

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KECENDERUNGAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWI DI KARAWANG

Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: ps17.riswati@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Kebutuhan hidup mahasiswa di Indonesia mengalami peningkatan setiap harinya. Selain kebutuhan yang harus terpenuhi, mahasiswa juga memiliki keinginan untuk memiliki suatu produk tertentu. Kecenderungan pembelian impulsif adalah pembelian yang dilakukan secara sadar dan dilakukan secara spontan, mendadak, yang tidak direncanakan sebelumnya, tidak adanya proses pencarian informasi mengenai suatu produk, dikarenakan munculnya keinginan untuk membeli produk yang terlihat di suatu tempat. Dengan adanya keinginan untuk membeli produk yang diinginkan, maka perlu adanya kontrol diri. Kontrol diri merupakan kemampuan dalam membimbing, menyusun dan mengatur individu untuk mengarahkan perilaku ke arah konsekuensi yang positif dan apa yang seharusnya dilakukan oleh individu tersebut. Faktor lain yang dapat memengaruhi kecenderungan pembelian impulsif adalah konformitas. Konformitas adalah bentuk pengaruh sosial yang dapat mengubah perilaku individu untuk dapat menyesuaikan diri dengan kelompoknya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kontrol diri dan konformitas terhadap kecenderungan pembelian impulsif. Sampel dalam penelitian ini adalah 159 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik insidental dan metode pengumpulan data menggunakan skala. Hasil uji regresi berganda kontrol diri, konformitas dan kecenderungan pembelian impulsif yaitu terdapat pengaruh kontrol diri dan konformitas terhadap kecenderungan pembelian impulsif dengan nilai $\text{sig. } 0,000 < 0,05$, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 19,1%, artinya kontrol diri dan konformitas berpengaruh terhadap kecenderungan pembelian impulsif dan 81,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Kontrol diri, Konformitas, Kecenderungan Pembelian Impulsif, Mahasiswa.

FACTORS AFFECTING IMPULSIVE BUYING TENDENCY IN STUDENTS IN KARAWANG

Faculty of Psychology, Buana Perjuangan University, Karawang

Email: ps17.riswati@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

The needs of student life in Indonesia are increasing every day. In addition to the needs that must be met, female students also have a desire to have a certain product. Impulse buying tendencies are purchases that are made consciously and are carried out spontaneously, suddenly, which are not planned in advance, there is no process of searching for information about a product, due to the emergence of a desire to buy a product that is seen somewhere. With the desire to buy the desired product, it is necessary to have self-control. Self-control is the ability to guide, organize and regulate individuals to direct behavior towards positive consequences and what the individual should do. Another factor that can influence impulse buying tendencies is conformity. Conformity is a form of social influence that can change individual behavior to be able to adjust to the group. This study aims to examine the effect of self-control and conformity on impulse buying tendencies. The sample in this study was 159 respondents. The research method used is quantitative with incidental techniques and data collection methods using a scale. The results of the multiple regression test of self-control, conformity and impulse buying tendency are that there is an effect of self-control and conformity on impulse buying tendencies with a sig value. $0.000 < 0.05$, with a coefficient of determination of 19.1%, meaning that self-control and conformity affect impulse buying tendencies and 81.9% are influenced by other variables.

Keywords: Self-control, Conformity, Impulsive Buying Tendency, Student.