

## Kesadaran akan Dampak Kontrol Diri Terhadap *Impulsive Buying* Pada Penggemar Kpop

**Bintartiara Aqshafa**

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945

**Andik Matulesy**

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945

**Amherstia Pasca Rina**

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945

E-mail : [andikmatulesy@untag.ac.id](mailto:andikmatulesy@untag.ac.id)

### **Abstract**

*This research was conducted with the aim of knowing the relationship between self-control and impulsive buying in young kpopers. K-pop fans, also known as Kpopers, are very loyal in supporting their idols. One way kpopers usually do is to buy various merchandise such as albums, light sticks, photo books, photo cards, and others. This research was conducted by distributing questionnaires with 141 young k-popers respondents with age criteria of 18-25 years, active students of Untag Surabaya, and k-popers. The sampling technique uses incidental sampling technique. The analysis process uses the Spearman's Rho correlation which shows a significant negative correlation between self-control and impulsive buying in young kpopers. The higher the level of self-control, the lower the impulsive buying of young kpopers. Conversely, the lower the self-control, the higher the impulsive buying.*

**Keywords:** *Impulsive buying ; Self control ; Teenager*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada remaja *kpopers*. Penggemar *K-pop* atau yang dikenal dengan *Kpopers* yang mana sangat loyal dalam mendukung idolanya. Salah satu cara yang biasa dilakukan *kpopers* adalah dengan membeli berbagai *merchandise* seperti *album*, *lightstick*, *photobook*, *photocard*, dan lain-lain. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan responden sejumlah 141 remaja *kpopers* dengan kriteria usia 18-25 tahun, mahasiswa aktif Untag Surabaya, dan *kpopers*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *incidental sampling*. Proses analisis menggunakan korelasi *spearman's rho* yang menunjukkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara kontrol diri dan *impulsive buying* pada remaja *kpopers*. Semakin tinggi tingkat kontrol diri maka semakin rendah *impulsive buying* nya pada remaja *kpopers*. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi *impulsive buying* nya.

**Kata kunci:** *Pembelian impulsif ; Kontrol diri ; Remaja*

### **Pendahuluan**

Keperluan akan hiburan cukup penting dan menjadi salah satu kebutuhan yang perlu dipenuhi selain kebutuhan pokok. Bentuk hiburan semakin beragam dan salah satunya dengan mengidolakan artis kpop. Pembelian *merchandise* merupakan hal yang wajar dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, namun ada beberapa penggemar yang tidak bisa mengontrol aktivitas pembeliannya (Asrizal, 2018). Remaja *kpopers* memiliki cara tersendiri untuk memenuhi kebutuhan mereka, yakni: ada yang berdasarkan hati nurani, hasutan teman dan hanya iseng.

Pengidolaan ini sering menjadi referensi yang bisa memberikan sumber identifikasi bagi para penggemarnya. Remaja memiliki kapasitas yang besar untuk mengkonsumsi, karena remaja cenderung menjadi pusat tren. Remaja merupakan target utama perusahaan dan pemasar karena mereka memiliki daya beli dan keinginan yang tinggi untuk memiliki *merchandise*. Perbuatan identifikasi terhadap remaja *kpopers* ini yang seringkali membentuk

suatu gaya hidup mereka sendiri yang cenderung konsumtif dan suka mencoba hal-hal baru. Mereka terus berusaha untuk membeli produk-produk terbaru dari idolanya. Fenomena ini berkaitan dengan lingkungan kampus disesuaikan dengan remaja, begitu juga dengan keragaman sosial dan budaya.

Remaja yang menggemari Kpop sering membeli *merchandise* dari idolanya tanpa memikirkan konsekuensi di masa mendatang. Perilaku ini biasa disebut dengan *impulsive buying*. Perilaku *impulsive buying* sering terjadi pada remaja. *Impulsive buying* merupakan fenomena sehari-hari yang dilakukan secara pasif oleh pria dan wanita. Menurut Winawan dan Yasa (2014) pria dan wanita sama-sama rentan terhadap *impulsive buying*. *Impulsive buying* merupakan perilaku yang mana konsumen melakukan pembelian yang tidak terencana atau di luar niat awal mereka. Hal ini terjadi ketika konsumen merasakan dorongan yang kuat dan mendadak untuk membeli suatu produk atau objek, tanpa pertimbangan yang matang atau perencanaan sebelumnya (Rook, 1987).

Menurut Loudon & Bitta (1993) mengatakan *impulsive buying* mengacu pada tindakan pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan atau pertimbangan yang matang sebelumnya. Hal ini terjadi ketika seseorang secara tiba-tiba tergoda untuk membeli suatu produk tanpa mempertimbangkan konsekuensi atau kebutuhan sebenarnya. *Impulsive buying* adalah jenis perilaku individu yang tercermin dalam pembelian konsumen tanpa perencanaan yang matang. *Impulsive buying* adalah sesuatu yang menggerakkan pelanggan potensial untuk bertindak karena mereka memicu gairah. Atraksi ini berkaitan dengan barang-barang menarik seperti *merchandise* yang mengarahkan seseorang ingin melakukan pembelian.

Hawkins, Mothersbaugh, & Roger (2007) mengemukakan bahwa kegiatan pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya dan dipicu oleh dorongan emosional atau naluri mendadak. *Impulsive buying*, biasa disebut dengan pembelian impulsif yang terjadi sebagai akibat dari keinginan yang tiba-tiba tanpa pertimbangan kemungkinan konsekuensi dari pembelian tersebut. Tinarbuko (2006) menyatakan efek atau konsekuensi negatif dari *impulsive buying* termasuk pengeluaran yang meningkat, perasaan kenyang terkait masalah keuangan, dorongan belanja non-finansial, dan perasaan frustrasi karena pembelian yang berlebihan.

Kontrol diri dianggap dapat mempengaruhi *impulsive buying*. Fenomena tersebut terjadi dikarenakan rendahnya kontrol diri para remaja dalam perilaku pembelian sehingga terjadinya *impulsive buying*. Untuk menghindari *impulsive buying*, para remaja harus menekankan sistem pengendalian internal pada dirinya yang disebut kontrol diri. Menurut Chaplin (2006) kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan dan mengatur diri sendiri dalam menghadapi dorongan, impuls, atau tingkah laku yang mungkin tidak diinginkan atau merugikan dalam jangka panjang. Kontrol diri merupakan salah satu sifat kepribadian yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi atau pembelian seseorang. Ghufroon & Rini (2011) menjelaskan kontrol diri melibatkan kemampuan seseorang untuk mengatur dan mengendalikan perilaku mereka guna mencapai tujuan jangka panjang, meskipun mungkin menghadapi godaan atau tantangan sepanjang jalan.

Kontrol diri ini berfungsi sebagai kemampuan untuk menunda gratifikasi atau mengendalikan keinginan yang mungkin bertentangan dengan nilai-nilai atau kepentingan jangka panjang. Oleh karena itu dalam memenuhi kebutuhannya khususnya dalam perilaku konsumsinya remaja akan berperilaku sesuai dengan kontrol diri. Menurut beberapa pandangan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk mengendalikan perilaku agar dapat bertransisi dari situasi emosi dan sosial yang negatif ke situasi yang positif dan terkendali sehingga mempengaruhi *impulsive buying*.

Fenomena para remaja yang membeli *merchandise* tanpa melihat kebutuhan wajib dan tidak dapat mengontrol dirinya menimbulkan dampak buruk merugikan dirinya sendiri dan orang lain, berupa sering meminta uang saku untuk membayar uang pendidikan namun dipergunakan untuk membeli *merchandise* idola nya, meminjam uang kepada teman ataupun pinjaman *online* dengan jumlah banyak hanya untuk membeli *merchandise* idola nya.

Sesuai dengan penelitian terdahulu, remaja dengan sifat labil dan tidak sulit dipengaruhi seringkali menjadi sasaran pasar produk industri yang menimbulkan *impulsive buying*. Remaja yang memiliki kontrol diri yang tinggi cenderung memperhatikan cara-cara yang sesuai untuk bertindak dalam situasi yang bervariasi. Kontrol diri yang baik penting untuk menjaga keseimbangan dalam hubungan sosial, menumbuhkan rasa empati, dan mencegah perilaku impulsif atau agresif yang dapat menyebabkan kerugian, ini juga merupakan aspek penting dalam pengembangan pribadi dan pertumbuhan yang sehat.

## Metode

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian korelasional. Desain penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji signifikansi perbedaan antara kelompok atau hubungan antara variabel yang diteliti (Azwar, 2013). Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara variabel bebas yaitu kontrol diri dan variabel terikat yaitu *impulsive buying*.

### Partisipan

Arikunto (2006) mengemukakan bahwa sampel adalah sebagian atau mewakili populasi yang akan diteliti. Sampel yang digunakan harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *Incidental Sampling*, sebab jumlah populasi tidak diketahui secara pasti dan teknik ini merupakan metode penetapan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria subjek pada penelitian ini yaitu usia 18-25 tahun, mahasiswa aktif Untag Surabaya, dan *kpopers*.

### Instrument

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berisi sejumlah pertanyaan terkait dengan variabel yang akan diteliti. Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2013) skala likert digunakan untuk mengukur sifat, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari skala *impulsive buying* dan kontrol diri. Model skala likert yang akan digunakan yaitu dengan memberikan pertanyaan dan jawaban pada setiap item menggunakan skala likert yang memiliki tingkatan dari positif (*favorable*) sampai dengan skala negatif (*unfavorable*). Subjek diminta untuk menjawab setiap pertanyaan dengan memilih empat kategori respon yaitu: SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak Sesuai), STS (Sangat Tidak Sesuai).

## Hasil

Penelitian ini melakukan uji item skala, kemudian dilakukan uji normalitas hingga mendapatkan hasil sebagai berikut

### Tabel 1. Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	
	Df	Sig
<i>Impulsive Buying</i>	140	0,001

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *kolmogorov-smirnov* diperoleh signifikansi  $p = 0,001$  ( $p > 0.05$ ), artinya sebaran data berdistribusi tidak normal.

Dilakukan uji linieritas untuk mengetahui apakah ada hubungan linieritas antar variabel. Hasil yang didapatkan sebagai berikut:

**Tabel. 2 Uji Linieritas**

Variabel	F	Sig	Keterangan
Kontrol diri dan <i>Impulsive Buying</i>	1.840	0,022	Tidak Linier

Berdasarkan hasil uji linearitas hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada remaja kpopers didapat hasil signifikansi sebesar 0,022 ( $p > 0.05$ ), artinya terdapat hubungan yang tidak linier antara variabel kontrol diri dengan *impulsive buying*.

Dilihat dari hasil perhitungan analisis data dengan menggunakan *spearman's rho*, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel. 3 Uji Korelasi**

	Correlation	Kontrol Diri	<i>Impulsive Buying</i>
Kontrol Diri dan <i>Impulsive Buying</i>	Spearman's Rho	1.000	-,477
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	140	140

Hasil akhir perhitungan *spearman's rho* pada penelitian ini memberikan angka correlation coefficient sebesar -0,477 dengan nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada remaja kpopers.

## Pembahasan

Seperti yang telah kita ketahui bahwa perilaku identifikasi terhadap remaja kpopers ini yang seringkali membentuk suatu gaya hidup mereka sendiri yang cenderung konsumtif dan suka mencoba hal-hal baru. Mereka terus berusaha untuk membeli produk-produk terbaru dari idolanya. Fenomena ini berhubungan dengan adaptasi remaja dalam lingkungan kampus yang beragam budaya dan sosial. Hal ini terjadi karena remaja sering kali mengalami tantangan dalam menyesuaikan diri dengan perbedaan-perbedaan tersebut (Martha dkk, 2010). Mereka berada dalam fase perkembangan dimana mereka cenderung mencoba hal-hal baru dan mencari jati diri mereka.

Menurut Winawan dan Yasa (2014) menyimpulkan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki kecenderungan yang sama dalam melakukan pembelian impulsif. Impulsive buying adalah pembelian yang tidak direncanakan yang terjadi ketika konsumen melakukan pembelian dengan sedikit atau tanpa pemikiran karena rasa yang tiba-tiba untuk memiliki suatu barang.

### Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan analisis kuantitatif menggunakan teknik analisis data spearman's rho. Hasil perhitungan menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar  $-0,477$  dengan nilai  $p = (p > 0,05)$  dan hasil yang dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara tingkat kontrol diri dan impulsive buying pada remaja kopers. Kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, semakin rendah tingkat impulsive buying mereka. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kontrol diri, semakin tinggi tingkat impulsive buying nya. Dalam konteks ini, remaja kopers yang memiliki tingkat kontrol diri yang lebih tinggi cenderung memiliki kecenderungan yang lebih rendah untuk melakukan impulsive buying.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka peneliti menyarankan beberapa langkah agar remaja dapat bijaksana dan dapat mengontrol dirinya sendiri dalam membeli suatu barang dan selalu mempertimbangkannya terlebih dahulu, jangan hanya untuk berdasarkan gengsi, agar tidak terjadi resiko negatif seperti rasa penyesalan di akhir saat sudah terlanjur membeli. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mengembangkan variabel-variabel yang lebih bervariasi dalam penelitian mengenai keputusan pembelian remaja. Beberapa variabel yang dapat ditambahkan seperti, hedonisme, fanatisme, regulasi emosi, dan lain sebagainya. Penelitian yang lebih mendalam dan beragam mengenai variabel-variabel ini dapat memberikan wawasan yang lebih kaya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi impulsive buying pada remaja dan membantu dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengajarkan mereka menjadi pembeli yang lebih cerdas..

### Referensi

- Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara
- Azwar. Saifuddin. 2013. Metode Penelitian . Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hawkins, del I., Mothersbaugh, David L., and Best, Roger J. (2007). *Consumer Behavior, 10th Edition. Mc Graw Hill Australia.*
- Martha, dkk (2010) dari Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro dengan judul *correlation among selfesteem with a tendency hedonist lifestyle of students at diponegoro university*
- Nasution, Efendy, Asrizal, dkk. 2018. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)." Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Seminar Nasional Vokasi Indonesia, Vol. i, e-ISSN 2654-6493.
- Winawan, B., & Kerti Yasa, N. N. (2014). Pengaruh penataan produk, jenis kelamin, dan daftar belanja terhadap keputusan pembelian tidak terencana (studi kasus pada konsumen ritel di Kota Denpasar). E-jurnal Manajemen Universitas Udayana, 3(7).