

Pengaruh Konformitas Dan Regulasi Diri Terhadap Perilaku Impulsif Membeli Pada Dewasa Awal

The Effect of Conformity and Self-Regulation on Impulsive Buying Behavior in Early Adults

Agustina Pratiwi

Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
agustina.18106@mhs.unesa.ac.id

Diana Rahmasari

Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
dianarahmasari@unesa.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang lebih signifikan antara konformitas dan regulasi diri terhadap munculnya perilaku pembelian impulsif pada masa dewasa awal. Dengan subjek yaitu mahasiswa psikologi Unesa angkatan 2018 dan 2019 dengan rentang usia 19-22 tahun dengan menggunakan teknik sampling yaitu *purposive sampling*. Dan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pembelian impulsif, skala regulasi diri, dan skala konformitas yang peneliti susun dengan teori terkait. Sementara itu, uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan *Spearman Rank Correlation Coefficient* dan *Alpha Cronbach's*, serta analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi JASP. Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara konformitas dan regulasi diri terhadap perilaku impulsif membeli pada masa dewasa awal, dengan sumbangan sekitar 6,5%, sementara itu 96,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Temuan lain menunjukkan bahwa konformitas memiliki pengaruh yang lebih signifikan dalam mempengaruhi perilaku pembelian impulsif daripada regulasi diri.

Kata kunci : Konformitas, regulasi diri, pembelian impulsif

Abstract

This study aimed to determine the effect of conformity and self-regulation on the emergence of impulsive buying behavior in early adulthood. The subjects were Unesa psychology students in 2018 and 2019 with an age range of 19-22 years using a sampling technique, namely purposive sampling. The instruments used in this study were the impulse buying scale, self-regulation scale, and conformity scale that the research compiled with related theories. Meanwhile, validity and reliability tests using the Spearman rank correlation coefficient and Cronbach's alpha, and data analysis using multiple linear regression analysis with the help of the JASP. The results of the data analysis indicate that conformity and self-regulation have a significant influence on impulsive buying behavior in early adulthood, with a contribution of about 6.5%, while the remaining 96.5% is influenced by other variables outside the study. Other findings show that conformity has a more significant effect on impulsive buying than self-regulation.

Key word : Conformity, self-regulation, impulsive buying

Article History	
<i>Submitted : 18-07-2023</i>	
<i>Final Revised : 19-07-2023</i>	
<i>Accepted : 19-07-2023</i>	<p><i>This is an open access article under the CC-BY-SA license</i></p> <p><i>Copyright © 2022 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya</i></p>

Pada era digital seperti saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa pola perilaku manusia juga turut berubah. Seperti halnya dalam perubahan pola perilaku membeli barang dan kebutuhan yang berubah karena semakin maraknya situs belanja *online*. Hal ini didukung oleh survei yang dilakukan We Are Social pada April 2021, hasilnya menunjukkan bahwa sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir (Lidwina, 2021). Survei lain dari *e-commerce* enabler SIRCLO bersama Katadata Insight Center (KIC) dalam “*Navigating Indonesia’s E-Commerce: Omnichannel as the Future of Retail*” menunjukkan sebesar 74,5% konsumen lebih banyak berbelanja *online* dibandingkan belanja *offline* (Rosadi, 2021).

Pertumbuhan pengguna situs belanja *online* terjadi karena situs belanja *online* memberikan pelayanan dan akses yang sangat mudah bagi konsumen untuk membeli produk tanpa perlu keluar rumah sehingga lebih mudah dan praktis. Hal ini didukung oleh survei yang dilakukan oleh Jakpat terhadap 1.493 responden yang didominasi oleh masyarakat ekonomi kelas menengah di daerah Jawa, menunjukkan bahwa sebanyak 78,3% responden memilih berbelanja *online* karena tidak perlu pergi ke mana pun. Selain itu, pemberian potongan harga dan promo-promo yang diberikan oleh situs belanja *online* juga menjadi salah satu alasan bagi banyak orang untuk beralih dari belanja *offline* ke belanja *online*. Data menunjukkan bahwa 76,6% responden memilih untuk berbelanja *online* karena diskon atau promo (Pusparisa, 2021). Selain itu, menurut survey yang dilakukan oleh Milieu pada Januari 2022 menyebutkan bahwa 68% responden di Indonesia memilih berbelanja *online* saat hari festival belanja, dimana biasanya pada festival belanja lebih banyak promo yang diberikan oleh situs belanja online. Hal ini juga dibuktikan dengan meningkatnya nilai transaksi untuk situs belanja online sebesar 12% dalam periode yang sama yaitu sejak Februari 2021 yang hanya tercatat 27,3 triliun hingga Februari 2022 meningkat menjadi 30,8 triliun. Menurut Filianingsih Hendarta yang menjabat sebagai Kepala Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran Bank Indonesia menyebutkan bahwa hal ini didorong oleh faktor semakin menjamurnya pembayaran digital sehingga semakin memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi *online*. Selain itu, promo yang ditawarkan oleh situs belanja online juga semakin meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja (Hutauruk, 2022).

Kemudahan yang ditawarkan oleh situs belanja *online* ini memberikan dampak pada munculnya perilaku pembelian impulsif. Menurut Sutisna (dalam Putra & Kusuma, 2021) diskon diberikan dengan tujuan selain untuk meningkatkan jumlah transaksi juga digunakan untuk memicu adanya spontanitas dalam bertransaksi. Diskon memberikan dorongan pada konsumen untuk meningkatkan perilaku pembelian impulsif. Menurut Vohs and Faber (dalam Strack & Deutsch, 2011) pembelian impulsif dipahami sebagai jenis pembelian yang tidak dilandaskan pada pikiran rasional tetapi lebih kepada dorongan langsung untuk mendapatkan produk. Tentunya, dalam hal ini diskon akan dimanfaatkan oleh penjual agar kemudian menjadikan banyak konsumen tertarik untuk melakukan pembelian secara masif tanpa berpikir dua kali. Namun, pada praktiknya perilaku membeli secara impulsif ini menyebabkan dampak negatif seperti apa yang dikemukakan oleh Tinarbuko (dalam Siregar & Rini, 2019) yang

menyatakan bahwa pembelian impulsif dapat memberikan dampak negatif diantaranya yaitu rasa penyesalan yang dikaitkan dengan masalah finansial dan terjadi pembengkakan pengeluaran, Hal ini tentu akan mengganggu kestabilan finansial individu tersebut terutama pada masa dewasa awal dimana menurut Arnett (dalam Papalia et al., 2009) tiga kriteria yang menunjukkan kedewasaan adalah menerima tanggung jawab, membuat keputusan, dan mandiri secara finansial. Tiga kriteria ini menjadi penentu kedewasaan seseorang, namun pada seseorang dengan perilaku impulsif membeli tidak menunjukkan adanya tiga hal tersebut.

Fenomena pembelian impulsif ini terutama marak terjadi pada masa dewasa awal. Dari hasil studi awal yang dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner terkait dengan kecenderungan perilaku impulsif membeli dapat dilihat bahwa fenomena ini banyak terjadi pada mahasiswa psikologi Unesa angkatan 2019 dan 2018, dimana menurut rentang usia rata-rata dari mereka adalah 18-25 tahun. Data ini juga selaras dengan apa yang dikatakan oleh Wood (dalam Henrietta, 2012) menemukan tren peningkatan pembelian impulsif pada rentang usia 18-39 tahun dan menurun setelahnya. Menurut Santrock (2010:416) masa dewasa awal ini terjadi pada rentang usia 18-25 tahun, dan pada usia ini seorang individu sudah mampu berpikir realistis. Pada periode perkembangan ini seharusnya individu dapat membuat keputusannya sendiri secara realistis, tidak hanya mengikuti dorongan yang secara tiba-tiba lebih khusus pada keinginan membeli barang-barang kebutuhan. Namun, pada kenyataannya menunjukkan bahwa terdapat perilaku yang bertolak belakang dengan kondisi perkembangan yang seharusnya terjadi. Seperti perilaku yang menunjukkan pikiran yang tidak realistis dalam hal ini adalah adanya keinginan yang berlebihan untuk membeli barang-barang yang diinginkan hingga tidak segan untuk melakukan kebohongan dan meminjam uang demi bisa memuaskan keinginannya tersebut.

Peningkatan tren dalam perilaku pembelian impulsif pada masa dewasa awal merujuk pada suatu kesimpulan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang menguatkan seseorang untuk melakukan pembelian impulsif. Faktor-faktor lain ini meliputi regulasi diri, kepribadian, jenis kelamin, dan variabel psikologis konsumen (Pradipto et al., 2016). Selain itu, menurut (Sholokhah & Dhaniala (2017) faktor lain yang juga dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku pembelian impulsif adalah adanya pengaruh kelompok atau konformitas teman sebaya. Faktor-Faktor tersebut juga telah dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selviana & Mega (2022) menunjukkan adanya pengaruh konformitas terhadap *impulsive buying*. Penelitian lain yang terkait adalah penelitian oleh Fatimah & Yanies (2021) yang juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh regulasi diri terhadap *impulsive buying*. Penelitian yang dilakukan oleh Umayah (2017) yang meneliti mengenai 'Konformitas teman sebaya dan konsep diri terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa program studi diploma tiga (D-III) Perbankan Syariah UIN Maliki Malang' Dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif. Hasil penelitian serupa juga diperoleh oleh Hanifa (2019) yang meneliti mengenai 'Konsep diri dan konformitas terhadap pembelian impulsif pada PNS kementerian ESDM'. Penelitian ini, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara konformitas terhadap pembelian impulsif.

Mengacu pada sejumlah hasil penelitian tersebut diatas menunjukkan bahwa konformitas memiliki korelasi atau pengaruh terhadap perilaku membeli secara impulsif. Demikian pula dengan regulasi diri memiliki pengaruh terhadap perilaku membeli secara impulsif. Namun, pada penelitian di atas kedua variabel yaitu konformitas dan regulasi diri dilakukan penelitian secara terpisah. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak banyak penelitian terkait yang membahas kedua variabel secara bersama-sama menjadi menarik untuk diteliti oleh penulis secara lebih lanjut mengenai pengaruh dari kedua variabel konformitas dan regulasi diri

terhadap perilaku impulsif dalam membeli pada masa dewasa awal. Pemilihan subjek dengan kriteria dewasa awal merujuk pada penjelasan Santrok di bagian terdahulu.

Metode

Penelitian mengenai pengaruh konformitas dan regulasi diri dengan perilaku membeli pada dewasa awal ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Kuantitatif adalah salah satu metode penelitian yang menggunakan instrumen pengumpulan data yang telah terstandarisasi, valid, dan reliabel, seperti kuesioner atau skala psikologi, dan data-data yang dikumpulkan berupa angka-angka yang akan dianalisis menggunakan teknik statistik tertentu untuk menjawab hipotesis penelitian (dalam Jannah, 2018; Stone-Romero, 2004; Sugiyono, 2017; Arikunto 2002).

Sampel/populasi

Subjek dalam penelitian ini adalah individu yang berusia 19 - 22 tahun, dan masih berstatus sebagai mahasiswa aktif di Jurusan Psikologi Universitas Negeri Surabaya. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan atas tujuan tertentu atau orang yang dipilih benar-benar memiliki kriteria sebagai sampel.

Pengumpulan data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yaitu *google form* melalui media online.

Analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik statistik inferensial dengan teknik analisis regresi linear berganda yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Sementara itu, perhitungan analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program JASP (*Jeffreys's Amazing Statistic Program*).

Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Penelitian ini menggunakan *Spearman Rank Correlation Coefficient*.

Reliabilitas adalah keajegan pengukuran yang merupakan bahwa suatu alat ukur memiliki konsistensi dalam mengukur suatu variabel. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi apabila skor tes berkorelasi tinggi dengan skor murninya. Penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach*.

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 153 subjek, didapatkan hasil yang telah peneliti analisis menggunakan bantuan jasp 0.14.1 *for windows* untuk mengetahui seberapa besar konformitas dan regulasi diri mempengaruhi perilaku impulsif membeli terhadap subjek yang dikategorikan sebagai dewasa awal. Berikut merupakan hasil analisis dari penelitian yang dilakukan.

Tabel 1. R. Square

Model Summary - Y. Total				
Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE
Ho	0.000	0.000	0.000	8.046

H ₁	0.255	0.065	0.053	7.832
----------------	-------	-------	-------	-------

Pada tabel di atas diketahui bahwa nilai R² adalah sebesar 0,065 atau 6,5%. Hal ini menjelaskan bahwa varians dari perilaku impulsif membeli yang mampu dijelaskan oleh konformitas dan regulasi diri memiliki sumbangan efektif sebesar 6,5% sedangkan 93,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Langkah selanjutnya adalah menganalisis pengaruh dari konformitas dan regulasi diri terhadap perilaku pembelian impulsif. Berikut merupakan hasil analisisnya.

Tabel 2. Regresi Berganda

ANOVA						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H ₁	Regression	1229.641	2	614.820	10.687	< .001
	Residual	8572.300	149	57.532		
	Total	9801.941	151			

Note. The intercept model is omitted, as no meaningful information can be shown.

Tabel anova di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar <0,001. Nilai signifikansi yang didapatkan ini lebih kecil dari alpha (α) = 0,05 dimana hal tersebut membuktikan bahwa variabel konformitas dan regulasi diri mampu secara bersama-sama mempengaruhi variabel perilaku impulsif membeli.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa kedua variabel X yaitu konformitas dan regulasi diri terbukti menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y yaitu perilaku impulsif membeli. Namun, terdapat temuan lain yang dapat dilaporkan yaitu dari kedua variabel X tidak semuanya mempengaruhi secara signifikan. Berikut hasil perbandingan di antara kedua variabel tersebut.

Tabel 3. Koefisien Regresi Variabel

Coefficients						
Model	Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p	
H ₀ (intercept)	54.480	0.654		83.367	< .001	
H ₁ (intercept)	30.139	6.612		4.558	< .001	
X1. Total	0.380	0.084	0.354	4.530	< .001	
X2. Total	0.145	0.081	0.141	1.803	0.073	

Ketika dilakukan penilaian terpisah di antara dua variabel X tersebut seperti pada tabel dapat dilihat bahwa variabel X₁ nilai signifikansinya sebesar <0,001 lebih kecil dari (α) = 0,05 dimana nilai ini sama dengan nilai ketika kedua variabel X dilakukan penilaian bersama. Hal ini berbeda dengan variabel X₂ yang memiliki taraf signifikansi sebesar 0,073 yang menunjukkan bahwa taraf signifikansinya lebih besar daripada alpha (α) = 0,05.

Pembahasan

Pada penelitian ini dapat ditemukan bahwa konformitas dan regulasi diri secara keseluruhan memberikan sumbangan efektif untuk mempengaruhi perilaku impulsif membeli sebesar 6,5%, sementara itu 93,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dalam

penelitian ini juga didapatkan hasil bahwa hanya satu variabel yang dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap perilaku impulsif membeli jika dilakukan analisis secara terpisah yaitu variabel konformitas. Variabel konformitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $<0,001$ yang lebih kecil dari $(\alpha) = 0,05$ dimana nilai ini sama dengan nilai ketika kedua variabel konformitas dan regulasi diri dilakukan penilaian bersama. Temuan ini berbeda dengan variabel regulasi diri yang memiliki taraf signifikansi sebesar $0,073$ yang menunjukkan bahwa taraf signifikansinya lebih besar daripada $\alpha = 0,05$. Sehingga variabel regulasi diri tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel perilaku impulsif membeli.

Sementara itu, ketika dilakukan analisis secara bersama antara variabel konformitas dan regulasi diri. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas dan regulasi diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada dewasa awal. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan regresi berganda menunjukkan koefisien signifikansi sebesar kurang dari $0,001$. Hasil ini kemudian dinilai menggunakan perbandingan dengan nilai α sebesar $0,05$. Sehingga hasilnya menunjukkan hipotesis H_1 diterima karena hasil perhitungan menunjukkan $< 0,001$ yang nilainya lebih kecil dari $(\alpha) = 0,05$. Temuan ini selaras dengan penelitian relevan yang telah dimuat dalam penelitian ini.

Pertama hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Umayah (2017) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif.

Hasil penelitian yang serupa juga terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Hanifa (2019) yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara konformitas terhadap pembelian impulsif.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Tanudjaya (2021) juga memperlihatkan hasil serupa yang menunjukkan bahwa regulasi diri juga memiliki pengaruh terhadap kecenderungan pembelian impulsif.

Merujuk pada diagnosis DSM-5 hasil penelitian menunjukkan adanya gangguan kontrol impuls terhadap subjek penelitian dengan kategori ringan yang dicirikan dengan berbohong dan merugikan diri sendiri serta orang lain karena berhutang. Diagnosa juga menunjukkan tidak ada kriteria antisosial yang terpenuhi karena subjek penelitian berusia 19-22 tahun (American, 2013). Gangguan ini ditetapkan sebagai gangguan kontrol impuls dan gangguan perilaku lainnya hal ini dikarenakan kategori gangguan ini digunakan dalam situasi di mana dokter memilih untuk tidak menentukan alasan bahwa kriteria tidak terpenuhi untuk gangguan kontrol impuls dan perilaku spesifik, serta termasuk alasan di mana tidak ada cukup informasi untuk membuat diagnosis yang lebih spesifik

Melalui penelitian ini dapat dilihat pula bahwa setiap individu mengembangkan konsep diri dan selanjutnya gaya hidup yang ditentukan oleh faktor internal seperti emosi serta faktor eksternal seperti teman-teman sebaya. Pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri dan caranya untuk hidup menyebabkan kebutuhan dan keinginan yang dibawa ke dalam situasi sehari-hari dan selalu berhubungan dengan banyak orang. Banyak dari situasi ini yang kemudian mengakibatkan seseorang untuk mempertimbangkan pembelian terhadap suatu produk. Lebih khusus faktor eksternal dan internal dalam penelitian ini adalah konformitas dan regulasi diri.

Konformitas menjadi salah satu faktor eksternal dimana seseorang dapat mengembangkan konsep diri dan gaya hidupnya terutama dalam hal ini adalah dalam aktivitas membeli produk. Tentu saja konformitas memiliki dampak positif dan juga negatif. Suatu masyarakat akan dapat

melakukan fungsinya dengan lebih baik saat orang-orang tahu bagaimana caranya untuk berperilaku pada situasi tertentu. Selain itu, saat mereka memiliki persamaan sikap dan tata cara dalam hal berperilaku menunjukkan adanya perasaan seirama dengan lingkungan sekitarnya. Di sisi lain, konformitas juga dapat menghambat kreativitas untuk berpikir kritis. Keresahan lain yang muncul yaitu banyak orang akan menunjukkan sikap sepakat tentang pemahaman yang tidak masuk akal yang bahkan berlawanan dengan nilai-nilai pribadi mereka, sehingga menyangkal akan kepercayaan pribadi mereka sendiri (Wardani & Anggadita, 2021).

Regulasi diri juga telah terbukti memiliki implikasi penting bagi kesejahteraan individu di sepanjang perjalanan hidup. Regulasi diri merupakan dasar untuk keberhasilan pencapaian tugas perkembangan di setiap tahapan kehidupan. Regulasi diri terbentuk sebagian melalui perjalanan kehidupan seseorang yang dapat mempengaruhi jalur perkembangan baik positif atau negatif. Menurut Perry (dalam Dewi, 2019) mengatakan bahwa regulasi diri yang baik berkaitan dengan kemampuan untuk menahan perasaan stres ketika suatu kebutuhan tidak dapat dipenuhi saat itu. Hal ini berhubungan dengan perilaku impulsif membeli dimana dorongan yang tidak dapat di tahan saat ingin membeli sesuatu dapat dikurangi dengan membangun regulasi diri yang sehat.

Kedua faktor di atas menunjukkan bahwa perilaku membeli tidak selalu didahului dengan perencanaan yang disengaja, hal ini yang kemudian disebut dengan istilah pembelian impulsif. Sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut dapat mempengaruhi terjadinya perilaku pembelian impulsif.

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, didapatkan kesimpulan bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0,065 yang menunjukkan bahwa sumbangan efektif dari perilaku impulsif membeli yang dapat dijelaskan oleh variabel konformitas dan regulasi diri adalah sebesar 6,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut yaitu konformitas dan regulasi diri mempengaruhi perilaku impulsif membeli sebesar 6,5% dan 93,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Sementara itu, untuk hasil analisis yang dilakukan kepada masing-masing variabel menunjukkan bahwa konformitas yang merupakan variabel X_1 memiliki nilai signifikansi sebesar $<0,001$ yang lebih kecil dari $(\alpha) = 0,05$. Hal ini berbeda dengan hasil yang ditunjukkan oleh variabel X_2 yaitu variabel regulasi diri yang memiliki taraf signifikansi sebesar 0,073 yang menunjukkan bahwa taraf signifikansinya lebih besar daripada alpha $(\alpha) = 0,05$. Sehingga variabel konformitas dinilai memiliki pengaruh yang lebih signifikan jika dibandingkan dengan variabel regulasi diri dalam mempengaruhi perilaku pembelian impulsif saat dilakukan penilaian terpisah.

Hasil penelitian untuk kedua variabel secara bersama-sama menunjukkan taraf signifikansi sebesar $<0,001$ yang berarti nilainya lebih kecil dari $(\alpha) = 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor eksternal yaitu konformitas dan faktor internal yaitu regulasi diri yang mempengaruhi perilaku impulsif membeli seseorang, khususnya pada masa dewasa awal. Dimana hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu. Hasil serupa juga didapatkan untuk pengaruh faktor konformitas terhadap perilaku pembelian impulsif yang memiliki pengaruh yang signifikan. Namun berbeda dengan faktor regulasi diri yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif.

Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konformitas memiliki pengaruh paling kuat untuk menimbulkan perilaku impulsif, maka memilih teman yang positif, menghindari perilaku konform, mengatur perilaku dan menahan diri untuk tidak impulsif dalam membeli

Terkait dengan sedikitnya penelitian yang membahas masalah serupa, peneliti berharap penelitian yang akan datang dapat melakukan penelitian mengenai topik penelitian ini.

Berdasarkan pada keterbatasan penelitian diharapkan pula untuk penelitian-penelitian selanjutnya agar dapat mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh konformitas dan regulasi diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada masa dewasa awal.

Daftar Pustaka

- Alwisol. (2009). *Psikologi kepribadian*. UMM Press.
- American, P. A. (2013). Diagnostic and statistical manual of mental disorder edition (DSM-V). In *Choice Reviews Online* (Vol. 51, Issue 04). American Psychiatric Publishing. <https://doi.org/10.5860/choice.51-1822>
- Aronson, E. (2018). *The social animal* (12th ed). Worth Publishers.
- Azwar, S. (2003). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial*. Erlangga.
- Bereska, T. M. (2018). *Deviance, conformity, and social control* (5th ed.). Pearson.
- Boekaerts, M., Pintrich, P., & Zeidner, M. (Eds.). (2000). *Handbook of self-regulation: theory, research, and applications*. Academic Press.
- Brown, C. (2006). *Social psychology*. Sage Publications Ltd.
- Dewi, D. F. I. R. (2019). *Intervensi kemampuan regulasi diri*. Andi. <https://books.google.co.id/books?id=CfpJEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Giannopoulou, M. (2019). Academic self-regulation on students with attention deficit disorder with or without hyperactivity: Parents' and educators' point of view. *Open Journal of Social Sciences*, 07(08), 97–110. <https://doi.org/10.4236/jss.2019.78008>
- Hanifa, M. (2019). *Pengaruh konsep diri dan konformitas terhadap pembelian impulsif pada PNS kementerian ESDM*. Universitas Islma Negeri Syarif Hidayatullah.
- Henrietta, P. (2012). Impulsive buying pada dewasa awal di yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 11(2), 6. <https://doi.org/10.14710/jpu.11.2.6>
- Herabadi, A. G. (2003). *Buying Impulses: A study on impulsive consumption*. University Katolik Nijmegen.
- Hutauruk, D. M. (2022). *Transaksi BI Fast Capai 127,8 Juta Hingga Juni 2022*.
- Jannah, M. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Unesa University Press.
- Lidwina, A. (2021). *Penggunaan e-commerce indonesia tertinggi di dunia*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- McClelland, M., Geldhof, J., Morrison, F., Gestsdóttir, S., Cameron, C., Bowers, E., Duckworth, A., Little, T., & Grammer, J. (2018). Self-regulation. In N. Halfon, C. B. Forrest, R. M. Lerner, & E. M. Faustman (Eds.), *Handbook of life course health development* (pp. 1–664). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-47143-3>
- Mulyadi, S., Rahardjo, W., Asmarany, A. I., & Pranandari, K. (2016). *Psikologi Sosial* (M. N. Widyaningrum (Ed.)). Gunadarma.
- Muslim, D. R. (2013). *Buku saku diagnosis gangguan jiwa PPDGJ III*. Unika Atmajay.

- Nurjannah, F. A. A., & Soedarman, Y. N. (2021). *Pengaruh regulasi diri terhadap impulsive buying pada remaja akhir putri pengguna e-commerce di Yogyakarta*. Universitas Teknologi Yogyakarta.
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2009). *Human development*. McGraw-Hill Education. file:///C:/Users/HP/Downloads/Regulasi diri (1).pdf
- Pradipto, Y. D., Winata, C., Murti, K., & Azizah, A. (2016). Think again before you buy: The relationship between self-regulation and impulsive buying behaviors among Jakarta young adults. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 177–185. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.209>
- Purnama, R. A. (2015). Studi deskriptif mengenai bentuk impulse buying pada mahasiswa fakultas psikologi universitas padjadjaran usia 18-20 tahun. *Jurnal Psikologi Universitas Padjadjaran*.
- Pusparisa, Y. (2021). *Efisien dan diskon jadi alasan konsumen belanja daring*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Putra, Y. P., & Kusuma, N. I. (2021). Impulse buying di e-commerce tokopedia di masa pandemi. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 4(1), 2–9.
- Rosadi, D. (2021). *Riset sirclo & KIC: 74,5 % konsumen lebih banyak berbelanja online*.
- Santrock, J. W. (2010). *Life-span development* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Selviana, & Hardita, M. (2022). *Pengaruh kontrol diri dan konformitas terhadap kecenderungan impulsive buying pada wanita dewasa awal pengguna skincare di Jakarta*.
- Sholokhah, M., & Dhania, D. R. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku pembelian impulsif. *Psikovidya*, 21(1), 43–49.
- Siregar, N. F., & Rini, Q. K. (2019). Regulasi diri dan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja perempuan yang berbelanja online. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 213–224. <https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2445>
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having and being* (12th ed.). Pearson.
- Strack, F., & Deutsch, R. (2011). A theory of impulse and reflection. *Handbook of Theories of Social Psychology*, 97–117.
- Tanudjaya, E. F. (2021). *Pengaruh regulasi diri terhadap pembelian impulsif dengan kepribadian big five sebagai moderator pada dewasa muda*. Universitas Pelita Harapan.
- Umayah, K. (2017). *Pengaruh konformitas teman sebaya dan konsep diri terhadap pembelian impulsif mahasiswa program studi diploma tiga (D-III) Perbankan Syariah UIN Maliki Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Vohs, K. D., & Faber, R. J. (2007). Spent resources: Self-regulatory resource availability affects impulse buying. *Journal of Consumer Research*, 33(4), 537–547. <https://doi.org/10.1086/510228>
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. NEM. https://books.google.co.id/books?id=mFY1EAAAQBAJ&hl=id&source=gbs_navlinks_s