan bahwa rata rata Hobi dari para pemain *game online* adalah bermain game dengan jumlah sebanyak 160 orang dan memiliki presentase sebanyak 58,9 %, ternyata menonton film juga masuk dalam kategori hobi yang dimiliki para pemain *game online* berjumlah 70 orang dengan presentase sebesar 25,7 %. Selain itu presentase para pemain *game* yang memiliki hobi olahraga, travelling dan musik tidak terlalu banyak masing masing sebesar 25, 10 dan 7 orang dengan presentase 9,2 , 3,6 dan 2,6 % pada setiap kategori

- e. Pengelompokan subjek berdasarkan Atlet *e-sports* / Tidak

Tabel 4.5 Hasil Presentase berdasarkan Atlet / Tidak nya Subjek

| No | Keterangan | Jumlah | Presentase |
|----|--------------|------------|------------|
| 1. | Atlet | 55 | 20,2 % |
| 2. | Pemain biasa | 217 | 79,8 % |
| | Total | 272 | 100 |

Pada hasil pengelompokan diatas dapat disimpulkan bahwa pemain *game online* yang pernah melakukan *top up game* didominasi oleh mereka yang tidak menjadi atlet. Pada kategori atlet hanya berjumlah 55 orang dengan presentase sebesar 20,2% dan pemain biasa ternyata mendominasi dengan jumlah 217 orang memiliki presentase sebesar 79,8%. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa ternyata mereka

melakukan top up bukan karena kebutuhan terkait pekerjaan, melainkan hanya keinginan pribadi dan demi memenuhi kesenangan sesaat para pemain *game online*.

3. Deskripsi Data Penelitian

Pada bagian ini akan menginterpretasikan hasil dari total responden, skor minimum, skor maximum, *mean* dan standard deviasi dari total 3 variabel yang akan diteliti. Berikut tabel nya :

Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|-------|----------------|
| Impulsive | 272 | 29 | 64 | 46,80 | 6,584 |
| Kontrol Diri | 272 | 20 | 41 | 30,02 | 4,159 |
| Ekstrovert | 272 | 40 | 76 | 54,98 | 5,593 |
| Valid N (listwise) | 272 | | | | |

Berdasarkan tabel diatas, dapat ditarik hasil bahwa total keseluruhan subjek pada penelitian kontrol diri dan kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying* memiliki 272 subjek. Variabel *impulsive* memiliki nilai minimum 29, nilai maximum 64, mean 46,90 dan nilai standard deviation sebesar 6,584. Pada variabel kontrol diri memiliki nilai minimum 20, nilai maximum 41, mean 30,02 dan standard deviation sebesar 4,159. Juga pada variabel terakhir yaitu kepribadian ekstrovert memiliki nilai minimum 40, nilai maximum 76, *mean* 54,98 dan nilai *standard deviation* sebesar 5,593.

Setelah dilakukan analisis deskriptif pada ketiga variabel diatas, akan dilakukan kategorisasi berdasarkan rumus dibawah ini :

Tabel 4.7 Rumus Kategorisasi

| Kategori | Rumus |
|----------|----------------------------|
| Rendah | $X < M - 1SD$ |
| Sedang | $M - 1SD \leq X < M + 1SD$ |
| Tinggi | $M + 1SD \leq X$ |

Keterangan : X = Skor Subjek, M= Mean SD = Standard Deviasi

Menurut tabel rumus yang sudah dihitung oleh peneliti, peneliti melakukan perhitungan terhadap rumus tersebut untuk menentukan kategorisasi yang akan diterapkan kepada variabel *impulsive buying*. Berikut hasilnya :

Tabel 4.8 Rumus Dasar Kategorisasi Pada Tiap variable

| | Impulsive | Kontrol Diri | Ekstrovert |
|----------------|-----------|--------------|------------|
| M | 46,8 | 30 | 54,9 |
| SD | 6,5 | 4,1 | 5,5 |
| M - 1SD | 40,3 | 25,9 | 49,4 |
| M + 1SD | 53,3 | 34,1 | 60,4 |

Berikut merupakan hasil kategorisasi menurut hitungan tabel diatas kedalam variabel kontrol diri, kepribadian ekstrovert dan *impulsive buying* untuk menentukan hitungan kategori sedang, rendah dan tinggi pada setiap variabel nantinya. Berikut hasilnya :

Tabel 4.9 Hasil Kategorisasi Tiap Variabel

| Kategori | Rumus | Impulsive | Kontrol Diri | Ekstrovert |
|---------------|----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Rendah | $X < M - 1SD$ | $X < 40,3$ | $X < 25,9$ | $X < 49,4$ |
| Sedang | $M - 1SD \leq X < M + 1SD$ | $40,3 \leq X < 53,3$ | $25,9 \leq X < 34,1$ | $49,4 \leq X < 60,4$ |
| Tinggi | $M + 1SD \leq X$ | $53,3 \leq X$ | $34,1 \leq X$ | $60,4 \leq X$ |

Setelah ditemukan nilai nilai untuk menentukan kategori sedang, tinggi dan rendahnya sebuah variabel, maka berikut perhitungan tabel kategorisasi *impulsive buying*.

Tabel 4.10 Hasil Kategorisasi Variabel Impulsive Buying

| Variabel | Kategori | Nilai | Jumlah | Presentase |
|-------------------------|----------|----------------------|------------|--------------|
| Impulsive Buying | Rendah | $X < 40,3$ | 40 | 14,7 % |
| | Sedang | $40,3 \leq X < 53,3$ | 190 | 69,9 % |
| | Tinggi | $53,3 \leq X$ | 42 | 15,4 % |
| Total | | | 272 | 100 % |

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa pemain *game online* yang melakukan perilaku *impulsive buying* memiliki presentase sebagai berikut. Kategori rendah berjumlah 40 orang dengan presentase sebesar 14,7 %, kategori sedang berjumlah 190 orang dengan presentase sebesar 69,9 % dan selanjutnya kategori tinggi yang sering melakukan perilaku *impulsive buying* yaitu berjumlah 42 orang dengan presentase sebesar 15,4 %.

Berikut perhitungan data tabel kategorisasi variabel Kontrol Diri :

Tabel 4.11 Hasil Kategorisasi Variabel Kontrol Diri

| Variabel | Kategori | Nilai | Jumlah | Presentase |
|---------------------|----------|----------------------|------------|--------------|
| Kontrol Diri | Rendah | $X < 25,9$ | 40 | 14,7 % |
| | Sedang | $25,9 \leq X < 34,1$ | 183 | 67,3 % |
| | Tinggi | $34,1 \leq X$ | 49 | 18 % |
| Total | | | 272 | 100 % |

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa pemain *game online* yang bisa menerapkan kontrol diri nya memiliki presentase sebagai berikut. Kategori rendah berjumlah 40 orang dengan presentase sebesar 14,7 %, kategori sedang berjumlah 183 orang dengan presentase sebesar 67,3 % dan selanjutnya kategori berjumlah 49 orang dengan presentase sebesar 18 %.

Berikut perhitungan data tabel kategorisasi variabel Kepribadian Ekstrovert :

Tabel 4.12 Hasil Kategorisasi Variabel Kepribadian Ekstrovert

| Variabel | Kategori | Nilai | Jumlah | Presentase |
|------------------------|----------|----------------------|------------|--------------|
| Kepribadian Ekstrovert | Rendah | $X < 49,4$ | 33 | 12,1 % |
| | Sedang | $49,4 \leq X < 60,4$ | 180 | 66,2 % |
| | Tinggi | $60,4 \leq X$ | 59 | 21,7 % |
| Total | | | 272 | 100 % |

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa pemain *game online* yang memiliki kepribadian ekstrovert dan berpengaruh untuk melakukan *impulsive buying* mendapatkan presentase sebagai berikut. Kategori rendah berjumlah 33 orang dengan presentase sebesar 12,1 %, kategori sedang berjumlah 180 orang dengan presentase sebesar 66,2 % dan selanjutnya kategori tinggi berjumlah 59 orang dengan presentase sebesar 21,7 %.

B. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini, peneliti akan melakukan beberapa uji dengan metode analisis regresi linear berganda yang akan di muat dalam beberapa poin seperti uji T, uji F dan koefisien determinan. Dijelaskan sebagai berikut :

1. Hasil Uji Regresi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui hubungan secara bersama sama antara variabel X1 , X2 dengan Y. Syarat untuk bisa dikatakan signifikan adalah jika nilai nya berhasil mencapai $< 0,05$ maka dapat dikatakan terdapat hubungan yang simultan (secara bersama).

Tabel 4.13 Hasil Uji F (Regresi linier berganda ANOVA)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1589.391 | 2 | 794.695 | 21.045 | .000 ^b |
| | Residual | 10157.889 | 269 | 37.762 | | |
| | Total | 11747.279 | 271 | | | |

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

b. Predictors: (Constant), Kepribadian Ekstrovert, Kontrol Diri

Berdasarkan tabel diatas mendapatkan hasil bahwa nilai sig. Adalah $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel X1 dan X2 memiliki hubungan secara bersamaan terhadap variabel Y sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima pada penelitian ini.

2. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mencari tahu bagaimana hubungan antara variabel (X1) Kontrol Diri, (X2) Kepribadian Ekstrovert dan *Impulsive Buying* (Y). Jika nilai

signifikansi (sig.) mendapatkan hasil $<0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel tersebut.

Tabel 4.14 Hasil Uji T (Regresi linier berganda Coefficients)

| | | Coefficients ^a | | | |
|-------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | T Sig. |
| 1 | (Constant) | 53.278 | 4.147 | | 12.848 .000 |
| | Kontrol Diri | -.582 | .092 | -.368 | -6.313 .000 |
| | Kepribadian Ekstrovert | .200 | .069 | .170 | 2.919 .004 |

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Nilai sig kontrol diri dan kepribadian ekstrovert diketahui kurang dari 0,05. Kontrol diri memiliki nilai sig sebesar 0,000 dan kepribadian ekstrovert sebesar 0,004. Hal ini mendapatkan kesimpulan bahwa kedua variable X memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*.

3. Uji Determinasi Koefisien

Dilakukannya uji determinasi koefisien bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan yang diberikan oleh variabel independen secara bersama sama pada variabel dependen.

Tabel 4.15 Hasil Determinasi Koefisien (Regresi linier berganda modal summary)

| Model Summary | | | | |
|----------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .368 ^a | .135 | .129 | 6.145 |

a. Predictors: (Constant), Kepribadian Ekstrovert, Kontrol Diri

Berdasarkan hasil data diatas, nilai *R Square* sebesar 0,135. Hal ini memiliki arti yaitu pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel y sebesar 13,5 % sedangkan 86,5 % lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti oleh peneliti.

C. Pembahasan

1. Hubungan Antara Kontrol Diri dan *Impulsive Buying*

Berdasarkan hasil analisis regresi yang sudah dilakukan pada Uji F diatas menunjukkan bahwa variabel Kontrol Diri memiliki hubungan negatif signifikan terhadap *impulsive buying*. Memiliki arti bahwa apabila kontrol diri yang dimiliki tinggi, maka kecenderungan untuk melakukan perilaku *impulsive buying* menjadi rendah. Peran kontrol diri pada *gamers game online* dapat mempengaruhi terjadi atau tidak nya perilaku *impulsive buying* tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian menurut (Arisandy & Hurryati, 2017) bahwa kecenderungan melakukan *impulsive buying* sebenarnya bisa di kurangi apabila individu tersebut memiliki sistem pengendalian kontrol diri yang baik. Cara yang paling efektif yaitu membuat *list* terlebih dahulu

ketika ingin membeli sesuatu dan mempertimbangkan segala aspek, hal ini dapat mengurangi perilaku *impulsive buying*.

Individu yang memiliki tingkatan kontrol diri yang tinggi dapat membuat mereka menjadi pribadi yang tidak boros, memiliki perilaku yang sehat dan juga lebih *ter-planning* untuk menjalani kegiatan sehari harinya. Dampak dari perilaku *impulsive buying* juga bisa dirasakan saat itu juga, terbukti ada beberapa orang yang bermasalah dengan hutang piutang karena memaksakan membeli barang yang dilihatnya menarik pada saat itu. Selain itu semakin baik kontrol diri pada individu maka perilaku *impulsive buying* tidak akan terjadi. Hal ini dijelaskan pada penelitian yang dilakukan oleh (Arisandy, 2017) bahwa kontrol diri merupakan faktor yang berhubungan terhadap *impulsive buying*. Selain kontrol diri faktor lingkungan juga dapat mempengaruhi karena tekanan dari orang sekitar tersebut yang akan mempengaruhi keputusan pembelian saat itu juga.

Berdasarkan hasil kategorisasi kontrol diri bisa dijelaskan bahwa subjek yang mempunyai kontrol diri tinggi sebanyak 49 orang dan 183 orang mempunyai tingkat kontrol diri yang sedang. Individu yang mempunyai kontrol diri tinggi akan mengalami perasaan yang lebih sejahtera daripada individu yang mempunyai kontrol diri yang rendah. Hal itu disebabkan karena mereka cenderung mampu mengatur tindakan atas dirinya dan melakukan hal hal menyenangkan yang akan dilakukan. Kontrol diri yang tinggi akan menggambarkan tingkat kemampuan mereka dalam memutuskan tindakan pada saat pembelian, mampu mengolah emosi dan juga mampu menahan dorongan

dorongan yang terjadi ketika melakukan sebuah pembelian. Pernyataan diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan (Balik & Tupamahu, 2020) menyatakan bahwa kontrol diri memiliki hubungan dan kontribusi cukup penting terhadap dilakukan atau tidaknya perilaku *impulsive buying*.

Pada penjelasan diatas peneliti berasumsi bahwa pada *gamers*, variable kontrol diri memiliki hubungan terhadap variabel *impulsive buying*. Ketika kontrol diri tinggi maka individu tersebut tidak akan melakukan perilaku *impulsive buying*. Sedangkan ketika kontrol diri sedang rendah maka kecenderungan individu tersebut akan melakukan perilaku *impulsive buying* sangat tinggi. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan (Afandi & Hartati, 2017) menyatakan bahwa kontrol diri memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*.

2. Hubungan Antara Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying*

Berdasarkan hasil analisis regresi yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Kepribadian Ekstrovert memiliki hubungan Positif yang signifikan terhadap *impulsive buying*. Dari hasil penjelasan diatas dapat diartikan bahwa apabila individu memiliki kepribadian ekstrovert, maka kecenderungan untuk melakukan perilaku *impulsive buying* menjadi tinggi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Handayani et al., 2018) peran kepribadian dan hubungannya terhadap *impulsive buying* memang belum diketahui pasti mana diantara dua kepribadian yaitu introvert dan ekstrovert yang paling berpengaruh. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Purnasari & Rastini, 2018) mendapatkan hasil bahwa kepribadian memiliki pengaruh positif terhadap

impulsive buying. Yang berarti tipe kepribadian tertentu akan lebih dominan atau terobsesi dan sering melakukan pembelian *impulsive*.

Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Susilawati & Wahdiniwaty, 2015) kepribadian ekstrovert memiliki hubungan terhadap terjadinya perilaku *impulsive buying*. Kepribadian ekstrovert menaruh sumbangan yang lebih besar jumlahnya daripada kepribadian introvert. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor kepribadian ekstrovert lebih dominan untuk membuat seseorang mengalami perilaku *impulsive buying* sesuai dengan hasil analisis regresi diatas. Faktor pembentuk terjadinya kepribadian ekstrovert sebenarnya ada beberapa, namun pada pembahasan ini peneliti cukup mengambil 2 faktor yaitu dari emosi dan juga karakter yang ada pada diri individu. Emosi yang kuat dan karakter yang kuat dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam perilaku *impulsive buying*. Maka dari itu terdapat hubungan yang signifikan antara kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying* dengan diperkuat oleh penelitian dan aspek aspek yang berhubungan diatas ini.

Berdasarkan hasil kategorisasi Kepribadian Ekstrovert bisa dijelaskan bahwa subjek yang mempunyai tinggi sebanyak 59 orang dan sebanyak 180 orang mempunyai tingkat kontrol diri yang sedang. Mayoritas subjek yang memiliki kategori tinggi dalam kepribadian ekstrovert cenderung melakukan perilaku *impulsive buying*. Disebabkan karena aspek aspek yang ada pada diri individu kepribadian ekstrovert diantaranya *impulsiveness*, *expressiveness* dan *risk tasking*. Pada penelitian (Karim, 2020) membuktikan bahwa aspek aspek tersebut juga masuk kedalam pengertian dari

impulsive buying karena memiliki arti yaitu terburu buru, memiliki emosi yang kuat dan juga tidak memikirkan dampak negatif yang akan ditimbulkan. Hal ini juga dibuktikan pada penelitian yang dilakukan oleh (Widyaningrum & Puspitadewi, 2016) mendapatkan hasil bahwa perilaku konsumtif pada siswa yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert lebih tinggi daripada tipe kepribadian introvert.

Pada penjelasan diatas peneliti berasumsi bahwa pada *gamers*, variable Kepribadian Ekstrovert memiliki hubungan terhadap variabel *impulsive buying*. Ketika tingkat Kepribadian Ekstrovert tinggi maka individu tersebut cenderung melakukan perilaku *impulsive buying*. Sedangkan ketika Kepribadian Ekstrovert rendah maka kecenderungan individu tersebut untuk melakukan perilaku *impulsive buying* menjadi rendah. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan (Nuraini S.Psi MS, 2019) menyatakan bahwa Kepribadian Ekstrovert memiliki hubungan yang signifikan terhadap terjadi atau tidaknya perilaku *impulsive buying*.

3. Hubungan Antara Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert dengan Impulsive Buying

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel kontrol diri dan kepribadian ekstrovert memiliki hubungan terhadap terbentuknya perilaku *impulsive buying*. *Gamers* dengan kontrol diri rendah dan memiliki kepribadian ekstrovert besar kemungkinan mereka akan melakukan perilaku *impulsive buying*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Miranda, 2016) yang menyatakan bahwa *impulsive buying* memiliki hubungan secara signifikan terhadap

kepribadian konsumen (karakteristik konsumen), atau bisa dikatakan kepribadian tertentu akan menyebabkan individu cenderung akan melakukan perilaku *impulsive buying*. Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh (Elnina, 2022) mendapatkan hasil bahwa kontrol diri ikut berkontribusi aktif terhadap terjadinya perilaku *impulsive buying*. Semakin tinggi kontrol diri maka perilaku *impulsive buying* tidak akan terjadi dan juga ketika kontrol diri kita rendah maka kita cenderung akan melakukan perilaku *impulsive buying*.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa kontrol diri dan kepribadian ekstrovert memiliki kontribusi dalam terjadinya perilaku *impulsive buying*. Hal ini didukung (Edy & Haryanti, 2018) menyatakan bahwa kontrol diri merupakan variabel penting untuk menentukan terjadi atau tidak nya perilaku *impulsive buying*. Selain itu kepribadian ekstrovert juga dianggap mempunyai peran penting dalam terjadinya perilaku *impulsive buying*. Menurut penelitian (Wahyudi & Kurniawan, 2019) untuk mencegah terjadinya *impulsive buying*, kontrol diri diperlukan dalam aktifitas sehari hari. Kontrol diri bisa dikatakan balik apabila memiliki tujuan untuk menentukan, mempertimbangkan dan melakukan hal hal yang menurutnya terbaik termasuk dalam perilaku pembelian dimanapun dan kapanpun.

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi variabel kontrol diri dan kepribadian ekstrovert menunjukkan kontribusi terhadap terbentuknya perilaku *impulsive buying*. Kontribusi kedua variabel mendapatkan nilai sebesar 13,5 % dan 86,5 % lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti oleh peneliti. Walaupun

mendapatkan nilai yang tidak terlalu banyak tetapi hasil tersebut sudah cukup menunjukkan kontribusi dari kedua variable tersebut pada variabel *impulsive buying*. Dengan demikian variabel bebas yang sudah dijelaskan diatas dapat dijadikan sebagai prediktor untuk variabel *impulsive buying*. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh (Larisa & Farid, 2021) menyatakan bahwa tipe kepribadian manusia memiliki hubungan yang dapat mengakibatkan terjadi atau tidaknya perilaku *impulsive buying*. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Harahap, 2017) mendapatkan hasil bahwa kontrol diri berpengaruh negatif dalam perilaku *impulsive buying*.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan pada Hubungan Kontrol Diri dan Kepribadian Ekstrovert dengan *Impulsive Buying* pada Pemain *Game Online* memperoleh hasil bahwa hipotesis dari penelitian ini diterima. Tingkat kontrol diri dan kepribadian ekstrovert pada perilaku *impulsive buying* pada pemain *game online* tergolong sedang. Para pemain *game online* yang memiliki *impulsive buying* tinggi cenderung tidak bisa mengatur kontrol dirinya dan mengakibatkan terjadinya perilaku *impulsive buying*. Kepribadian juga menjadi faktor utama yang dapat memunculkan perilaku *impulsive buying* karena memang sifat mereka yang cenderung aktif dalam emosi maupun fisik. Bisa disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki kontribusi terhadap terjadinya perilaku *impulsive buying*.

B. Saran

1. Bagi Pemain *Game Online*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pemain *game online* dengan kontrol diri rendah dan memiliki kepribadian ekstrovert memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku *impulsive buying*. Maka bagi para pemain *game* diharapkan mampu mengevaluasi dan lebih berhati-hati lagi dalam mengatur pola perilaku belanja terhadap produk *game* tersebut. sehingga diharapkan mampu terciptanya perilaku belanja yang baik dan cermat pada saat melakukan transaksi. Adapun beberapa cara

yang dapat dilakukan untuk menahan terjadinya perilaku *impulsive buying* yaitu membuat anggaran pengeluaran, membuat list pembelian juga pengingat agar selalu berhemat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dikarenakan dalam penelitian ini data yang didapat bisa terdistribusi dengan normal dan kedua hasilnya signifikan. Maka diharapkan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pembaharuan dan mengganti salah satu variabel agar terlihat menjadi sebuah pembeda di penelitian selanjutnya. Selain itu dapat memfokuskan penelitian kepada faktor-faktor maupun tipe kepribadian lainnya sehingga mampu memberikan sumbangan lebih besar bagi ilmu pengetahuan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2017). Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri. *E-JURNAL GAMA JOP, VOLUME 3, NO. 3*, 123–130.
- Alwisol. (2004). *Psikologi Kepribadian*. Malang : UMM Press.
- Anin F, A., BS, R., & Atamimi, N. (2015). Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja. *Jurnal Psikologi, Volume 35, No. 2*, 181–193.
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Impulsive Buying Pada Mahasiswa. *Jurnal Riset Psikologi*.
- Arisandy, D. (2017). Kontrol Diri Ditinjau Dari Impulsive Buying Pada Belanja Online. *Jurnal Ilmiah PSYCHE, Vol.11 No.1*, 63–74.
- Arisandy, D., & Hurryati, D. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang Yang Melakukan Belanja Online. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Kesehatan, Vol 3, No.1*.
- Balik, D., & Tupamahu, F. A. S. (2020). Efek Moderasi Kontrol Diri pada Hubungan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsive Online. *Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis, Vol. 1, No. 2*.
- Baumeister, R. F. (2002). Self-Control Failure. Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior. *Chicago Journals (The University of Chicago Press)*, 670–676.
- CNN Indonesia. (2020). *Pengguna Gim Online Meningkatkan 75 Persen Kala Corona*.
- Dyulgerova, H., & Devreli, P. (2019). Hedonic Motives: Influencing players' impulse buying purchases of virtual goods. *Semantics Scholar*.
- Edy, I. C., & Haryanti, S. S. (2018). Impulsive Buying Behavior pada Konsumen Online. *Prosiding : The National Conferences Management and Business (NCMAB)*.
- Efendi, R., Indratono, S., & Sukidjo. (2019). The Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Behaviour Moderated by Peers. *International Journal of Economics and Financial Issues, Volume 9, No 3*, 98–104.
- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan self control mahasiswa ditinjau dari perilaku impulsive buying terhadap produk fashion. *PSIKODINAMIKA: JURNAL LITERASI PSIKOLOGI, Volume 2, No. 1*.
- Eysenck, H. J. (1974). *Dimensions of Personality*. New Jersey : Transaction Publisher.
- Firhan, R., & Nio, S. R. (2021). Hubungan Regulasi Diri dengan Pembelian Impulsif Remaja Putri Bukittinggi terhadap Produk Pakaian. *Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 5 Nomor 2*, Halaman 3737-3743.
- Garvin, Claudia, J., & Evita, I. (2019). Micro Transaction Dalam Online Game: Apakah Memicu Perilaku Belanja Online Yang Bermasalah? *PSYCHE : JURNAL PSIKOLOGI, Vol.1 No.2*.

- Gufron, M. N., & Risnawati, R. (2012). *Teori Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- Gumeular, A. T., & Eryani, R. D. (2016). Studi Deskriptif Mengenai Impulse Buying pada Gamers Game Online Dragon Nest Kota Bandung Descriptive Study on Impulse Buying of Gamers Online Games Dragon Nest Bandung City. *Prosiding Psikolog, Volume 2, No.2*.
- Handayani, A., Maryanti, S., & M, S. (2018). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Esa Unggul Yang Melakukan Pembelian Secara Online Shopping. *Jurnal Psikologi*.
- Harahap, J. Y. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Ketergantungan Internet di Pustaka Digital Perpustakaan Daerah Medan. *Jurnal Edukasi : Jurnal Bimbingan Konseling, Vol. 3 No. 2*, Hal 131-145.
- Kadir, A. A., Hikmawati, F., & Gimayanti, W. (2012). Hubungan Tipe Kepribadian Menurut Eysenck dengan Komitmen Organisasi Pada Osis SMAN 2 Cimahi. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikolog, Vol. V, No.1*, 521–534.
- Karim, B. A. (2020). Teori Kepribadian dan Perbedaan Individu. *ELJOUR : Education and Learning Journal, Vol. 1, No. 1*, 40–49.
- Kumalasari, D., Yusuf, M., & Priyatama, A. N. (2015). Hubungan antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Motivasi Kerja dengan Pengembangan Karir pada Pegawai PT Andalan Multi Kencana Jakarta. *Jurnal Wacana Psikologi*.
- Larisa, V., & Farid. (2021). Pengaruh Personality Traits dan Hedonic Consumption Terhadap Impulsive Buying Dimediasi oleh Positive Feeling di Matahari Departement Store Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol. 6, No. 1*, Hal 63-76.
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research, Volume 3 No 2*, 65–69.
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian Terhadap faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping. *Universitas Machung, Vol 10, No 1*.
- Mubarok, F. H. (2021). Hubungan antara Kecanduan Game Online dengan Pembelian Impulsif Perangkat Game pada Mahasiswa. *Acta Psychologia, Volume 3 Nomor 1*, 69–80.
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik*. Zifatama Jawara.
- Nuraini S.Psi MS, Dr. (2019). Pengaruh Kepribadian Introvert dan Ekstrovert Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Di SMA Muhammadiyah Medan. *Proceeding : The Dream Of Millenial Generation To Grow*.
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen, Vol. 6 No. 1*.
- Purnasari, A. C., & Rastini, N. M. (2018). Peran Kenikmatan Berbelanja dalam Memediasi Kepribadian Terhadap Impulsive Buying. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, Volume 1, Nomor 3*.
- Rook, D. W. (1987). The Impulsive Buying. *Journal Of Consumer Research, 14(2)*, 305–313.

- Savitri, D., Aini, N., & Suyono, J. (2020). The Influence of Personality, Shop Enjoyment, and Impulsive Buying Tendency on Impulsive Buying Behavior in Transmart Ngagel Surabaya. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, Volume 03 Number 02.
- Siregar, N. F., & Rini, Q. K. (2019). Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online. *Jurnal Psikologi*, Volume 12 No.2. <https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2445>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta CV.
- Suryabrata, S. (2008). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Susilawati, E., & Wahdiniwaty, R. (2015). Pengaruh Kepribadian dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Produk Novel DI Toko Bandung Book enter Wilayah Bandung. *JIMM UNIKOM*, Vol. 01 No, 01.
- Tangney, J., Baumeister, P., & Boone, A. L. (2004). *High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success* (Vols. 72, Issue 2). Blackwell Publishing.
- Tayibnapis, R. G. (2019). Fenomena Game Online Dan Pembaruan Teknologi Komunikasi Sebagai Media Baru. *Universitas Satya Negara Indonesia*, 32–50.
- Technology Trendsetter. (2021). *Jenis-jenis Game Populer, Kelebihan dan Kekurangannya*.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulsive Buying Tendency Feeling and No Thinking. *European Journal of Personality*.
- Wahyudi, R., & Kurniawan, I. S. (2019). Pengaruh Kontrol Diri, Stabilitas Emosi, Ekstrovert dan Ketelitian Terhadap Keputusan Pembelian Tiba Tiba Pada Masyarakat DIY. *EFEKTIF : Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Volume 10, No.1.
- Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N. W. S. (2016). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, Vol. 6, No. 2, 102–106.