

PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU IMPLUSIVE BUYING PADA MAHASISWA PENGGUNA TIKTOK

Disusun Oleh :

Intan Tri Agustin Putri (222030100030)

Dosen Pembimbing :

Widyastuti, M.Psi., Psikolog

Progam Studi Psikologi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Pendidikan

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

2025



Pendahuluan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan TikTok Shop yang meningkatkan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswa melalui promosi intensif, konten visual menarik, dan fitur live shopping. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior yang menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh niat dan persepsi kontrol perilaku. Dalam penelitian ini, kontrol diri diposisikan sebagai bentuk perceived behavioral control yang berperan dalam menekan perilaku pembelian impulsif mahasiswa pengguna TikTok Shop.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku impulsive buying pada mahasiswa pengguna TikTok Shop ? Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kontrol diri terhadap perilaku impulsive buying pada mahasiswa

Metode

Pendekatan : Kuantitatif Korelasional

Populasi : Mahasiswa Universitas Unesa Surabaya

Sampel : 100 mahasiswa

Teknik sampling : Purposive sampling

Instrumen Penelitian : Kuisioner Skala Likert 4 pilihan jawaban (Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS))

Alat ukur :

1. Skala Kontrol Diri (Averill) 22 item valid ($\alpha = 0,30$)

2. Skala Impulsive Buying (Verplankem & Herbadi) 16 item valid ($\alpha = 0,837$)

Uji Intrumen Penelitian :

1. Skala Kontrol Diri terdiri dari 22 iten valid ($\alpha = 0,36$)

2, Skala Impulsive terdiri dari 16 item valid ($\alpha = 0,884$)

Teknik Analisis Data :

Regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 26 setelah data memenuhi uji asumsi k;asik

Hasil

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov	
Unstandar	
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.099

UJI LINIERITAS				
ANOVA Table				
				Sig.
Impulsive Buying *	Between Groups	(Combined)		.000
Kontrol		Linearity		.000
Diri		Deviation from Linearity		.001
	Within Groups			
	Total			

UJI HETEROKEDASTISITAS		
Coefficients ^a		
Model		Sig.
1	(Constant)	.093
	Kontrol	.229
	Diri	
a. Dependent Variable: ABS_RES		

Tabel Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.166	3.661		.592	.555
Kontrol Diri	.683	.050	.811	13.707	.000
a. Dependent Variable: Impulsive Buying					

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R ²)				
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 ^a	.657	.654	1.534
a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri				

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku impulsive buying pada mahasiswa pengguna TikTok Shop. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan dorongan internal berperan penting dalam merespons stimulus belanja digital seperti promosi, konten visual, dan fitur interaktif. Pembahasan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior yang memposisikan kontrol diri sebagai bentuk perceived behavioral control dalam menentukan perilaku konsumtif.

Temuan Penting Penelitian

Penelitian ini menemukan bahwa perbedaan tingkat kontrol diri berkaitan dengan perbedaan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswa. TikTok Shop sebagai platform berbasis media sosial memperkuat stimulus belanja sehingga membutuhkan kontrol diri yang lebih kuat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri berperan penting dalam membentuk perilaku impulsive buying pada mahasiswa pengguna TikTok Shop. Mahasiswa dengan kontrol diri yang baik cenderung mampu mengelola dorongan belanja secara rasional meskipun terpapar promosi dan pengaruh digital. Temuan ini menunjukkan bahwa pembelian impulsif tidak hanya dipengaruhi faktor eksternal, tetapi juga sangat berkaitan dengan kemampuan pengendalian diri individu, sehingga penguatan kontrol diri diperlukan agar mahasiswa tidak terjebak pada keputusan belanja yang tidak terencana.

Referensi

- [1] I. Deborah, Y. M. Oesman, and R. T. B. Yudha, "Social media and impulse buying behavior: The role of hedonic shopping motivation and shopping orientation," *Jurnal Manajemen Maranatha*, vol. 22, no. 1, pp. 65–82, 2022.
- [2] B. Y. Maulina, D. Derriawan, and A. Miranda, "Pengaruh Promosi Online, Celebrity Endorsement Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Berdampak Pembelian Ulang Dengan Word of Mouth," *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, vol. 2, no. 2, pp. 63–72, 2022.
- [3] A. Puspitasari and S. N. S. Telaumbanua, "Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement dan hedonic shopping motivation terhadap perilaku impulse buying," *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, vol. 14, no. 1, pp. 41–50, 2022.
- [4] M. Hasim and R. B. Lestari, "Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia," in *Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2022, pp. 59–69.
- [5] H. Syafri and E. Besra, "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying (Survey: Pada Konsumen Kosmetik Transmart Kota Padang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, vol. 4, no. 4, pp. 786–802, 2019.
- [6] S. A. Fithriyani, A. Ratnaningtyas, and G. R. Prihandini, "Perilaku impulsive buying pada mahasiswi pengguna e-commerce shopee ditinjau dari kontrol diri," *JCA of Psychology*, vol. 3, no. 01, 2022.
- [7] D. Latar, B. Keluarga, and Y. Youth, "Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau," *EXERO Journal of Research in Business and Economics*, vol. 2, no. 01, pp. 1527–2655, 2019.
- [8] D. B. Pratomo, "Kecenderungan pembelian impulsif ditinjau dari perspektif Islam (Studi kasus pada pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta)," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2019.
- [9] S. D. Haryani, A. Syaf, and M. Fadhli, "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Kecenderungan Impulsive Buying Pada Remaja," *ANFUSINA: Journal of Psychology*, vol. 5, no. 1, pp. 25–34, 2022.
- [10] D. Arisandy, "Kontrol diri ditinjau dari impulsive buyyng pada belanja online," *Jurnal Ilmiah Psyche*, vol. 11, no. 2, pp. 63–74, 2017.
- [11] D. C. Salamba and K. D. Ambarwati, "Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying Produk Fashion di Masa Pandemi Pada Mahasiswa Melalui Aplikasi Belanja Online," *Jurnal Psikologi*, vol. 4, no. 1, pp. 929–939, 2023.
- [12] P. B. P. Dyatmika, H. Welangan, and N. Huda, "Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Pengguna Shopee Paylater Ditinjau Dari Mindfulness," *Ariwa: Jurnal Psikologi*, vol. 2, no. 4, pp. 179–193, 2023.
- [13] M. A. Memon, H. Ting, J.-H. Cheah, R. Thurasamy, F. Chuah, and T. H. Cham, "Sample size for survey research: Review and recommendations," *Journal of applied structural equation modeling*, vol. 4, no. 2, pp. i–xx, 2020.
- [14] S. Putri, U. Widyastuti, and T. Monoarfa, "Pengaruh Financial Literacy dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulsive Buying Melalui Spending Self Control Sebagai Mediasi pada Pengguna Shopee Paylater," *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, vol. 3, no. 1, pp. 510–526, 2025.
- [15] D. Oktaviani and K. Keni, "Perilaku impulsive buying sebagai respons terhadap flash sale dan customer shopping experience: Peran moderasi self-control.," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, vol. 8, no. 2, pp. 472–486, 2024.
- [16] A. Fajri, P. Rahardjo, R. Dwiyaniti, and H. Herdian, "Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Impulsif Buying Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Purwokerto Dalam Pembelian Produk Kecantikan The Effect Of Self-Control On Impulsive Buying In Students Of Muhammadiyah Purwokerto University In Purchasing Beauty Produ," *PSIMPHONI*, vol. 4, no. 2, 2023.

