

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

7. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 30 Oktober sampai 12 November 2013 di Surabaya. Pada penelitian ini, peneliti dibantu oleh beberapa orang yang telah dipersiapkan oleh peneliti untuk memberikan angket kepada mahasiswa berusia 18 sampai 24 tahun. Pengambilan data dengan menyebarkan skala pada responden sejumlah 100 orang.

8. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan analisis dengan *Spearman Brown* dengan bantuan program komputer program *SPSS for Windows versi 16,0*. Diperoleh harga koefisien rho atau $\rho = - 0,784$ pada taraf signifikansi ($p = 0,000$ ($p < 0,01$)). Hal ini berarti ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan kecenderungan perilaku pembelian impulsif. Jadi hipotesis yang menyatakan ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan kecenderungan perilaku pembelian impulsif diterima atau terbukti.

Kesimpulannya kontrol diri memiliki hubungan dengan kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek. Dimana mahasiswa yang memiliki intensitas kontrol diri yang tinggi, akan memiliki kecenderungan perilaku pembelian impulsif yang rendah terhadap barang

bermerek.

9. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian sebagaimana diuraikan di atas, dapat dijelaskan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan "ada hubungan negatif kontrol diri dengan kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek", diterima.

Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini memiliki pengertian bahwa variabel kontrol diri mempengaruhi terjadinya kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek. Nilai korelasi negatif yang didapat dari hasil parsial antara variabel kontrol diri dan variabel kecenderungan perilaku pembelian impulsif menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki seseorang maka kecenderungan perilaku pembelian impulsif yang dilakukannya akan semakin rendah. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah kontrol diri seseorang maka akan semakin tinggi kecenderungan perilaku pembelian impulsif yang dilakukannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Baumeister (dalam Utami & Sumaryono, 2008) yang mengatakan bahwa pembeli mengalami kehilangan kontrol terhadap perilaku mereka sehingga kemudian menghasilkan kecenderungan perilaku pembelian impulsif yang berlebihan. Selain itu penelitian ini juga diperkuat oleh pendapat Rook yang mengatakan konsumen tiba-tiba mengalami efek positif ketika berhadapan dengan suatu produk sehingga muncul keinginan seketika untuk memilih produk tersebut sebagai akibat reaksi afektif tersebut. Hal ini serupa dengan pendapat Bayley dan

Nancarrow yang menyatakan proses pembuatan keputusan dilakukan secara cepat tanpa berpikir bijak sehingga pembeli kehilangan kontrol. Kontrol diri adalah perasaan bahwa seseorang dapat membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk menghasilkan akibat yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan (Sarafino dalam Utami & Sumaryono,2008). Dalam konteks ini, yang dimaksud dengan akibat adalah konsekuensi yang akan diperoleh subjek ketika melakukan kecenderungan perilaku pembelian impulsif. Implikasi dari kepemilikan kontrol diri pada mahasiswa akan terasa dalam proses pembuatan keputusan pembelian. Untuk mengatur proses ini, individu berusaha mencerna informasi mengenai suatu produk secara keseluruhan dengan melibatkan segi kognitif dan afektif secara bersamaan. Hal inilah yang tidak didapati pada kasus kecenderungan perilaku pembelian impulsif, seperti yang dinyatakan oleh Rook dan Hoch (dalam Utami dan Sumaryono,2008) yang menyebutkan bahwa salah satu karakteristik pembelian impulsif yang dilakukan individu adalah keinginan membeli yang disebabkan oleh ketidakseimbangan keadaan psikologis individu, disaat individu merasa di luar kontrol untuk sementara waktu.

Salah satu kegiatan berbelanja yang menjadi *trend* di kalangan mahasiswa saat ini adalah berbelanja barang bermerek. Bagi mahasiswa penampilan fisik merupakan prioritas utama yang menjadi perhatiannya, bahkan banyak yang hanya mau membeli produk fashion dengan merek tertentu saja yang harganya mahal , hanya untuk meningkatkan harga diri dan menambah kepercayaan

dirinya. Hal ini diperkuat oleh sejumlah penelitian telah menemukan bahwa penampilan fisik merupakan suatu kontributor yang sangat berpengaruh pada rasa percaya diri mahasiswa (Kusumaningtyas, dalam Pranoto dan Mahardayani,2010). Oleh karena itu, apabila mahasiswa dalam berbelanja lebih menitikberatkan atas dasar emosional semata, maka akan memicu mahasiswa melakukan pembelanjaan yang mengarah pada kecenderungan perilaku pembelian impulsif pada barang bermerek. Menurut Dick dan Basu menyatakan bahwa pembelian kembali akan semakin sering apabila mahasiswa memiliki perasaan positif yang sangat kuat terhadap merek (dalam Sukoco dan Hartawan,2011) yang melibatkan kondisi psikologis yang mengikat mahasiswa dengan merek (Kotler dan Keller dalam Sukoco dan Hartawan,2011) dan menguatkan komitmen untuk melakukan pembelian secara berulang(Oliver dalam Sukoco dan Hartawan,2011)

Oleh karena itu, seharusnya mahasiswa dapat menjadi lebih cerdas dengan menahan diri untuk tidak cenderung mempunyai perilaku pembelian impulsif. Mahasiswa dapat menghindarkan dirinya dari perilaku pembelian yang bersifat spontan dan tidak hanya melibatkan unsur kegembiraan serta kurang memikirkan konsekuensi yang diperolehnya pasca pembelian yang diakibatkan tidak adanya pengevaluasian keunggulan produk yang dibelinya. Mahasiswa tidak perlu merasa menyesal setelah melakukan transaksi pembelian apabila dia dengan kesadaran penuh merasa memiliki keterikatan dan kebutuhan akan suatu produk yang perencanaan pembelianya telah disusun dengan matang.

Penekanan kecenderungan perilaku pembelian impulsif adalah pada proses perencanaan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa sebelum membuat keputusan pembelian. Meskipun produk yang dibeli mahasiswa adalah produk karakteristik harga yang murah atau mahal, dan bermerek atau tidak, namun tidak melewati proses perencanaan terlebih dahulu, maka pembelian tersebut dikatakan sebagai kecenderungan perilaku pembelian impulsif.

Perencanaan pembelian yang tergesa-gesa akibat stimulus tertentu juga mendasari kecenderungan perilaku pembelian impulsif. Stimulus tersebut dapat berasal dari kelompok referensi, saran dari pramuniaga atau *sales promotion*, iklan, media massa, penataan *display* yang menarik, diskon yang besar, hadiah ketika membeli produk dan keunikan serta kemewahan produk itu sendiri sehingga pada akhirnya, menurut Kartajaya dkk (dalam Utami dan Sumaryono, 2008), mahasiswa pun akan menyerah karena di dalam dirinya telah terjadi *emotional connection* dan *emotional attachment* dengan produk tersebut. Disinilah kontrol diri diperlukan untuk melawan kuatnya stimulus eksternal yang melingkari mahasiswa. Dalam hal ini, Dholakia(dalam Utami dan Sumaryono,2008) menyebutkan bahwa berdasarkan pengalaman, *impulsive buying* tidak perlu menghasilkan perilaku. Mahasiswa dapat dan seringkali melakukan atau bahkan menolak konsumsi impulsif dengan sukses.

Adapun kelemahan tentang penelitian ini adalah saat penentuan subyek yaitu seperti karakteristik jenis kelamin, kemudian spesifikasi jenis merek yang belum muncul serta remaja khususnya mahasiswa yang diambil sebagai

sampel penelitian seharusnya yang berbelanja bukan hanya sekedar jalan-jalan di mall untuk mengetahui seberapa besar kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara Kontrol Diri dengan kecenderungan perilaku Pembelian Impulsif terhadap barang bermerek. Hasil analisa data menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara kedua variabel tersebut, dimana diperoleh harga koefisien rho sebesar $= - 0,784$ pada taraf signifikansi $(p) = 0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima, artinya kontrol diri mempengaruhi kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek. Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri memang berhubungan dengan kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek. Kurangnya kontrol diri memicu munculnya kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kontrol diri, maka semakin rendah pula kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti antara lain :

1. Bagi Mahasiswa

Agar berbelanja sesuai dengan kebutuhan bukan hanya atas dasar kesenangan semata sehingga tidak mengakibatkan pemborosan dalam hal finansial. Salah satu

cara alternatif yang bisa ditempuh oleh mahasiswa agar berbelanja sesuai kebutuhan yaitu dengan membuat daftar belanja terlebih dahulu dan lebih melakukan evaluasi terhadap barang yang akan dibeli sebelum melakukan pembelian, misalnya yaitu pertama, menilai barang dari segi kebutuhan dengan memprioritaskan membeli barang yang benar - benar dibutuhkan oleh mahasiswa, tidak hanya sekedar tertarik saja. Kedua, membeli barang berdasarkan kegunaannya yaitu membeli barang untuk dipakai segera bukan hanya disimpan semata. Adapun cara untuk meningkatkan kontrol diri untuk mencegah kecenderungan perilaku pembelian impulsif yaitu dengan tidak mudah terpengaruh dengan adanya diskon besar-besaran semata ataupun stimulus lainnya serta mampu berpikir logis tentang dampak yang diakibatkan oleh belanja yang berlebihan.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti yang berminat untuk mendalami kecenderungan perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa terhadap barang bermerek disarankan untuk menambah jumlah subyek agar mewakili populasi selain itu ditambah beberapa variabel seperti variabel jenis kelamin, *self concept*, *self esteem*. Selain itu tentang subyek penelitian mungkin bisa dibuat perbandingan antara siswa SMA dengan Mahasiswa untuk mengetahui seberapa tinggi kecenderungan perilaku pembelian impulsif terhadap barang bermerek. Disamping itu dalam pembuatan skala bagi peneliti selanjutnya yang berminat agar mencantumkan merek dalam skala sehingga jelas barang bermerek seperti apa yang menjadi acuan bagi koresponden.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, S.R (2011). Gambaran Perilaku Konsumtif Siswa - siswa Sekolah Menengah Atas “*International Islamic Boarding School Republic Of Indonesia*” (SMA IIBS RI). *Binus University Psychology Journal*, Jakarta
<http://eprints.binus.ac.id/23709/> diakses 13, Januari, 2014
- Akbar, A (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma
<http://repository.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/6152/1/jurnal.pdf> diakses 27, Januari, 2014
- Astasari, R.A & Sahrah, A (2009). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku membeli Impulsif pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologi Universitas Wangsa Manggala Yogyakarta*.
<http://fpsi.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2012/06/alin-insight6-ganti-impulsif-iyang-24feb.pdf> diakses 11, Januari, 2014
- Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gunawati, R & dkk (2006). Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Mahasiswa Dosen Pembimbing Utama Skripsi Dengan Stres Dalam Menyusun Skripsi Pada Mahasiswa Progam Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*. Vol 3, No.2. bln Desember
- Hadi, S (2000). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Pustaka
- Indraprasti, D & Rachmawati, A.M (2008). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Minum-Minuman Keras Pada Remaja Laki-Laki.
<http://repository.uii.ac.id/320/SK/I/0/00/000/000784/uu-skripsi-psikologi%20ke%20sehatan%20-%20kecanduan-indraprasti%20-%202004320092-4912848072-naska%20h%20publikasi.pdf> diakses 9, Januari, 2014
- Kaparang, M.O (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi (Studi pada siswa SMA Negeri 9, Manado). *Journal “Acta Diurna”*. Vol.II/No.2
- Kusumadewi, S & dkk (2012). Hubungan antara Dukungan Sosial Peer Group dan Kontrol Diri dengan Kepatuhan terhadap Peraturan pada Remaja Putri di Pondok Pesantren Modern Islam Assalam Sukoharjo.
<http://candrajiwa.psikologi.fk.uns.ac.id/index.php/candrajiwa/article/view/25> diakses 27, Januari, 2014

- Linda, N.R (2013). Profil Kontrol Diri Peserta Didik Dalam Belajar Di Kelas XI SMA Negeri 1 Rambatan Kabupaten Tanah Datar
<http://ejournal-s1.stkip-pgri-sumbar.ac.id/index.php/BK/article/view/576/567> diakses 27, Januari, 2014
- Muhid, A. Hubungan Antara *Self-Control* Dan *Self-Efficacy* Dengan Kecenderungan Perilaku Prokrastinasi Akademik Mahasiswa
<http://ejournal.unesa.ac.id/article/7886/75/article.pdf.com>. diakses 27, Januari, 2014
- Naomi, P & Mayasari, I (2008). Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Paramadina, Jakarta. Vol.9, No.2. bln Desember*
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian. Jakarta. Ghalia Indonesia*
- Nisfiannoor, M & Kartika, Y (2004). Hubungan Antara Regulasi Emosi Dan Penerimaan Kelompok Teman Sebaya Pada Remaja. *Jurnal Psikologi. Vol.2, No.2. bln Desember*
- Paramitasari, R & Alfian, N.I (2012). Hubungan Antara Kematangan Emosi Dengan Kecenderungan Memaafkan Pada Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan. Vol.1, No.2. bln Juni*
- Parma, A.S (2007). Hubungan Anantara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Dalam Pembelian Kosmetik Melalui Katalog Di SMA Negeri 1 Semarang. <http://eprints.undip.ac.id/10358/1/intisari.pdf> diakses 27, Januari, 2014
- Pranoto, W & Mahardayani, H.I (2010). Perilaku Konsumen Remaja menggunakan Produk Fashion bermerek ditinjau dari Keperayaan Diri. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus, Vol.1, No.1. bln Desember*
- Prapriani, S (2013). Pengaruh kontrol diri terhadap agresivitas remaja dalam menghadapi konflik sebaya dan pemaknaan gender. *Jurnal Sains Dan Praktik Psikologi. Vol.1, No.1. bln Januari*
- Purwadi. (2004). Proses Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Humanitas : Indonesian Psychological Journal Vol.1 No.1. bln Januari*
- Rizky, A & Pantawis, S (2011). Pengaruh Citra Dan Sikap Merek Terhadap Ekuitas Merek (Studi pada Pasar Handphone Nokia di Kota Semarang). *Dinamika Sosial Ekonomi, Vol. 7, No.2. bln November*
- Rohman, F (2009). Peran Nilai Hedonik Konsumsi dan Reaksi Impulsif sebagai Mediasi Pengaruh Faktor Situasional terhadap Keputusan Pembelian Impulsif

- di Butik Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol.7, No.2. bln Mei.
- Semuel, H (2006). Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen *Online* dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 8, No.2. bln September
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukoco, M.B & Hartawan, A.R (2011). Pengaruh Pengalaman Dan Keterikatan Emosional Pada Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Vol 4, No.3. bln Desember
- Sulistiyawati, P (2009). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kota Semarang.
http://eprints.undip.ac.id/26500/1/Jurnal_Fix.pdf diakses 20, Januari, 2014
- Suwarti, (2002). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Seksual Remaja Ditinjau Dari Jenis Kelamin Pada Siswa SMA Di Purwokerto
<http://jurnal.ump.ac.id/index.php/sainteks/article/view/44/42> diakses 27, Januari, 2014
- Utami, F.A & Sumaryono (2008). Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Remaja. *Jurnal Psikologi Proyeksi*. Vol 3, No.1. bln Februari
- Widawati, L (2011). Analisis Perilaku “*Impulse Buying*” dan “*Locus of Control*” pada Konsumen di Carrefour Bandung. *Jurnal Psikologi Universitas Islam, Bandung*, Vol.17, No.2. bln Mei
- Widiana, S.H & dkk (2004). Kontrol Diri dan Kecenderungan Kecanduan Internet. *Indonesian Psychological Journal*. Vol.1, No.1. bln Januari
- Yistiani, M.N & dkk (2012). Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari *Departement Store* Duta Plaza di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, Vol.6, No.2. bln Agustus.
- <http://www.beritateknologi.com/handphone-blackberry-masih-menjadi-handphone-terpopuler-di-indonesia/>
- <http://www.damandiri.or.id/file/mnurgufrofronugmbab2.pdf>.
- <http://lifestyle.kompasiana.com/urban/2011/04/11/fenomena-penyebaran>

blackberry-di-kalangan-mahasiswa/

<http://www.ml.scribd/doc/57913906/perilaku-konsumtif-tambahan.com>

<http://nra402.wordpress.com/2007/12/28/gaya-hidup>

[http://www.psychologymania.com/2013/04/perkembangan-kontrol diri.html](http://www.psychologymania.com/2013/04/perkembangan-kontrol-diri.html).

SKALA 1

Jenis Kelamin :
Usia :

Pengisian kuisioner ini sifatnya sangat dijaga benar-benar kerahasiaannya dan semata-mata untuk tujuan ilmiah. Jawaban yang anda berikan sifatnya bukan benar atau salah, melainkan sesuai dengan apa adanya Diri Anda.

Berilah tanda *centang* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan Diri Anda !

**SS (Sangat Setuju); S (Setuju); R (Ragu-ragu); TS (Tidak Setuju);
STS (Sangat Tidak Setuju)**

No	Pernyataan	SS	S	R	TS
1	Saya membuat daftar belanja sehingga saya tidak akan terpengaruh untuk membeli barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan saya				
2	Saya tidak mudah membeli barang bermerek meskipun sedang ada diskon besar-besaran.				
3	Meskipun ada <i>event Surabaya Fashion Festival</i> , saya lebih memilih tidak datang agar uang saya tidak habis hanya untuk belanja				
4	Menurut saya di satu sisi, diskon barang bermerek di mall menguntungkan bagi banyak orang sedangkan, disisi lain memicu orang menjadi konsumtif				
5	Saya berbelanja barang bermerek hanya karena barang bermerek yang saya punya sudah rusak.				
6	Membawa daftar belanjaan ketika berbelanja tidak menjamin saya tidak membeli barang-barang di luar daftar tersebut				
7	Diskon barang bermerek membuat saya tergoda untuk membelinya				
8	<i>Event Surabaya Fashion Festival</i> merupakan event yang tepat bagi saya untuk berbelanja produk bermerek yang murah				
9	Menurut saya adanya diskon barang bermerek di Mall, tidak selalu menjadi sebab orang berbelanja berlebihan				
10	Belanja barang bermerek merupakan suatu kebutuhan yang sudah menjadi bagian dari diri saya, Meskipun sedang tidak memiliki uang				
11	Saya akan menabung jika menginginkan membeli barang merek tertentu yang harganya mahal				
12	Saya tidak terpengaruh ajakan teman-teman untuk belanja barang bermerek, meskipun barang tersebut <i>limited edition</i> (edisi terbatas)				
13	Saya mempertimbangkan baik-baik sebelum mengunjungi <i>event Surabaya Hot Sale</i> agar tidak membuat saya berbelanja secara				

	kelewat batas				
14	Bazar murah produk bermerek menurut saya cukup efektif untuk membantu kalangan menengah ke bawah memiliki produk bermerek dengan harga lebih terjangkau				
No	Pernyataan	SS	S	R	TS
15	Saya memutuskan membeli barang bermerek bukan karena produk tersebut mewah saja, tapi memang barang tersebut memiliki kualitas yang sangat baik				
16	Ketika saya menginginkan membeli barang bermerek, saya mengambil uang tabungan				
17	Saya tidak mau ketinggalan teman-teman belanja barang bermerek terutama jika barang tersebut <i>limited edition</i> (edisi terbatas)				
18	<i>Event Surabaya Hot Sale</i> mendorong membuat saya berbelanja banyak, karena banyak diskon yang ditawarkan				
19	Menurut saya, tanpa faktor bazar bermerek pun, seseorang bisa terpicu berbelanja secara berlebihan. semua hal tersebut tergantung kontrol diri masing-masing individu.				
20	Karena barang bermerek itu membuat saya kelihatan lebih keren, maka saya membelinya				
21	Saya tidak hutang uang pada teman hanya untuk sekedar membeli barang bermerek yang sangat saya inginkan				
22	Meski barang yang saya inginkan sedang "trend", saya tidak serta-merta membelinya				
23	Saya mampu menolak ajakan kakak untuk belanja, meskipun ada <i>midnight sale</i> barang bermerek secara besar-besaran				
24	Bagi saya berbelanja produk bermerek secara online, mampu mempermudah konsumen untuk mendapatkan barang bermerek tanpa harus datang langsung.				
25	Masih ada bentuk investasi yang lebih baik lagi, selain mengoleksi barang bermerek				
26	Saya rela mencari pinjaman uang pada teman untuk belanja barang bermerek				
27	Saya membeli baju bermerek yang sedang "trend", Meskipun harus menguras tabungan saya				
28	<i>Midnight sale</i> barang bermerek secara besar-besaran membuat saya rela berdesak-desakan memburu barang-barang mewah dengan diskon besar				
29	Belanja produk bermerek secara <i>online</i> , Menurut saya kurang efektif karena tidak bisa mengetahui langsung kondisi barang yang akan dibeli				
30	Belanja barang bermerek bukan ketika saya membutuhkan tapi, merupakan bentuk investasi yang menguntungkan bagi saya				
31	Saya tidak menggunakan uang pembayaran SPP hanya untuk				

	membeli barang bermerek yang saya inginkan ketika berbelanja				
32	Saya tidak mudah tergoda belanja pakaian bermerek meskipun pakaian tersebut membuat saya merasa lebih percaya diri				
33	Meskipun ada bazar murah produk bermerek, saya tidak tergiur untuk mendatanginya karena hanya menghabiskan uang saya saja.				
34	Di satu sisi, menurut saya, penyewaan tas bermerek mampu mempermudah orang untuk mendapatkan tas bermerek tanpa harus membelinya secara langsung.				
No	Pernyataan	SS	S	R	TS
35	Saya membeli sepatu bermerek, karena saya membutuhkan sepatu baru yang lebih tahan lama.				
36	Saya meminjam uang pembayaran SPP untuk membeli barang bermerek yang saya inginkan sebelum kehabisan				
37	Belanja pakaian bermerek membuat saya merasa lebih percaya diri				
38	Saya rela meluangkan waktu berbelanja di bazar murah produk bermerek				
39	Menurut saya, menyewa jasa rental tas bermerek memiliki resiko tinggi apabila tas tersebut rusak, sehingga penyewa harus menggantinya				
40	Meskipun saya sudah memiliki beberapa model sepatu bermerek di rumah, tapi saya tetap membelinya lagi jika ingin				
41	Pada saat berbelanja, saya mempertimbangkan dampaknya ketika saya mengeluarkan uang hanya untuk membeli barang bermerek.				
42	Desain produk yang unik dan mewah tidak membuat saya untuk langsung membeli produk tersebut				
43	Saya kurang antusias terhadap <i>event</i> Gebyar barang bermerek dengan berbagai macam diskon karena secara tidak langsung membuat saya tergiur belanja				
44	Menurut saya, di satu sisi mengoleksi barang bermerek mampu menguntungkan individu untuk memuaskan kebutuhannya sedangkan di sisi lain, berarti membeli tanpa memikirkan dulu kebutuhannya				
45	Saya berbelanja barang bermerek karena saya memiliki uang yang cukup untuk membelinya				
46	Saya langsung membeli barang bermerek tanpa pertimbangan apapun.				
47	Saya tergoda untuk membeli desain produk unik dan mewah				
48	Diskon barang bermerek di <i>event</i> Gebyar barang bermerek membuat saya bersemangat sekali untuk berbelanja kesana.				
49	Saya pikir, koleksi barang bermerek hendaknya disesuaikan dengan uang yang dimiliki sehingga tidak terjadi besar pengeluaran daripada pendapatan yang dimiliki.				
50	Saya membeli produk bermerek karena warnanya terlihat berbeda				

	dari barang-barang lainnya.				
--	-----------------------------	--	--	--	--

Atas kesediaan dan partisipasi anda , kami ucapkan terima kasih ☺

SKALA 2

Jenis Kelamin :

2

Usia :

Pengisian kuisioner ini sifatnya sangat dijaga benar-benar kerahasiaannya. Jawaban yang anda berikan sifatnya bukan benar atau salah, melainkan sesuai dengan apa adanya Diri Anda.

Berilah tanda checklist (v) pada jawaban yang sesuai dengan Diri Anda !
SS (Sangat Setuju); S (Setujuh); R (Ragu-ragu); TS (Tidak Setujuh);
STS (Sangat Tidak Setujuh)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS
1	Ketika saya melihat barang bermerek pada saat berbelanja, saya langsung membelinya tanpa berpikir panjang				
2	Barang yang terpajang di toko membuat saya sulit menolak untuk membelinya, sampai- sampai saya rela berebutan dengan teman saya				
3	Saya rela berpuasa sehari- hari untuk mengurangi uang jajan saya, demi mendapatkan barang bermerek yang saya inginkan.				
4	Saya tetap membeli barang bermerek meskipun orang tua saya marah				
5	Butuh pertimbangan yang matang ketika saya berbelanja barang baik bermerek atau tidak				
6	Saya sudah lupa dengan barang-barang yang saya lihat di etalase toko semalam karena tidak memikirkannya lagi.				
7	Selalu ada cara yang lain untuk mendapatkan barang bermerek tanpa harus menyiksa diri sendiri				
8	Agar orang tua tidak marah, saya mengurangi kesenangan saya belanja barang bermerek				
9	Meski tujuan semula hanya jalan-jalan, jika kebetulan saya melihat barang favorit saya, langsung saya beli				
10	Sepulang berbelanja, saya selalu teringat dan ingin sekali membeli barang bermerek yang terpajang di rak toko, sampai terbawa dalam mimpi saya				
11	Begitu besar keinginan saya untuk mendapatkan barang				

	bermerek, sehingga tidak peduli dalam kondisi cuaca apapun, saya rela menerjangnya untuk mendapatkannya saat itu juga				
12	Saya tidak peduli akan ancaman orang tua untuk mengurangi uang jajan saya akibat saya suka berbelanja berlebihan				
13	Saya memikirkan dampak negatif terhadap keuangan saya sebelum berbelanja barang bermerek				
14	Saya harus objektif dengan kemampuan keuangan saya, sebelum memutuskan membeli barang				
15	Masih ada kesempatan lain waktu untuk mendapatkan barang bermerek, tanpa harus memaksakan diri pergi ke Mall di saat cuaca hujan				
16	Saya menghemat belanja barang bermerek karena orang tua mengancam akan berhenti memberi uang jajan				
17	Ketika saya stress, saya selalu membeli barang bermerek yang saya lihat pada saat berbelanja sebagai bentuk pemuasan				
18	Begitu saya melihat barang bermerek saat berbelanja di pagi hari, membuat saya kembali ke toko siang hari itu juga untuk membelinya				
No	Pernyataan	SS	S	R	TS
19	Saya selalu semangat mengerjakan pekerjaan apapun untuk mengumpulkan uang demi membeli barang bermerek				
20	Semakin orang tua melarang saya membeli barang bermerek, saya semakin terdorong belanja barang bermerek				
21	Menghilangkan stres dengan cara berbelanja barang bermerek hanya merugikan saya saja.				
22	Saya tidak begitu mengharuskan diri saya untuk membeli barang bermerek meskipun harganya murah				
23	Saya selalu berpikir objektif dan tidak memaksakan kehendak untuk mendapatkan barang bermerek yang saya inginkan				
24	Saya mengikuti saran orang tua untuk tidak belanja barang bermerek				
25	Begitu melihat merek yang saya sukai, seketika itu juga saya langsung membelinya, tak peduli semahal apapun harganya				
26	Disaat bersamaan ada acara penting dengan keluarga dan kerabat, saya lebih memilih tidak datang untuk belanja bermerek karena barang tersebut sangat terbatas dan eksklusif				
27	Selalu ada kata " harus membeli barang bermerek" dalam diri saya sehingga entah bagaimana caranya saya harus membeli barang tersebut				
28	Meskipun ayah saya memblokir kartu kredit saya, saya tidak peduli karena saya masih bisa berbelanja barang bermerek dengan uang tabungan saya				
29	Saya mempertimbangkan barang yang saya beli berdasarkan tingkat kebutuhannya bagi saya				

30	Bagaimanapun keadaannya, saya lebih memprioritaskan kebutuhan keluarga daripada hanya sekedar memburu barang bermerek.				
31	Saya tidak mengharuskan diri saya selalu membeli barang bermerek, ketika kondisi keuangan tidak memungkinkan				
32	Saya mengikuti anjuran orang tua saya, agar menggunakan kartu kredit sesuai kebutuhan bukan untuk belanja barang bermerek secara berlebihan				
33	Ketika saya melihat barang bermerek dengan model yang saya sukai, maka seketika itu saya membeli barang tersebut.				
34	Saya lebih memilih bolos kuliah untuk belanja barang bermerek karena barang yang saya lihat kemarin di toko begitu bagus				
35	Meskipun kondisi hujan sangat lebat, saya rela berangkat demi mendapatkan barang bermerek yang saya sukai di Mall				
36	Walaupun orang tua saya sangat ketat mengawasi pengeluaran keuangan saya dalam berbelanja bermerek, saya tetap tergila-gila belanja barang bermerek				
37	Butuh pertimbangan yang matang membeli produk bermerek yang mahal meskipun saya tahu barang tersebut sangat saya sukai				
38	Tidak perlu mengorbankan jadwal kuliah hanya untuk mengejar event diskon barang bermerek di Mall				
39	Ketika sedang sakit, saya tidak memaksakan diri untuk mengejar event diskon barang bermerek di Mall				
40	Saya bisa menerima sikap orang tua yang mengawasi pengeluaran keuangan saya				

VALIDITAS DAN RELIABILITAS SKALA SELF CONTROL

[DataSet0] C:\Documents and Settings\My Documents\angga kontrol diri.sav

Scale: kontrol diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
I1	166.44	395.804	.126	.891
I2	166.75	382.674	.429	.886
I3	166.51	388.919	.313	.888
I4	166.13	394.235	.218	.889
I5	166.62	408.703	-.157	.895
I6	167.79	395.339	.161	.890
I7	167.56	382.229	.437	.886
I8	167.28	378.365	.522	.885
I9	166.75	382.674	.429	.886
I10	166.52	376.212	.509	.885
I11	166.13	402.134	-.013	.893
I12	166.12	384.228	.467	.886
I13	166.12	384.066	.548	.885
I14	166.09	402.426	-.013	.892
I15	165.78	403.992	-.059	.892
I16	167.32	388.907	.297	.888

I17	166.38	367.248	.793	.881
I18	166.71	377.501	.608	.884
I19	168.14	411.839	-.281	.895
I20	166.87	376.134	.561	.884
I21	165.92	387.792	.334	.888
I22	166.09	385.396	.516	.886
I23	166.45	379.078	.617	.884
I24	166.66	406.065	-.103	.894
I25	165.88	385.844	.531	.886
I26	165.99	372.717	.656	.883
I27	166.28	368.749	.720	.882
I28	166.44	379.501	.571	.885
I29	167.80	405.515	-.095	.893
I30	166.92	386.297	.450	.886
I31	165.94	381.532	.488	.886
I32	166.30	382.899	.579	.885
I33	166.35	387.503	.418	.887
I34	166.96	406.968	-.135	.894
I35	165.90	406.010	-.114	.893
I36	166.08	371.812	.638	.883
I37	167.21	383.097	.459	.886
I38	167.21	373.743	.714	.883
I39	167.82	407.543	-.146	.894
I40	167.04	374.685	.597	.884
I41	166.08	388.559	.499	.886
I42	166.36	386.879	.441	.887
I43	166.41	386.265	.449	.886
I44	166.58	399.478	.065	.891
I45	166.34	416.530	-.395	.896
I46	166.42	369.943	.701	.882
I47	166.73	377.795	.552	.885
I48	166.86	377.738	.621	.884
I49	166.75	382.674	.429	.886
I50	167.20	378.343	.519	.885

VALIDITAS DAN RELIABILITAS SKALA SELF CONTROL

[DataSet0] C:\Documents and Setting\My Documents\angga kontrol diri.sav

Scale: kontrol diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0

Total	100	100.0
-------	-----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
I2	117.63	413.448	.396	.940
I3	117.39	419.311	.293	.941
I7	118.44	410.431	.462	.940
I8	118.16	404.560	.589	.938
I9	117.63	413.448	.396	.940
I10	117.40	402.768	.561	.939
I12	117.00	413.455	.470	.939
I13	117.00	414.505	.515	.939
I16	118.20	416.889	.333	.941
I17	117.26	394.235	.834	.936
I18	117.59	405.214	.643	.938
I20	117.75	402.472	.622	.938
I21	116.80	417.131	.338	.941
I22	116.97	415.080	.508	.939
I23	117.33	410.304	.562	.939

I25	116.76	415.841	.512	.939
I26	116.87	400.134	.691	.937
I27	117.16	396.095	.752	.937
I28	117.32	406.725	.622	.938
I30	117.80	414.485	.486	.939
I31	116.82	410.412	.498	.939
I32	117.18	411.927	.588	.939
I33	117.23	418.138	.385	.940
I36	116.96	399.069	.674	.937
I37	118.09	409.315	.535	.939
I38	118.09	402.426	.721	.937
I40	117.92	402.256	.629	.938
I41	116.96	418.099	.498	.939
I42	117.24	416.972	.423	.940
I43	117.29	418.208	.379	.940
I46	117.30	396.414	.754	.937
I47	117.61	404.301	.613	.938
I48	117.74	404.598	.680	.938
I49	117.63	413.448	.396	.940
I50	118.08	404.943	.577	.938

VALIDITAS DAN RELIABILITAS SKALA IMPULSIVE BUYING

[DataSet1] C:\Documents and Settings\My Documents\angga impulsive buying.sav

Scale: impulsive buying

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	40

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
I1	91.49	507.343	.819	.943
I2	91.63	514.619	.780	.944
I3	91.46	526.655	.534	.946
I4	91.49	522.899	.604	.945
I5	91.91	541.295	.380	.946
I6	91.47	540.797	.369	.947
I7	92.13	549.165	.211	.947
I8	91.77	544.078	.310	.947
I9	90.69	534.155	.441	.946
I10	91.30	523.828	.614	.945
I11	91.57	517.076	.674	.944
I12	91.65	518.452	.670	.944
I13	92.06	535.714	.588	.945
I14	92.15	538.311	.535	.946
I15	92.15	536.331	.490	.946
I16	91.42	552.347	.083	.949
I17	91.41	518.648	.653	.945
I18	91.32	520.967	.632	.945
I19	90.67	527.294	.628	.945
I20	91.53	517.019	.737	.944
I21	91.61	537.493	.371	.947
I22	91.69	541.590	.369	.947
I23	92.03	541.565	.482	.946
I24	91.59	543.881	.300	.947
I25	91.51	511.848	.790	.943
I26	91.64	530.132	.521	.946
I27	91.57	513.581	.792	.943
I28	91.53	521.706	.645	.945
I29	92.12	536.046	.562	.945
I30	92.09	538.366	.518	.946
I31	92.12	536.410	.561	.945
I32	92.02	539.091	.405	.946
I33	91.12	522.551	.628	.945
I34	91.77	519.856	.690	.944
I35	91.86	520.223	.697	.944
I36	91.55	512.694	.763	.944
I37	92.15	547.583	.266	.947
I38	92.17	535.981	.564	.945
I39	92.00	541.293	.363	.947
I40	92.15	548.755	.198	.947

VALIDITAS DAN RELIABILITAS SKALA IMPULSIVE BUYING

[DataSet1] C:\Documents and Settings\My Documents\angga impulsive buying.sav

Scale: impulsive buying

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	36

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
I1	83.18	477.159	.823	.947
I2	83.32	483.977	.789	.947
I3	83.15	496.088	.534	.950
I4	83.18	491.563	.621	.949
I5	83.60	510.687	.371	.951
I6	83.16	510.560	.351	.951
I8	83.46	514.029	.285	.951
I9	82.38	502.521	.460	.950
I10	82.99	492.899	.623	.949
I11	83.26	485.689	.695	.948
I12	83.34	487.520	.682	.948
I13	83.75	505.280	.577	.949
I14	83.84	508.196	.512	.950
I15	83.84	506.479	.465	.950
I17	83.10	487.667	.666	.949
I18	83.01	490.050	.642	.949
I19	82.36	496.354	.637	.949
I20	83.22	486.133	.749	.948

I21	83.30	506.495	.373	.951
I22	83.38	511.006	.359	.951
I23	83.72	510.769	.476	.950
I24	83.28	513.416	.285	.951
I25	83.20	481.152	.801	.947
I26	83.33	499.577	.519	.950
I27	83.26	483.002	.800	.947
I28	83.22	490.860	.654	.949
I29	83.81	505.489	.555	.949
I30	83.78	508.012	.503	.950
I31	83.81	505.873	.553	.950
I32	83.71	508.814	.390	.950
I33	82.81	491.489	.641	.949
I34	83.46	489.039	.700	.948
I35	83.55	489.563	.704	.948
I36	83.24	482.043	.773	.948
I38	83.86	505.899	.543	.950
I39	83.69	511.186	.342	.951

UJI LINEARITAS

[DataSet2] C:\Documents and Settings\My Documents\data angga.sav

Case Processing Summary

	Cases				
	Included		Excluded		Total
	N	Percent	N	Percent	N

Case Processing Summary

	Cases				
	Included		Excluded		Total
	N	Percent	N	Percent	N
impulsive_buying * kontrol_diri	100	100.0%	0	.0%	100

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
impulsive_buying *	Between	(Combined)	44149.577	52	849.030	5.031	.000
kontrol_diri	Groups	Linearity	34994.695	1	34994.695	207.353	.000
		Deviation from Linearity	9154.882	51	179.507	1.064	.417
	Within Groups		7932.133	47	168.769		
	Total		52081.710	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
impulsive_buying * kontrol_diri	-.820	.672	.921	.848

UJI NORMALITAS

[DataSet2] C:\Documents and Settings\My Documents\data angka.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
impulsive_buying	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%
kontrol_diri	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
impulsive_buying	.112	100	.004	.962	100	.006
kontrol_diri	.090	100	.044	.980	100	.144

a. Lilliefors Significance Correction

UJI KORELASI PEARSON

[DataSet2] C:\Documents and Settings\My Documents\data angka.sav

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
impulsive_buying	85.73	22.936	100
kontrol_diri	120.90	20.802	100

Correlations

		impulsive_buying	kontrol_diri
Pearson Correlation	impulsive_buying	1.000	-.820
	kontrol_diri	-.820	1.000
Sig. (1-tailed)	impulsive_buying	.	.000
	kontrol_diri	.000	.

N	impulsive_buying	100	100
	kontrol_diri	100	100

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kontrol_diri ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: impulsive_buying

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.820 ^a	.672	.669	13.204	1.885

a. Predictors: (Constant), kontrol_diri

b. Dependent Variable: impulsive_buying

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34994.695	1	34994.695	200.707	.000 ^a
	Residual	17087.015	98	174.357		
	Total	52081.710	99			

a. Predictors: (Constant), kontrol_diri

b. Dependent Variable: impulsive_buying

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	--------------

	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	195.002	7.825		24.919	.000			
kontrol_diri	-.904	.064	-.820	-14.167	.000	-.820	-.820	-.820

a. Dependent Variable:

impulsive_buying

INTERPRETASI (angka)

A. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS SKALA

1. SKALA kontrol diri

Item yang gugur 15 yakni nomer 1,4,5,6,11,14,15,16,24,29,34,35,39,44 dan 45

Item yang valid 35 (item semula 50)

Item dinyatakan memiliki daya beda /valid pada $p \geq 0,3$

Reliabilitas pada Alpha Cronbach 0,940 > 0,800 berarti reliabel

2. SKALA impulsive buying

Item yang gugur 4, yakni nomer 7,16,37 dan 40

Item yang valid 36 (item semula 40)

Item dinyatakan memiliki daya beda /valid pada $p \geq 0,30$

Reliabilitas pada Alpha Cronbach 0,951 > 0,800 berarti reliable

B. UJI ASUMSI

1. LINEARITAS

1) Hubungan kontrol diri dengan impulsive buying

Berdasarkan hasil korelasi antara variabel kontrol diri dengan impulsive buying diperoleh $F = 207,353$, dengan $p = 0.000$, karena signifikansinya < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kontrol diri dengan impulsive buying terdapat hubungan yang **Linear**.

2. NORMALITAS

1) Skala impulsive buying

Untuk menguji normalitas skala impulsive buying digunakan Teknik Kolmogorov-Smirnov. Hasil yang diperoleh bahwa skala impulsive buying dinyatakan tidak normal ($p = 0,004 < 0,05$).

2). Skala kontrol diri

Untuk menguji normalitas skala kontrol diri digunakan. Teknik Kolmogorov-Smirnov. Hasil yang diperoleh bahwa skala kontrol diri dinyatakan tidak normal ($p = 0,044 < 0,05$).

C. Analisis Korelasi

1) Berdasar hasil uji statistik Pearson Correlation, diperoleh $r = - 0,820$ dengan $p = 0,000 < 0,05$. Ini berarti ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan impulsive buying. Jadi hipotesis yang menyatakan ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan impulsive buying diterima/terbukti.

