

# HUBUNGAN ANTARA REGULASI DIRI DENGAN IMPULSIVE BUYING PADA DEWASA AWAL

## RELATIONSHIP BETWEEN SELF-REGULATION AND IMPULSIVE BUYING IN EARLY ADULTHOOD

**Bramaningtyas Anisa Larasati Subroto<sup>1</sup>, Narastri Insan Utami<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Mercu Buana Yogyakarta

<sup>2</sup>tyasanisa82@gmail.com

<sup>12</sup>082199198852

### Abstrak

Belanja adalah kegiatan yang disukai banyak orang sehingga hal ini sangat melekat pada kehidupan masyarakat. Dewasa awal, yaitu transisi dari masa remaja ke masa dewasa serta mampu membangun kemandirian pribadi, ekonomi, melakukan perencanaan, dan memecahkan masalah secara efektif. Namun, kemandirian finansial ini dapat menyebabkan mereka menjadi konsumtif dan melakukan *impulsive buying*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara regulasi diri dengan *impulsive buying* pada dewasa awal. Hipotesis penelitian ini adalah adanya hubungan negatif antara regulasi diri dan *impulsive buying* pada dewasa awal. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah individu dewasa awal yang berusia 18-25 tahun sebanyak 96 subjek. Metode pengumpulan data menggunakan skala regulasi diri dan skala *impulsive buying*. Data dianalisis menggunakan metode korelasi *product moment* dengan hasil koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = -0,734 dengan  $p < 0,01$  maka dapat disimpulkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara regulasi diri dengan *impulsive buying*.

**Kata Kunci:** regulasi diri, *impulsive buying*, dewasa awal.

### Abstract

*Shopping is an activity that is enjoyed by many people so it is very embedded in people's lives. Early adulthood, which is the transition from adolescence to adulthood and is able to build personal, economic, planning, and problem-solving independence effectively. However, this financial independence can cause them to become consumptive and do impulsive buying. This study aims to determine the relationship between self-regulation and impulsive buying in early adulthood. The hypothesis of this study is that there is a negative relationship between self-regulation and impulsive buying in early adulthood. The subjects used in this study were early adult individuals aged 18-25 years as many as 96 subjects. The data collection method uses a self-regulation scale and an impulsive buying scale. The data were analyzed using the product moment correlation method with the results of the correlation coefficient ( $r_{xy}$ ) = -0.734 with  $p < 0.01$ , it can be concluded that there is a significant negative correlation between self-regulation and impulsive buying.*

**Keywords:** *self-regulation, impulsive buying, early adulthood.*

## PENDAHULUAN

Belanja adalah kegiatan yang disukai banyak orang sehingga hal ini sangat melekat pada kehidupan masyarakat (Larasati & Budiani, 2014). Menurut Faiz (dalam Emirna et al., 2021) keberagaman produk serta kemudahan dalam melakukan transaksi dan memilih barang dapat menyebabkan individu menjadi konsumtif. Berdasarkan survei databoks (2024) Indonesia berada pada peringkat 9 negara yang sering melakukan belanja *online*. Badan Pusat Statistik (BPS) (2024) menyatakan pengeluaran riil rata-rata per kapita masyarakat Indonesia meningkat 3,71% dari tahun 2023. Tingginya tingkat pembelian disebabkan karena pembelian dilakukan tidak lagi berdasarkan kebutuhan melainkan untuk memenuhi hasrat yang ada dalam diri individu (Fitri dalam Larasati & Budiani, 2014). Fenomena ini dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari individu dewasa awal karena mereka perlu memenuhi standar sosial (Pradipto et al., 2016). Selain itu, individu pada dewasa awal umumnya telah memiliki penghasilan sehingga kemampuan dalam melakukan pembelian lebih tinggi dari individu pada masa remaja (Emirna et al., 2021).

Dewasa awal, yaitu transisi dari masa remaja ke masa dewasa serta mampu membangun kemandirian pribadi, ekonomi, melakukan perencanaan, dan memecahkan masalah secara efektif (Santrock, 2011). Selama periode perkembangan ini, individu mengalami transisi dari ketergantungan finansial pada orang tua mereka menjadi mandiri secara finansial, sehingga mereka memiliki kendali penuh atas keuangan mereka (Pradipto et al., 2016). Namun, kemandirian finansial ini dapat menyebabkan mereka menjadi konsumtif dan melakukan *impulsive buying* (Henrietta, 2012). Dibandingkan kelompok usia lainnya individu dengan usia 18 hingga 25 tahun lebih sering belanja *online* (Gurning et al., 2025). Hasil survei dari kredivo dan *Katadata Insight Center* (KIC) (2020) 36% transaksi pada *ecommerce* di Indonesia dilakukan oleh individu dengan rentang usia 18-25 tahun. Menurut survei yang dilakukan kredivo dan *Katadata Insight Center* (KIC) (2024) individu berusia 18-25 memaknai 5,4% dari gaji untuk melakukan pembelian.

Menurut Verplanken dan Herabadi (2001) *impulsive buying* adalah pembelian irasional tanpa perencanaan dan terjadi dengan cepat diikuti dengan konflik pikiran dan dorongan emosional. Aspek-aspek *impulsive buying* (Verplanken & Herabadi, 2001) adalah aspek kognitif berupa kurangnya perencanaan, pemikiran, dan pertimbangan dalam proses pembelian dan aspek afektif berupa proses emosional yang dirasakan individu saat berinteraksi dengan produk.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Pratama et al (2024) dengan subjek penggemar K-pop sebanyak 373 orang didapatkan hasil sebanyak 20% subjek masuk dalam kategori *impulsive buying* tingkat tinggi. Dalam penelitian yang dilakukan Padji dan Rahayu (2023) dengan subjek

penggemar *K-pop* sebanyak 204 orang, 15,2% subjek masuk dalam kategori *impulsive buying* tinggi. Melalui penelitian yang dilakukan Puspitasari et al (2022) pada 80 *fans K-pop* sebanyak 55% *fans K-pop* memiliki tingkat *impulsive buying* yang tinggi.

Menurut Santrock (Zahra & Eryani, 2021) pada dewasa awal individu telah mencapai tahap pemikiran operasional sistemasi, di mana individu mampu melakukan perencanaan, masalah, dan pengambilan keputusan dengan baik. Pada tahap dewasa awal individu mampu mengambil keputusan secara rasional dan tidak dipengaruhi oleh keinginan yang bersifat impulsif (Pratiwi & Rahmasari, 2022). Selaras dengan pernyataan tersebut *impulsive buying* seharusnya tidak terjadi.

Terjadinya *impulsive buying* dipandang sebagai kegagalan mekanisme regulasi diri individu (Larose, 2001). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Jordan, Khotimah, dan Hakim (2023) regulasi diri memiliki hubungan negatif yang signifikan terhadap *impulsive buying* sehingga individu dengan tingkat regulasi diri dapat mengatur perilaku mereka ketika berbelanja dan dapat menentukan apa yang mereka butuhkan sedangkan individu dengan tingkat regulasi rendah cenderung mengabaikan risiko yang akan datang dan membeli berdasarkan perasaan mereka.

Woolfolk berpendapat bahwa regulasi diri memengaruhi perilaku individu (Jordan et al., 2023). Regulasi diri dapat menyebabkan *impulsive buying* dengan memengaruhi strategi yang digunakan individu untuk mengelola emosi dan perilaku mereka (Verplanken & Sato, 2011). Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian Siregar dan Rini (2019) pada subjek remaja perempuan bahwa regulasi diri memiliki hubungan negatif signifikan terhadap *impulsive buying*. Melalui penjelasan yang telah dipaparkan sebelumnya peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara regulasi diri dengan *impulsive buying* dengan subjek individu dewasa awal.

## **METODE**

Adapun kriteria subjek yang digunakan individu dewasa awal berusia 18-25 tahun. Skala likert digunakan sebagai metode pengumpulan data berisikan pernyataan dengan empat pilihan jawaban, yakni Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Instrument yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *impulsive buying* yang disusun oleh Putri (2022) dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,956 dan daya beda aitem 0,374-0,792. Skala regulasi diri yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek regulasi diri dari Baumeister & Vohs (2007) dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,911 dan daya beda aitem 0,390-0,739. Metode analisis untuk menguji hipotesis menggunakan korelasi *product moment* Karl Pearson dengan bantuan program Jamovi versi. 2.4.8.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data hasil penelitian dianalisis menggunakan analisis korelasi *product moment* dari Karl Pearson maka sebelum itu perlu dilakukannya uji prasyarat berupa uji normalitas dan uji linearitas (Wulansari, 2016). Uji normalitas Berdasarkan uji normalitas pada variabel regulasi diri diperoleh  $KS-Z = 0,135$  dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ) dan variabel *impulsive buying* diperoleh  $KS-Z = 0,104$  dengan  $p = 0,034$  ( $p < 0,05$ ). Data tersebut menunjukkan variabel regulasi diri dan *impulsive buying* tidak berdistribusi normal, namun peneliti menggunakan asumsi *Central Limit Theorem*. Mengutip dari Islam (2018) asumsi *Central Limit Theorem* menyatakan jumlah sampel besar dengan lebih dari 30 sampel ( $n \geq 30$ ) maka distribusi dianggap normal. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 96 sampel maka distribusi sampel dianggap normal.

Uji linearitas dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah regulasi diri dan *impulsive buying* memiliki hubungan yang linear. Hasil uji linearitas diperoleh  $F = 91.920$   $p = 0,000$  ( $p < 0,050$ ) artinya ada hubungan yang linear antara variabel regulasi diri dengan variabel *impulsive buying*.

Data hasil uji korelasi *product moment* menunjukkan nilai koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = -0,734 dengan  $p < 0,01$  maka dapat disimpulkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara regulasi diri dengan *impulsive buying*. Nilai  $r = -0,734$  juga menunjukkan bahwa antara regulasi diri dengan *impulsive buying* memiliki hubungan yang kuat (Wulansari, 2016), semakin tinggi regulasi diri, maka semakin rendah *impulsive buying*. Sebaliknya, semakin rendah regulasi diri, maka semakin tinggi *impulsive buying* pada dewasa awal. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang didapatkan pada penelitian sebesar 0,538 maka variabel regulasi diri menjelaskan sebesar 53,8% dari keseluruhan varian pada variabel *impulsive buying*., sedangkan sisanya sebesar 46,2% disumbangkan oleh varian dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara regulasi diri dengan *impulsive buying*, artinya semakin tinggi regulasi diri, maka semakin rendah *impulsive buying*. Sebaliknya, semakin rendah regulasi diri, maka semakin tinggi *impulsive buying* pada dewasa awal.

**Tabel 1.** Kategorisasi skor regulasi diri dan *impulsive buying*

Variabel	Skor	Kategorisasi	Subjek	
			N	Persentase
Regulasi Diri	$X \geq 63$	Tinggi	41	43%
	$42 \leq X < 63$	Sedang	40	42%
	$X < 42$	Rendah	15	15%
<i>Impulsive buying</i>	$X \geq 78$	Tinggi	22	23%
	$52 \leq X < 78$	Sedang	56	58%
	$X < 52$	Rendah	18	19%

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas subjek yaitu sebanyak 56 (58%) subjek berada dalam kategori sedang dalam variabel *impulsive buying* dan mayoritas subjek sebanyak 41 (43%) subjek berada dalam kategori tinggi dalam variabel regulasi diri. *Impulsive buying* berada pada kategori sedang berdasarkan hasil respon menunjukkan subjek mampu menentukan prioritasnya dengan hanya membeli barang yang dibutuhkan sesuai dengan daftar belanja yang ditetapkan berdasarkan alasan yang jelas, sebelum melakukan pembelian subjek melakukan perencanaan sebelumnya. Namun, sebagian subjek masih melakukan pembelian barang yang disukai tanpa adanya perencanaan, pertimbangan, dan melakukannya secara spontan. Mereka mudah tergiur oleh barang yang sedang promo dan mudah terpengaruh apabila orang lain banyak membeli barang tersebut.

Sebagian besar subjek memiliki tingkat regulasi diri pada kategori tinggi berdasarkan hasil respon artinya subjek mampu menentukan tujuan jangka panjang dan memiliki tekad untuk meraihnya, subjek dapat menyisihkan uang untuk kepentingan jangka panjang, mengatur keuangan, dan daftar belanja mereka, subjek juga dapat menyesuaikan perilaku sesuai dengan keadaan di sekitar. Namun sebagian kecil subjek tidak mencatat pengeluaran mereka, lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, tidak mengawasi pengeluaran, serta berbelanja di luar anggaran yang telah ditetapkan.

## KESIMPULAN

Melalui hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara regulasi diri dengan *impulsive buying* pada dewasa awal. Arti dari hubungan negatif ini adalah, semakin tinggi tingkat regulasi diri pada individu dewasa awal maka semakin rendah tingkat *impulsive buying*; sebaliknya semakin rendah tingkat regulasi diri maka semakin tinggi pula tingkat *impulsive buying* pada dewasa awal. Oleh karena itu, hipotesis pada penelitian ini yaitu terdapat hubungan antara regulasi diri dengan *impulsive buying* pada

dewasa awal. Variabel regulasi diri memberikan sumbangan sebesar 53,8% pada variabel *impulsive buying*, sedangkan sisanya sebesar 46,2% disumbangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Adapun saran yang dapat penulis berikan bagi subjek penelitian, disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan regulasi diri karena dapat mempengaruhi perilaku *impulsive buying* pada subjek. Hal ini dikarenakan regulasi diri memiliki korelasi negatif dengan *impulsive buying*. Untuk mencegah *impulsive buying* subjek dapat melakukan regulasi diri seperti menetapkan tujuan jangka panjang atau prioritas, membuat daftar belanja, menetapkan anggaran belanja, mengawasi dan mencatat pengeluaran, dan membentuk kontrol diri yang baik. Kemudian bagi peneliti selanjutnya, mengkaji faktor-faktor lain yang berhubungan dengan *impulsive buying*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. A. (2024). *10 Negara dengan Persentase Pengguna Internet yang Sering\* Belanja Online Tertinggi (Januari 2024)*. Diakses tanggal 4 Januari 2025 dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e909aa002dda25e/indonesia-masuk-jajaran-10-negara-paling-sering-belanja-online>
- Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2007). Self-Regulation, Ego Depletion, and Motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 1(1), 115–128. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2007.00001.x>
- Emirna, R., Ratnaningtas, A., & Adhandayani, A. (2021). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pada Dewasa Awal. *In Psychomunity Seminar Nasional Psikologi Esa Unggul*, 1(1).
- Gurning, P. S., Situngkir, E. Y., Manurung, D. P., Sagala, V. Y., Pasaribu, B., & Sianturi, R. (2025). Pengaruh Variabel Demografis terhadap Perilaku Konsumsi di Era Digital: Pendekatan Anova. *Jurnal Lingkar Pembelajaran Inovatif*, 6(1).
- Henrietta, P. (2012). Impulsive buying pada dewasa awal di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 11(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jpu.11.2.6>
- Irawati. (2024). *Konsumsi Meningkat, Rata-Rata Orang Indonesia Habiskan Rp12,3 Juta di 2024*. Infobanknews.Com. Diakses tanggal 4 Januari 2025 dari <https://infobanknews.com/konsumsi-meningkat-rata-rata-orang-indonesia-habiskan-rp123-juta-di-2024>
- Islam, M. R. (2018). Sample size and its role in Central Limit Theorem (CLT). *International Journal of Physics & Mathematics*, 1, 37–46. <https://doi.org/10.31295/ijpm.v1n1.42>
- Jordan, M., Khotimah, H., & Hakim, L. (2023). Regulasi Diri dengan Impulsive Buying: Studi

- Pada Mahasiswi Pengguna Shopee. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 7(September), 4174–4182.
- Larasati, Manggi. Budiani, M. (2014). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian secara Online. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 02(1), 1–8. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/11000>
- Larose, R. (2001). On the Negative Effects of E-Commerce: a Sociocognitive Exploration of Unregulated on-line Buying. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2001.tb00120.x>
- Padji, E. M., & Rahayu, M. N. M. (2023). Regulasi Diri dan Pembelian Impulsif Remaja Akhir Penggemar K-pop Dalam Membeli Merchandise K-pop. *GUIDENA: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan Dan Konseling*, 13(3), 527–538. <http://dx.doi.org/10.24127/gdn.v13i3.7637>
- 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>
- Pratama, M. N. P., Saudi, A. N. A., & Aditya, A. M. (2024). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Impulsive Buying Pada Penggemar K-Pop Usia Dewasa Awal Di Indonesia. *Jurnal Psikologi Karakter*, 4(1), 282–287. <https://doi.org/10.56326/jpk.v4i1.3536>
- Pratiwi, A., & Rahmasari, D. (2022). 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*. 10(01), 888–896.
- Puspitasari, D., Hafisah, S., Argiati, B., Putrianti, F. G., Psikologi, F., & Sarjanawiyata Tamansiswa, U. (2022). Impulsive Buying Ditinjau dari Kontrol Diri pada Mahasiswi Penggemar K-Pop di Yogyakarta *The Relationship between Self-Control with Impulsive Purchases College Student K-Pop Fans*. *JoPS: Journal of Psychological Students*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.15575/jops.v1i2.16977>
- Putri, T. A. (2022). Hubungan Antara Self Control Dan Kecerdasan Emosi Dengan Impulsive Buying Produk Fashion. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 1–23.
- Ruqayyah. (2024). *Mahasiswa Bersuara: Menyoal Gaya Hidup Konsumtif di Kalangan Generasi Z*. Bandungbergerak.Id. Diakses tanggal 4 Januari 2025 dari <https://bandungbergerak.id/article/detail/1597513/mahasiswa-bersuara-menyoyal-gaya-hidup-konsumtif-di-kalangan-generasi-z>
- Safitri, K., & Sukmana, Y. (2020). *Dua Generasi Ini Jadi Penyumbang Terbesar Transaksi E-*

- commerce di RI*. KOMPAS.Com. Diakses tanggal 4 Januari 2025 dari [https://money.kompas.com/read/2020/08/04/190000226/dua-generasi-ini-jadi-penyumbang-terbesar-transaksi-e-commerce-di-ri?page=all#google\\_vignette](https://money.kompas.com/read/2020/08/04/190000226/dua-generasi-ini-jadi-penyumbang-terbesar-transaksi-e-commerce-di-ri?page=all#google_vignette)
- Santrock, J. W. (2011). *LIFE SPAN Development* (13th ed.). New York: McGraw-Hill.
- 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>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.), 71–83. <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach. *Journal of Consumer Policy*, 34(2), 197–210. <https://doi.org/10.1007/s10603-011-9158-5>
- Wulansari, A. D. (2016). *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha.
- Zahra, F. B., & Eryani, R. D. (2021). Hubungan Antara Self-Monitoring Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Bandung. *Prosiding Psikologi*, 6(2), 399–403.