

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa globalisasi ini, teknologi tentunya juga semakin berkembang dan canggih, salah satunya adalah dengan adanya internet. Saat ini hampir setiap orang sudah paham dan menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya. Internet memuat berbagai informasi yang dapat dijangkau oleh penggunanya, yang mana hal ini tentunya dapat mempermudah penggunanya.¹

Internet saat ini juga mengubah gaya hidup orang-orang, dimana terjadinya pergeseran dan perubahan cara berbelanja, dimana cara berbelanja pada saat ini lebih praktis dan canggih dengan memanfaatkan internet sehingga berbelanja dapat dilakukan dengan mudah melalui *gadget* yang saat ini dikenal dengan belanja *online*.

Berbelanja sendiri adalah kegiatan yang dilakukan agar keperluan atau kebutuhan terpenuhi. Sehingga pada umumnya berbelanja hanyalah membeli barang yang diperlukan, namun pada beberapa individu berbelanja mempunyai arti yang berbeda, berbelanja tidak hanya membeli sesuatu yang dibutuhkan tetapi juga membeli produk yang terlihat menarik, bahkan tidak jarang berbelanja menjadi bagian dari hobi seseorang.²

¹ Dewi Puspitasari et al., "Impulsive Buying Ditinjau dari Kontrol Diri pada Mahasiswi Penggemar K-Pop di Yogyakarta," *Psychological Students* 1, no. 2 (2022): 1.

² Rudi Irwansyah and Dkk, *Perilaku Konsumen* (Widina Bhakti Persada, 2021), 58.

Menurut Anggarasari seringkali pembelian barang didasarkan oleh faktor yang tidak penting, seperti untuk mengikuti trend, memenuhi rasa gengsi, juga alasan tidak penting lainnya.³

Dengan adanya perubahan sistem berbelanja dari belanja *offline* ke belanja *online* yang bersifat lebih praktis, mengefisiensi waktu, dan juga harga yang diberikan cenderung lebih murah juga berpengaruh pada keputusan konsumen ketika membeli suatu barang. Belanja *online* sendiri membuat konsumen lebih mudah melihat berbagai macam pilihan barang juga harga yang ditawarkan tanpa harus bertemu dengan penjual secara langsung.⁴

Dengan belanja *online* konsumen juga dapat membandingkan harga produk yang sama di toko yang berbeda, karena terkadang satu toko dengan toko *online* lainnya menawarkan harga yang berbeda pada produk yang sama. Sedangkan transaksi pada belanja *online* tentunya berbeda dengan transaksi pada belanja *offline* dimana pada belanja *online* transaksinya dilakukan dengan cara transfer atau menggunakan *e-money*.⁵

Perubahan model transaksi jual beli ini sangat berpengaruh terhadap perilaku berbelanja para konsumen, salah satunya ialah mengakibatkan terjadinya perilaku *impulsive buying*. Menurut Verplanken dan Herabadi, pembelian impulsif adalah membeli sesuatu tanpa ada rencana sebelumnya, akan tetapi ada dorongan

³ Nadhifah Amaliyah, "Hubungan Antara Citra Diri dan Kontrol Diri dengan Kecenderungan Membeli Secara Impulsif (*Impulsive Buying*) Pada Mahasiswi UIN Walisongo Semarang" (UIN Walisongo, 2021), 1.

⁴ Nana Nursela and Annisa Warastri, "Hubungan perilaku konsumtif online shopping dalam fashion pada citra diri mahasiswa rantau di Yogyakarta," *LPPM Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta* 2 (2024): 3.

⁵ Nursela and Warastri, "Hubungan perilaku konsumtif online shopping dalam fashion pada citra diri mahasiswa rantau di Yogyakarta," 4.

kuat dan perasaan senang untuk membeli barang tersebut⁶. Sedangkan faktor-faktor pendorong terjadinya pembelian impulsif menurut Engel, Blackwell, dan Miniard adalah spontanitas, intensitas, motivasi, dan juga rasa tidakpeduli pada akibat yang ditimbulkan oleh pembelian impulsif.⁷

Perilaku belanja impulsif biasanya dilakukan dengan lebih melibatkan faktor emosi daripada proses kognitif sebelumnya.⁸ Karena apabila konsumen sebelum melakukan pembelian terlebih dahulu melalui proses kognitif maka konsumen akan terlebih dahulu merencanakan barang apa yang harus dibeli.⁹ Akan tetapi ada saatnya konsumen melakukan pembelian secara spontan saat ia melihat suatu barang ataupun jasa karena faktor rasa senang ketika membelinya tanpa melakukan pertimbangan secara matang terlebih dahulu sehingga terjadi perilaku pembelian impulsif.¹⁰

Menurut Sumartono kegiatan membeli tidak sekedar dilakukan agar terpenuhinya kebutuhan, akan tetapi juga untuk memenuhi hasrat dan konsep diri, juga tuntutan gaya hidup.¹¹ Kacen dan Lee juga berpendapat bahwa suasana hati, identitas diri, reaksi impulsif, dan juga faktor demografi menjadi beberapa faktor

⁶ Nadya Ummah and Siti Azizah Rahayu, "Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif Produk Fashion," *Jurnal Penelitian Psikologi* 11, no. 1 (2020): 33, <https://doi.org/10.29080/jpp.v11i1.350>.

⁷ Ummah and Siti Azizah Rahayu, "Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif Produk Fashion," 33.

⁸ Masdiana, "Hubungan Antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* Produk Fashion pada Siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya" (UIN AR-RANIRY, 2022), 3.

⁹ Elvil Manik Rinonce and Miftakhul Jannah, "Fear of Missing Out Fuels Impulsive Buying Behavior in Gen Z," *Jurnal Psikologi* 10, no. 1 (2025): 98.

¹⁰ F. Anastasia Anin et al., "Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja," *Jurnal Psikologi: Fakultas Psikologi UGM* 35, no. 2 (2025): 181.

¹¹ Masdiana, "Hubungan Antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* Produk Fashion pada Siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya", 4.

yang mempengaruhi terjadinya perilaku pembelian impulsif.¹² Verplanken dan Herabadi menyatakan bahwa lingkungan pemasaran, yang meliputi penawaran dan tampilan produk, variabel situasional seperti waktu dan uang, serta faktor pribadi seperti suasana hati, kepribadian, identitas diri, dan pengalaman pendidikan, semuanya berkontribusi pada pembelian impulsif.¹³

Impulsive buying tentunya berdampak negatif pada konsumen yang melakukannya. Rock berpendapat bahwa tindakan *impulsive buying* yang dilakukan akan menimbulkan dampak negatif, seperti kondisi keuangan yang bermasalah, merasa menyesal atau bahkan merasa kecewa terhadap produk yang telah dibeli, timbulnya rasa bersalah, atau orang sekitar tidak setuju dengan barang atau produk yang telah dibeli.¹⁴

Maka dari itu, sangatlah perlu adanya kontrol diri agar tidak terjadinya perilaku *impulsive buying*. Kontrol diri sendiri menurut Borba merupakan keahlian tubuh juga pikiran agar bertindak secara sesuai dengan seharusnya dilakukan.¹⁵ Kontrol diri sendiri bisa membantu seseorang mengendalikan perilaku dalam membentuk keputusan dalam, membeli suatu barang melalui pertimbangan yang matang. Kemudian menurut Berk berpendapat kontrol diri merupakan kemahiran

¹² Ummah and Siti Azizah Rahayu, "Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif Produk Fashion," 34.

¹³ Shabrina Irbah Zaeni, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Impulsive Buying Dalam Berbelanja Online Pada Dewasa Muda Jabodetabek Di Masa Pandemi" (Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, 2021), 7.

¹⁴ Shabrina Irbah Zaeni, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Impulsive Buying Dalam Berbelanja Online Pada Dewasa Muda Jabodetabek Di Masa Pandemi", 6.

¹⁵ Fitria Sari and Nita Sri Handayani, "Kontrol Diri dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-pop" *Jurnal Psikologi* 12, no. 2 (2019): 180, <https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2442>.

pada individu dalam mencegah kemauan atau keinginan sesaat yang tidak sesuai dengan perilaku sebenarnya.

Kontrol diri sendiri salah satu kapabilitas penting yang wajib dimiliki tiap individu agar mampu mengontrol perilakunya, mengendalikan implus negatif yang ada, dan juga kemauan yang bersifat sementara agar tidak berdampak negatif yaitu kerugian baik pada diri sendiri ataupun orang lain.¹⁶ Seseorang yang mempunyai kontrol diri buruk biasanya kerap kesulitan menentukan konsekuensi atas perilaku yang dilakukannya.¹⁷ Sebaliknya jika seseorang mempunyai kontrol diri baik akan lebih cermat dalam menentukan tindakan atau perilaku yang sesuai pada segala situasi.

Biasanya pada tahap dewasa awal setiap individu akan mulai memperhatikan caranya berpenampilan agar terlihat menarik dan mengikuti trend yang sedang booming baik cara berpakaian, berhias, ataupun lainnya.¹⁸ Berpenampilan yang menarik juga penting agar bisa diterima dalam suatu pergaulan dan bisa menerima penilaian positif dari orang lain. Hal ini tentunya juga sering kali terjadi pada seorang mahasiswa. Karena ingin terlihat menarik di mata orang lain, seorang mahasiswa akan melakukan apapun yang dapat menunjang

¹⁶ Isnaeni Anggun Sari and Erin Ratna Kustanti, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pengungkapan Diri Pada Remaja Pengguna Media Sosial Instagram" *Jurnal EMPATI* 9, no. 1 (2020): 53-54, (2020): <https://doi.org/10.14710/empati.2020.26921>.

¹⁷ Ezra Addo Setiawan, "Kontrol Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Karier Siswa" *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* 2, no. 1 (2023): 84-91. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v2i1.935>.

¹⁸ Rinonce and Jannah, "Fear of Missing Out Fuels Impulsive Buying Behavior in Gen Z," 98.

penampilannya tanpa mempertimbangkan dahulu fungsi atau kegunaan barang yang dibeli.¹⁹

Mahasiswa sendiri termasuk pada tahap perkembangan sebagai dewasa awal yang mulai menyesuaikan dan memperhatikan penampilannya, oleh karena itu mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang sering berperilaku *impulsive buying*.²⁰ Menurut Santrock, fase dewasa awal adalah tahap mulai terbentuknya kemandirian pribadi juga finansial, mengembangkan karir, memilih pasangan, bahkan membentuk suatu keluarga.²¹ Pada usia ini, orang-orang menemukan kemandirian finansial, yang mungkin juga dapat merugikan mahasiswa. Yang mana mahasiswa akan menghabiskan uang orang tua mereka untuk memuaskan keinginan mereka karena mereka tidak dapat memprioritaskan dan mengelola anggaran mereka.²² Kontrol diri yang rendah juga menyebabkan pembelian impulsif pada mahasiswa. Kontrol diri sangat penting dalam memengaruhi perilaku secara positif, termasuk kemampuan mahasiswa untuk mengelola dana mereka dengan membeli barang atau produk sesuai kebutuhan mereka.²³

¹⁹ Nursela and Warastri, “Hubungan perilaku konsumtif online shopping dalam fashion pada citra diri mahasiswa rantau di Yogyakarta,” 595.

²⁰ Nadhifah Amaliyah, “Hubungan Antara Citra Diri dan Kontrol Diri dengan Kecenderungan Membeli Secara Impulsif (*Impulsive Buying*) Pada Mahasiswi UIN Walisongo Semarang”, 2.

²¹ Nadhifah Amaliyah, “Hubungan Antara Citra Diri dan Kontrol Diri dengan Kecenderungan Membeli Secara Impulsif (*Impulsive Buying*) Pada Mahasiswi UIN Walisongo Semarang”2.

²² Aldi Nur Fajri et al., “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap *Impulsive Buying* Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Porwokerto Dalam Pembelian Produk Kecantikan,” PSIMPHONI, 2023, 59.

²³ Abdul Holik and Muthia Dwi Santika, “Faktor yang menentukan perilaku *Impulsive Buying* di kalangan Mahasiswa,” *jesya* 8, no. 1 (2025): 137, <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1764>.

Berdasarkan pra riset pada 10 orang mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari, diketahui bahwa beberapa mahasiswa seringkali membeli suatu produk atau barang secara spontan tanpa adanya perencanaan sebelumnya. Hal ini di tunjukkan oleh hasil pra riset yang mana 6 dari 10 orang mahasiswa mengungkapkan bahwa mereka kerap melakukan pembelian secara tiba-tiba yang dipengaruhi oleh kepuasan diri yaitu rasa senang dan bahagia ketika melakukan pembelian, barang yang di beli sedang trend, dan karena adanya ajakan teman. Kemudian 4 dari 10 orang mahasiswa mengatakan bahwa mereka lebih senang melakukan pembelian dengan melakukan perencanaan sebelumnya, dengan membuat catatan barang apa saja yang akan mereka beli atau perlukan. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa angkatan 2022 fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari.

Dalam islam terdapat perintah untuk tidak *impulsive buying* atau berbelanja secara berlebihan yaitu dalam Al-Qur'an surah Al-Furqan ayat 74 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelajaran itu) di tengah-tengah antara yang demikian.

Profesor Quraish Shihab pada kitab *Tafsir Al-Misbah* Jilid IX menyampaikan bahwasanya surah Al-Furqan ayat 67 memaparkan tanda-tanda hamba Allah yang memiliki takwa. Yang mana salah satu cirinya ialah ditandai dengan bagaimana cara mereka dalam menggunakan harta, baik bagi dirinya sendiri, keluarga, ataupun orang lain. Ayat ini juga memberitahukan agar tidak

melebih-lebihkan atau boros saat berbelanja. Namun Allah juga mengingatkan agar tidak bersikap pelit atau kikir. Orang yang memiliki iman akan berlaku bijak pada pengelolaan keuangannya sesuai dengan prinsip-prinsip islam.

Perilaku *impulsive buying* merupakan perilaku yang muncul secara tiba-tiba untuk memenuhi keinginan pelakunya. Oleh karena itu, untuk mengatasi perilaku *impulsive buying* diperlukan kemampuan untuk mengontrol dan mengatur keputusan ketika melakukan pembelian, sehingga peran kontrol diri sangatlah penting. Karena kontrol diri berperan sebagai alat untuk mengatur, mengarahkan dan mengontrol individu agar melakukan hal yang positif.²⁴

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Puspitasari, diketahui bahwa adanya hubungan antara kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying*. Yang mana jika kontrol diri yang dimiliki tinggi maka kecenderungan *impulsive buying* akan rendah, sebaliknya jika kontrol diri rendah maka kecenderungan untuk berperilaku *impulsive buying* akan tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying*.²⁵

Penelitian ini penting dilakukan karena membahas tentang kontrol diri dan *impulsive buying*, pada mahasiswa fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari. Sedangkan pada penelitian sebelumnya topik ini diteliti pada kelompok lain seperti Penggemar K-Pop di komunitas X, Mahasiswi Penggemar K-pop di Yogyakarta, atau *impulsive buying* pada *e-commerce* tertentu. Sehingga kebaruan

²⁴ Riva Novia Ramadhani and Abdillah Rijal, "Kontrol Diri dan Impulsive Buying pada Penggemar K-Pop di Komunitas X," *Universitas Bhayangkara Jakarta Raya: Jurnal Psikologi* 20, no. 2 (2024): 64.

²⁵ Dewi Puspitasari et al., "Impulsive Buying Ditinjau Dari Kontrol Diri pada Mahasiswi Penggemar K-POP Di Yogyakarta," *Journal of Psychology Students* 1, no. 2 (2022): 5, <https://doi.org/10.15575/jops.v1i2.16977>.

penelitian ini adalah meneliti kontrol diri dan perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari secara umum, atau tidak terfokus pada *e-commerce* tertentu.

Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana tingkat kontrol diri dan *impulsive buying* pada mahasiswa fakultas Ushuluddin dan Humaniora angkatan 2022, dan juga untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying*. Kemudian hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambahkan referensi dalam bidang psikologi, dapat menjadi masukan kepada mahasiswa untuk mengurangi *impulsive buying*, dan juga diharapkan dapat memberi pengetahuan terkait kontrol diri dan perilaku *impulsive buying*.

Maka dari itu, berdasarkan uraian di atas penelitian dengan judul ”Hubungan Kontrol Diri Dan *Impulsive buying* Mahasiswa Angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin” ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tingkat kontrol diri dan *impulsive buying*, juga hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan berperilaku *impulsive buying*. Sehingga hal inilah yang melatarbelakangi penelitian ini dilakukan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin?
2. Bagaimana tingkat Kontrol Diri yang dimiliki Mahasiswa Angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin?

3. Apakah ada hubungan antara Kontrol diri dengan perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana tingkat *Impulsive Buying* Mahasiswa Angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat Kontrol diri yang dimiliki Mahasiswa Angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara Kontrol Diri dengan perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi semua yang membacanya dan dapat memperluas pemahaman Psikologi Industri dan Organisasi tentang kontrol diri dan perilaku *impulsive buying*. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan sumber perbandingan untuk penelitian selanjutnya tentang kontrol diri dan perilaku pembelian impulsif guna memastikan keberlanjutan dan studi yang lebih luas.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi semua yang membacanya, agar dapat mengendalikan diri untuk tidak melakukan pembelian spontan atau tanpa pertimbangan. Untuk mengatasi dan mencegah terjadinya perilaku pembelian impulsif, serta lebih mampu mengendalikan diri.

E. Definisi Operasional

Untuk lebih mengetahui istilah pada variabel-variabel judul penelitian ini agar terhindar dari adanya kekeliruan dalam memahami istilah, peneliti akan memperjelas istilah tersebut dalam definisi operasional sebagai berikut:

1. Kontrol Diri

Averill mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan untuk mengubah perilaku, kemampuan yang dapat digunakan untuk mengelola informasi yang tidak diinginkan dan yang diinginkan, juga pengendalian diri dalam pengambilan keputusan.²⁶ Dari definisi tersebut, kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengelola implus, pikiran juga emosi, dan perilaku agar tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain. Adapun aspek-aspek kontrol diri menurut Averill mencakup, Kontrol Perilaku (*Behavior control*), Kontrol Kognitif (*Cognitive control*), dan Kontrol Keputusan (*Decesional control*).²⁷

²⁶ Sa'idatul Amaliyah Fithriyani et al., "Perilaku Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee Ditinjau Dari Kontrol Diri," *Universitas Esa Unggul: JCA Psikologi* 3, no. 1 (2022): 67.

²⁷ Fithriyani et al., "Perilaku Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee Ditinjau Dari Kontrol Diri," 67.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kemampuan mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari secara sadar dalam mengelola pikiran, implus, emosi dan perilakunya untuk mencapai tujuan jangka panjang. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana tingkat kontrol diri yang dimiliki mahasiswa, apakah tinggi, sedang, ataupun rendah.

2. *Impulsive buying*

Menurut Verplanken dan Herabadi, pembelian impulsif adalah pembelian yang tidak direncanakan dan didorong oleh emosi serta ketegangan mental.²⁸

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan *Impulsive buying* atau pembelian impulsif adalah membeli barang atau jasa secara spontan tanpa ada perencanaan matang sebelumnya, yang didasari oleh dorongan yang kuat dan perasaan senang untuk membeli barang tersebut. Menurut Verplanken dan Herabadi ada dua aspek penting dalam perilaku *impulsive buying*, yaitu aspek kognitif, dan aspek afektif.²⁹

Penelitian ini meneliti bagaimana perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari, apakah perilaku tersebut terjadi karena kurangnya perencanaan dan pertimbangan dalam memutuskan pembelian. Atau apakah perilaku

²⁸ Nada Fitria Siregar and Quroyzhin Kartika Rini, "Regulasi Diri dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online," *Jurnal Psikologi* 12, no. 2 (2019): 215, <https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2445>.

²⁹ Amaliyah, "Hubungan Antara Citra Diri dan Kontrol Diri dengan Kecenderungan Membeli Secara Impulsif (*Impulsive Buying*) Pada Mahasiswi UIN Walisongo Semarang"8.

tersebut terjadi karena adanya dorongan emosional atau keinginan sesaat seperti perasaan senang saat membeli.

F. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa terdahulu yang mempunyai hubungan atau relevan terhadap penelitian yang akan dilaksanakan, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Puspitasari, Siti Hafsa Budi Argiati, dan Flora Grace Putrianti dengan judul “*Impulsive buying* Ditinjau dari Kontrol Diri pada Mahasiswi Penggemar K-Pop di Yogyakarta”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan metode analisis data korelasi *product moment* dengan jumlah subjek sebanyak 80 mahasiswi. Hasil penelitian ini memperlihatkan hubungan negatif kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying* yang artinya semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki akan semakin rendah juga perilaku *impulsive buying*, begitu juga sebaliknya jika kontrol diri yang dimiliki rendah maka perilaku *impulsive buying* akan tinggi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying*. Akan tetapi pada penelitian ini sampelnya merupakan para mahasiswi penggemar *K-pop* sedangkan penelitian yang akan dilakukan sampelnya tidak difokuskan hanya kepada mahasiswi penggemar *K-pop*, namun dilakukan secara general yaitu kepada para mahasiswa fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nadya Muslimah dan Siti Azizah Rahayu dengan judul “*Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif Produk Fashion*”. Metode yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan jumlah subjek sebanyak 76 mahaiswi yang tinggal di kos. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 56,9% *fashion involvement* juga *shopping lifestyle* berpengaruh terhadap pembentukan perilaku pembelian impulsif, sedangkan 43,1% sisanya disebabkan oleh variabel lainnya. Penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sama-sama meneliti tentang *impulsive buying*, namun penelitian yang akan dilakukan tidak secara khusus meneliti *impulsive buying* terhadap produk tertentu seperti barang *fashion* seperti penelitian ini.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Arum dan Riza Noviana Khoirunnisa dengan judul “ Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Psikologi Pengguna *E-commerce Shopee*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis statistik parametrik korelasi *Produk Moment Pearson* dengan jumlah subjek sebanyak 131 mahasiswi. Hasil dari penelitian ini ada hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa psikologi pengguna *E-commerce Shopee*. Persamaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian ini adalah pada salah satu variabelnya, yaitu kontrol diri. Sedangkan perbedaannya ada pada variabel kedua, pada penelitian ini variabel keduanya adalah perilaku konsumtif, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan adalah perilaku *impulsive*

buying, dan juga pada penelitian ini hanya meneliti para pengguna *e-commerce* Shopee sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan tidak hanya meneliti pengguna atau pembeli dari *e-commerce* tertentu.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Nadhifah Amaliyah dengan judul skripsi "Hubungan Antara Citra Diri dan Kontrol Diri dengan Kecenderungan Membeli Secara Impulsif (*Impulsive Buying*) pada Mahasiswi UIN Walisongo Semarang". Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, jumlah populasinya sebanyak 2.338 dengan jumlah sampel sebanyak 342 orang. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa ada hubungan yang signifikan antara citra diri dengan kecenderunagn membeli secara impulsif pada mahasiswi UIN Walisongo. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti hubungan antara variabel kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying*. Sedangkan perbedaannya juga ada pada bagian variabel, yaitu pada penelitian ini ada tiga variabel yang diteliti, yaitu citra diri, kontrol diri dan pembelian impulsif. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti variabel yang digunakan hanya kontrol diri dan *impulsive buying*. Selain itu, sampel yang akan digunakan peneliti dengan penelitian ini juga berbeda, penelitian ini sampelnya adalah mahasiswi UIN Walisongo Semarang, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan mahasiswa fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin sebagai sampel.
5. Penelitian oleh Masdiana, dengan judul skripsi "Hubungan Antara Kontrol Diri dan *Impulsive Buying* Produk *Fashion* pada Siswa SMA Negeri 2 Aceh

Barat Daya”. Metode penelitian ini adalah kuantitatif ini melibatkan 532 partisipan dan 213 siswa. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif antara pengendalian diri dan pembelian impulsif di kalangan siswa SMA 2 Aceh Barat Daya. Studi ini dan penelitian yang akan dilakukan memiliki variabel yang sama tetapi akan dilakukan pada sampel yang berbeda. Jika partisipan penelitian ini adalah siswa, maka pada penelitian akan dilakukan sampel yang digunakan ialah mahasiswa.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah jawaban yang bersifat sementara atas pertanyaan pada bagian rumusan masalah.³⁰ Untuk mengetahui apakah hipotesis dapat diterima ataupun tidak dapat diterima maka akan dilaksanakan proses mengumpulkan data yang diperlukan. Yang mana pengumpulan data tersebut dilakukan dan diolah secara berurutan, sistematis atau terstruktur. Merujuk pada penjelasan latar belakang penelitian dan juga teori-teori yang digunakan, peneliti mengajukan hipotesis yaitu:

1. Hipotesis Alternatif (Ha)

Hipotesis alternatif, yaitu hipotesis yang menyatakan ada hubungan signifikan diantara kedua variabel. Yaitu ”Terdapat Hubungan antara Kontrol Diri dengan perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswa

³⁰ Samsu, *METODE PENELITIAN: Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development* (PUSAKA JAMBI, 2017), 135.

Angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin”

2. Hipotesis Nol (H₀)

Hipotesis Nol adalah hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungan antara kedua variabel. Yaitu ”Tidak ada Hubungan antara Kontrol Diri dengan perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Angkatan 2022 Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin”

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada penyusunan skripsi ini mencakup lima bab. Untuk mengetahui gambaran secara jelas juga menyeluruh penulis akan merinci sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bab I berupa bagian pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah terkait variabel kontrol diri dan *impulsive buying*. Kemudian dilanjutkan dengan rumusan permasalahan, tujuan dilakukannya penelitian, pentingnya penelitian, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian dan sistematika penulisan penelitian.
2. Bab II berisi Kajian teori juga bagan Kerangka pikir yang menjadi landasan teori berdasarkan permasalahan yang akan diangkat. Yang mana akan mencakup pengertian kontrol diri, faktor kontrol diri, aspek kontrol diri, pengertian *impulsive buying*, faktor *impulsive buying*, dan aspek *impulsive buying*.

3. Bab III berisi metode penelitian yang meliputi jenis juga pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik dalam mengumpulkan data, desain pengukuran penelitian dan teknik menganalisis data.
4. Bab IV berisi hasil dari penelitian beserta pembahasan yang akan menjadi dasar atas jawaban hipotesis penelitian.
5. Bab V merupakan bab penutup yang akan berisi kesimpulan juga rekomendasi yang akan disampaikan penulis sebagai penutup uraian pembahasan pada penelitian.