

**HUBUNGAN *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *SELF-CONTROL* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH
ANGKATAN 2020 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)
Fakultas Dakwah
Program Studi Psikologi Islam



Oleh:

Taradiva Maharani
NIM: 204103050044

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
MARET 2024**

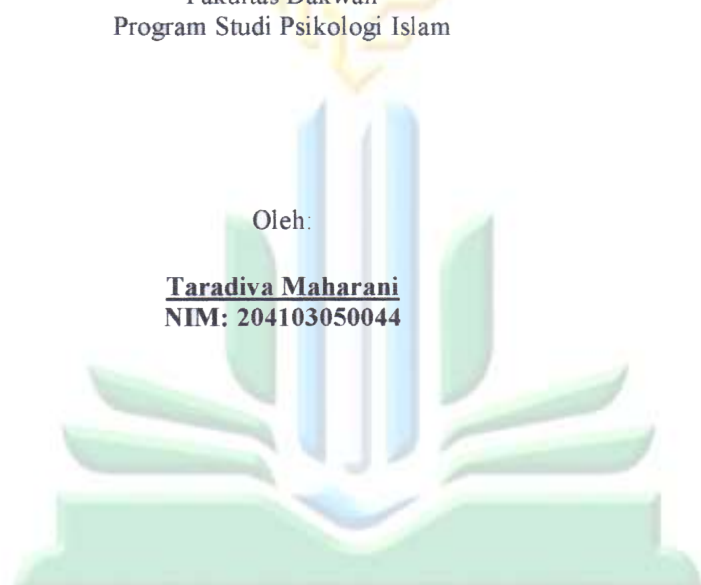
**HUBUNGAN *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *SELF-CONTROL* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH
ANGKATAN 2020 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)
Fakultas Dakwah
Program Studi Psikologi Islam

Oleh:

Taradiva Maharani
NIM: 204103050044



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Disetujui Pembimbing
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

Dr. Achmad Fathor Rosyid, S.Sos., M. Si.
NIP. 19870302211011014

**HUBUNGAN *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *SELF-CONTROL* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH
ANGKATAN 2020 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)
Fakultas Dakwah
Program Studi Psikologi Islam

Hari : Jum'at
Tanggal : 17 Mei 2024

Tim Penguji

Ketua

Arrumaisha Fitri, M. Psi.
NIP. 198712232019032005

Sekretaris

Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E., M.I.Kom.
NIP. 198110162023211011

Anggota:

1. Muhibbin, S. Ag., M. Si. ()

2. Dr. Achmad Fathor Rosyid, S.Sos., M. Si. ()

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Menyetujui

Dekan Fakultas Dakwah



Dr. Fawazul Umam, M. Ag
NIP. 197302272000031001

MOTTO

“Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar.”

– Umar bin Khattab¹



¹“30 Kata Bijak Umar Bin Khattab, Jadikan Motivasi Dalam Hidup,” accessed December 17, 2023, <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-6661126/30-kata-bijak-umar-bin-khattab-jadikan-motivasi-dalam-hidup>.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibu saya yang tercinta, Ibu Trisnandiyah Maradini., S.E., yang selalu mensupport, membimbing, mendidik, menjadi teman cerita, serta selalu memberikan arahan kepada saya. Dan selalu mengasihi saya dengan sepenuh hati.
2. Alm. Ayah saya, hanya bisa berdoa semoga ayah bahagia di surga Allah SWT dan bisa melihat bahagia dan bangga anaknya dari surga sana.
3. Adek saya, Tasqya Dwi Larasti, yang selalu mensupport saya.



KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar. Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni Zain, S.Ag., M.M., selaku Rektor Universitas Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
2. Bapak Dr. Fawaizul Umam, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
3. Ibu Arrumaisha Fitri, S.Psi.,M.Psi., selaku ketua Program Studi Psikologi Islam.
4. Bapak Dr. Achmad Fathor Rosyid, S.Sos., M. Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, kesempatan khusus dalam seminar proposal, saran dan bimbingan agar skripsi yang saya susun dapat terselesaikan dengan baik.
5. Segenap Dosen Fakultas Dakwah Universitas Islam Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember yang selama ini sudah memberikan ilmunya sehingga saya sampai pada titik mampu menyelesaikan studi ini dan memperoleh banyak pengalaman dari kolaborasi project yang pernah dilakukan.
6. Rekan -Rekan saya, khusus nya kelas Psikologi Islam 02, yang selalu Memberikan Support dan semangat.

7. Sahabat-sahabat saya, khususnya *Human Random Group* (Alysia, Dila, Isbad, Nadia, Hudi, Maryam), yang selalu memberikan support dan membantu saya.

Akhir kata, semoga segala amal baik yang telah Bapak/ Ibu dan saudara berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT. Selain bermanfaat bagi penulis, semoga karya ilmiah ini bisa juga menjadi manfaat bagi para pembaca. Aamiin ya robbal ‘allamin.

Jember, 10 Maret 2024



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI Penulis
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ABSTRAK

Taradiva Maharani, 2024: *Hubungan Impulsive Buying dengan Self-Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.*

Kata Kunci: *Self- Control, Impulsive Buying, Perilaku Konsumtif.*

Munculnya beragam platform digital, berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Tentunya aktivitas ini tidak terlepas dari digitalisasi yang semakin canggih, dan mendukung tercipta beragam platform atau aplikasi *e-commerce* yang semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitas jual-beli. kegiatan berbelanja memang sebuah hal yang umum dan lumrah dilakukan oleh masyarakat, khususnya bagi mahasiswa semua tidak terlepas dari kegiatan berbelanja, dalam beberapa kasus yang ditemui, seringkali mahasiswa melakukan kegiatan berbelanja dengan tidak memperhatikan skala prioritas kebutuhan individu. mahasiswa cenderung melakukan pembelian secara impulsive dan konsumtif. sehingga, setiap melihat tawaran-tawaran iklan dan promo *voucher* di aplikasi *e-commerce* atau *online shop*, cenderung mudah tergiur dan melakukan keputusan pembelian sesaat.

Rumusan masalah dalam penelitian ini untuk mengetahui 1) Apakah terdapat hubungan antara *impulsive buying* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020? 2) Apakah terdapat hubungan antara *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020? 3) Apakah terdapat hubungan *impulsive buying* dengan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020?.

Tujuan penelitian penelitian skripsi ini adalah 1) mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara *impulsive buying* dengan *self – control* mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020. 2)mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara *self – control* dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah 2020. 3)menganalisis apakah terdapat hubungan *impulsive buying* dengan *self – control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas dakwah angkatan 2020.

Metode penelitian ini menggunakan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian menggunakan deskriptif survey. dengan pengambilan teknik sampel *purposive sampling*. sampel yang digunakan sebanyak 186 orang mahasiswa dari Fakultas Dakwah angkatan 2020. metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi dan kuesioner, analisis data dengan melakukan uji korelasi dan regresi linier berganda.

Penelitian ini sampai pada simpulan bahwa hasil temuan peneliti, diperoleh hasil nilai signifikansi dari pengaruh simultan (X_1 dan X_2) terhadap Y adalah 0,000, yang lebih rendah dari 0,05, dan nilai F hitungannya adalah 93,493, yang melebihi nilai F tabel (3,05). karena itu, hipotesis H_3 diterima, yang mengindikasikan adanya pengaruh simultan (X_1 dan X_2) terhadap Variabel Y serta, uji korelasi berganda signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dengan interpretasi Derajat Hubungan Koefisien Korelasi kategori kuat karena memiliki nilai 0,71.

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Ruang Lingkup penelitian	10
F. Definisi Operasional.....	14
G. Asumsi Penelitian	18
H. Hipotesis penelitian.....	21
I. Sistematika Pembahasan	22
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	24
A. Penelitian terdahulu.....	24
B. Kajian Teori	37
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	54
B. Populasi dan Sampel	56
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	58
D. Analisis Data	71
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	77
A. Gambaran Objek Penelitian	77
B. Penyajian dan Analisis Data	80
C. Pembahasan.....	100
BAB V PENUTUP.....	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110

DAFTAR TABEL

No.Uraian	Hal
Tabel 2. 1 Deskripsi Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Responden Mahasiswa Fakultas Dakwah Angkatan 2020	57
Tabel 3. 2 Kategori dan Nilai Skala	59
Tabel 3. 3 Skala Blue Print Impulsive Buying.....	60
Tabel 3. 4 Skala Blue Print Self – Control.....	61
Tabel 3. 5 Skala Blue Print Perilaku Konsumtif	63
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Skala Impulsive Buying.....	64
Tabel 3. 7 Skala Blue Print Impulsive Buying setelah Uji Validitas	65
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Skala Self – Control	66
Tabel 3. 9 Skala Blue Print Self – Control setelah Uji Validitas	67
Tabel 3. 10 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif	68
Tabel 3. 11 Skala Blue Print Perilaku Konsumtif setelah Uji Validitas	68
Tabel 3. 12 Tabel Klasifikasi Koefisien Korelasi	69
Tabel 3. 13 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 3. 14 Hasil Uji Reliabilitas Impulsive Buying	70
Tabel 3. 15 Hasil Uji Reliabilitas Self-Control.....	70
Tabel 3. 16 Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif	71
Tabel 4. 1 Tabulasi Data Variabel Impulsive Buying.....	81
Tabel 4. 2 Tabulasi Data Variabel Self-Control.....	83
Tabel 4. 3 Tabulasi Data Perilaku Konsumtif.....	85
Tabel 4. 4 Deskripsi Statistik	87
Tabel 4. 5 Kategorisasi Tingkat Variabel	88
Tabel 4. 6 Hasil Uji Kategorisasi Variabel Impulsive Buying	89
Tabel 4. 7 Hasil Uji Kategorisasi Variabel Self-Control	89
Tabel 4. 8 Hasil Uji Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif.....	90
Tabel 4. 9 Pedoman Pengambilan Keputusan Uji Normalitas.....	91
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	92
Tabel 4. 11 Uji Linieritas Variabel <i>Impulsive buying</i> Terhadap Perilaku Konsumtif	93
Tabel 4. 12 Uji Linieritas Variabel <i>Impulsive buying</i> Terhadap Perilaku Konsumtif (Setelah di Tranformasi Log)	94
Tabel 4. 13 Uji Linieritas Variabel <i>Self-Control</i> Terhadap Perilaku Konsumtif	95
Tabel 4. 14 Uji Korelasi Berganda.....	95
Tabel 4. 15 Total dari masing-masing Variabel.....	96
Tabel 4. 16 Uji T	97
Tabel 4. 17 Uji F	98
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi.....	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era-Globalisasi dan serba digital yang semakin canggih, memberikan banyak pengaruh terhadap segala aktivitas manusia, salah satunya berpengaruh terhadap aktivitas jual beli masyarakat. dahulu masyarakat melakukan kegiatan jual beli dengan cara berkunjung ke toko atau swalayan yang dituju. Namun, saat ini masyarakat tidak perlu lagi berkunjung langsung ke toko atau swalayan, cukup menggunakan gadget (ponsel) atau elektronik pendukung, masyarakat mampu melakukan aktivitas jual beli secara baik.¹ Tentunya aktivitas ini tidak terlepas dari digitalisasi yang semakin canggih, mendukung tercipta beragam platform atau aplikasi jual beli elektronik yang semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatan aktivitas jual-beli. *E-commerce* adalah bentuk perdagangan elektronik yang melibatkan transaksi pembelian, penjualan, dan pemasaran produk menggunakan platform elektronik seperti internet atau jaringan komputer, dengan jangkauan yang meluas.²

Munculnya beragam platform digital, berpengaruh terhadap daya beli masyarakat, umumnya pada layanan jual beli dengan aplikasi *e-commerce* yang menggunakan cara mikro selebriti. Mereka menggunakan langkah

¹ "E-Commerce Adalah Kegiatan Jual Beli Online, Ini Penjelasannya - Nasional Katadata.Co.Id," accessed June 2, 2023, <https://katadata.co.id/intan/berita/620639c443064/e-commerce-adalah-kegiatan-jual-beli-online-ini-penjelasannya>.

² "E-Commerce Adalah Kegiatan Jual Beli Online, Ini Penjelasannya - Nasional Katadata.Co.Id."

tersebut untuk melakukan promosi terhadap produk, umumnya mikro selebriti ialah influencer di sosial media tertentu. pada tahun 2017, Smith menyebutkan dalam sebuah laporan bahwa survei statistik yang dilakukan oleh majalah Forbes menunjukkan bahwa sebanyak 92% konsumen memiliki kepercayaan lebih terhadap influencer dibandingkan iklan konvensional. Selain itu, pada tahun 2018, jumlah pembeli online di Indonesia mencapai 11,9% dari keseluruhan populasi dan mengalami peningkatan yang signifikan, dengan pertumbuhan antara 9,6% hingga 10,7%.³

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa masyarakat cenderung lebih minat melakukan transaksi jual beli secara online, serta tergiur oleh iklan yang dibawakan oleh influencer ataupun selebriti. Membahas tentang cara bertransaksi online, konsumen dan penjual tidak melakukan kegiatan transaksi secara tatap muka dan bertemu langsung, namun, cukup dengan menggunakan bantuan teknologi ataupun aplikasi individu sudah dapat melakukan pembelian dan bisa dilakukan dimanapun tanpa mengenal jarak, waktu, ataupun jam tutup. Hal ini tentunya memberikan pengaruh yang membuat konsumen merasa di manjakan oleh teknologi. Sehingga, konsumen merasakan kenyamanan dan kepuasan saat berbelanja online, tanpa perlu berkunjung ke toko secara langsung ataupun khawatir pada jam tutup dari toko yang dituju.

Di saat konsumen merasa nyaman dan puas karena dapat berbelanja online, tanpa perlu berkunjung ke toko secara langsung ataupun khawatir jam

³ Irfan Maulana, Jovanna Manulang, and Ossya Salsabila, "Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif Di Era Ekonomi Digital," *Majalah Ilmiah Bijak* 17 (April 1, 2020): 30, <https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.823>.

tutup dari toko yang dituju, di sisi lain pula pihak platform online juga sering memberi voucher gratis ongkir yang mampu menarik perhatian dari para konsumen.⁴ Dari hal ini, tentunya dapat menimbulkan perasaan kecanduan yang berakibat timbulnya perilaku *impulsive buying* dari suatu individu. Sesuai dengan ajaran dan firman Allah Subhanahu wa Ta'ala dalam surat Al-Isrā' [17]:26, yang berbunyi:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ ۖ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”. Q.S. Al-Isrā' [17]:26.⁵

Berdasarkan ayat diatas menyatakan, bahwa Allah SWT melarang umat muslim agar tidak bersikap boros atau tidak merogoh kocek tanpa pertimbangan yang matang, adalah hal yang di tekankan, dan bertujuan untuk mencegah pemborosan. Aturan ini bertujuan agar umat muslim memperlakukan keuangan mereka dengan bijaksana, menyesuaikan dengan kebutuhan dan pendapatan yang dimiliki. Mereka juga diingatkan untuk tidak menghambur-hamburkan harta kepada pihak yang tidak berhak menerimanya atau memberikan lebih dari yang seharusnya.⁶

Kegiatan berbelanja memang sebuah hal yang umum dan lumrah dilakukan oleh masyarakat. Khususnya bagi mahasiswa, semua tidak akan

⁴ Ibid.

⁵“Qur’an Kemenag,” accessed November 19, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=26&to=26>.

⁶“Qur’an Kemenag (Tafsir Tahlili),” accessed November 19, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=26&to=26>.

terlepas dari kegiatan berbelanja. Bagi sebagian mahasiswa kegiatan berbelanja sudah menjadi kebiasaan yang sulit dipisahkan dari mereka. Saat ini, banyak pelanggan atau konsumen mengubah cara mereka berbelanja menuju opsi yang lebih efisien dan modern dengan memanfaatkan teknologi komputer, yang dikenal sebagai belanja online atau *e-commerce*.⁷ Dalam beberapa kasus yang ditemui, seringkali mahasiswa melakukan kegiatan berbelanja dengan tidak memperhatikan skala prioritas kebutuhan individu. Mahasiswa cenderung melakukan pembelian secara impulsif dan konsumtif, sehingga setiap melihat tawaran-tawaran iklan dan promo voucher di aplikasi *e-commerce* atau *online shop* cenderung mudah tergiur dan melakukan keputusan pembelian sesaat.⁸

Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Manggi Asih Larasati dan Meita Santi Budiani, dengan Judul “Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan pembelian secara *Online*”. Penelitian ini menyatakan semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki oleh individu terkait, maka akan semakin rendah pula pembelian impulsif yang dilakukan.⁹

Teori motivasi (*motivation theory*) menyatakan bahwa perilaku masyarakat atau konsumen dalam membeli suatu barang atau produk karena

⁷ Manggi Asih Larasati, Meita Santi Budiani, “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online.”, *Character*.Vol 2. No 3(2014).

⁸ *Ibid*.

⁹ Manggi Asih Larasati, Meita Santi Budiani, “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online.”, *Character*.Vol 2. No 3(2014).

adanya dorongan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan individu terkait. Pada hakikatnya motivasi merupakan tenaga penggerak dalam diri individu untuk melakukan segala aktivitas ataupun tindakan yang diambil, yang pada dasarnya individu mempunyai hasrat dan keinginan.¹⁰ Teori motivasi ini diperkuat oleh piramida Maslow, yang dikenal sebagai teori motivasi Maslow. Teori ini membagi kebutuhan kedalam lima hierarki tingkat kebutuhan manusia, yaitu kebutuhan fisiologis (*physiological-needs*), kebutuhan akan keamanan (*safety-needs*), kebutuhan akan sosial (*social-needs*), kebutuhan akan penghargaan (*esteem-needs*), dan aktualisasi diri (*self-actualization*).¹¹ Selain itu, teori kedua yaitu teori pembelajaran (*learning theory*), berpandangan bahwa perilaku individu terbentuk karena adanya proses pembelajaran terdahulu, sehingga hasil pembelajaran individu tersebut merupakan akumulasi dari pengalamannya terdahulu. Teori pembelajaran ini dikembangkan oleh beberapa tokoh, yaitu Ivan Pavlov dan B.F. Skinner.¹²

Tantangan dan permasalahan yang dihadapi individu yang memiliki *self-control* (kontrol diri) rendah cenderung mudah tergiur dan membeli barang – barang yang tidak diperlukan secara spontan tanpa berfikir panjang ataupun menyeleksi terlebih dahulu. Individu akan membeli apa yang dilihat oleh sensori mata sangat menarik menurutnya dan tergiur oleh iklan-iklan yang dirasa menarik perhatian individu, dan tak jarang pula hingga menimbulkan *impulsive buying*. Berkaitan dengan hal tersebut, jika individu

¹⁰ Mashur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makassar: Alauddin University Press, 2016):9.

¹¹ Ibid

¹² Ibid

yang memiliki *self-control* rendah akan cenderung tergiur dan spontan dalam pengambilan keputusan pembelian, dan tak jarang menimbulkan perilaku konsumtif.¹³ Adapun individu yang memiliki *self-control* (kontrol diri) tinggi, tidak akan mudah tergiur ataupun mudah terpengaruh oleh iklan-iklan yang dilihat ataupun tawaran. Individu akan berfikir terlebih dahulu serta menyeleksi sebelum mengambil keputusan untuk pembelian barang tersebut.

Hal ini pun juga dirasakan dikalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara sementara peneliti terhadap 7 mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 terlihat 4 mahasiswa cenderung kurang cakap dalam mengatur pengeluarannya secara baik, apalagi disaat mereka mendapat kiriman uang dari orang tua ataupun pihak keluarga individu yang bersangkutan. Tawaran diskon, voucher, ataupun *flash sale* bagi sebagian mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 adalah sebuah kesempatan emas untuk melakukan kegiatan berbelanja, baik *outfite*, produk *skin care*, makanan, dan lain-lain. Mereka mengungkapkan bahwa promo dan voucher merupakan kesempatan untuk dapat berbelanja dengan harga yang murah dan memuaskan. Dengan mendapatkan promo dan voucher, otomatis individu akan mendapatkan potongan harga yang cukup miring dan hemat dibandingkan dengan harga asli. Hal ini tentunya mendorong individu berperilaku konsumtif dan

¹³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Cet. 1 Ed. 2 (Ghalia Indonesia, 2011), 4.

mengakibatkan pembelian secara *impulsive* tanpa berfikir terlebih dahulu. Sehingga, mendorong individu berperilaku konsumtif dan mengakibatkan pembelian secara *impulsive* tanpa berfikir terlebih dahulu.

Pembelian impulsif di kalangan mahasiswa terpengaruh oleh sejumlah faktor, termasuk atribut produk yang ingin dibeli dan metode pemasaran yang digunakan. Seperti : tawaran promo, iklan, diskon, dan lain lain, serta karakteristik konsumen itu sendiri.¹⁴ Hasil wawancara lanjutan sementara peneliti tetap terhadap responden yang sama, 5 responden menyatakan karakteristik pemasaran adalah hal yang berpengaruh didalam keputusan pembelian individu terkait. Sebagian dari mereka juga menyatakan bahwa promo dan diskon adalah hal yang paling dinanti untuk melakukan pembelian. Tawaran gratis ongkir dan potongan harga dari beberapa *platform digital / online shop* adalah hal yang sangat menarik serta menguntungkan bagi mereka. Sedangkan 2 sisanya menyatakan bahwa iklan juga merupakan hal yang menarik tetapi mereka akan lebih memikirkan terlebih dahulu kualitas produk dan disesuaikan oleh kebutuhan serta *budget* atau uang yang dipunya sebelum melakukan pembelian tersebut. Karena mereka berfikir bahwa skala kebutuhan adalah hal yang utama dari pada melakukan pembelian sesaat. Sehingga, dapat dilihat sekilas bahwa setiap individu memiliki keputusan pembelian yang berbeda, serta bagaimana *self-control* mempengaruhi individu terkait dalam menentukan pembelian.

¹⁴ Wenny Wulandari, "The Effects Of Self Control To Impulsive Buying In Buying Fashion Products On Boarding Students," *International Journal For Social Studies* Volume 04, No. Issue 08 (August 2018): 19–25.

Penelitian ini dilakukan karena peneliti peduli dan kritis terhadap permasalahan yang terjadi. Peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana hubungan *impulsive buying* dengan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq. Karena peneliti yakin, bahwa setiap individu memiliki tingkat kontrol diri yang berbeda-beda dalam pengambilan keputusan pembelian, sehingga peneliti ingin melihat bagaimana kecenderungan mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 didalam pengambilan keputusan pembelian. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian “**Hubungan *Impulsive Buying* dengan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember**”.

B. Rumusan Masalah:

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat hubungan antara *impulsive buying* dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020?
2. Apakah terdapat hubungan antara *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020?
3. Apakah terdapat hubungan *impulsive buying* dengan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara *impulsive buying* dengan *self – control* mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember angkatan 2020.
2. Mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara *self – control* dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember angkatan 2020.
3. Menganalisis apakah terdapat hubungan *impulsive buying* dengan *self – control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember angkatan 2020.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini meliputi:

- a. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan kepada pembaca mengenai hubungan antara *impulsive buying* dengan *self- control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi tertulis bagi pembaca.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian lanjutan dengan topik serupa.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pembaca
 - a. Hasil penelitian dapat dijadikan pertimbangan untuk lebih memperhatikan hal-hal yang berpengaruh terhadap tingkat konsumtif mahasiswa baik dari segi *self-control* dan *impulsive buying*.
 - b. Hasil penelitian dapat dijadikan pertimbangan bagi mahasiswa untuk mengetahui bagaimana *impulsive buying* dan *self-control* dapat berpengaruh terhadap tingkat konsumtif.
 - c. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sarana sumber informasi mahasiswa untuk menjadi salah satu sumber pengetahuan dan informasi.
2. Bagi instansi Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat dan wawasan yang baik dan positif, sehingga mampu memberikan kontribusi yang bersifat ilmiah terutama dalam judul penelitian kali ini.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Variabel pada penelitian ini, menggunakan tiga variabel. Diantaranya variabel *self-control* (variabel bebas), variabel *impulsive buying* (variabel moderator), dan perilaku konsumtif (variabel terikat).

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah objek terkait yang digunakan dalam penelitian dan menjadi fokus penelitian untuk dikaji. Adapun variabel penelitian pada penelitian kali ini, sebagai berikut;

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas, yang juga dikenal sebagai variabel *antecedent*, adalah variabel yang bertindak sebagai prediktor yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel ini bersifat independen dan memiliki kemampuan untuk memengaruhi variabel terikat.¹⁵ Variabel bebas dapat diistilahkan dengan huruf X. Pada penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah *impulsive buying*.

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat merupakan variabel konsekuen atau *output*. Pada variabel ini merupakan variabel yang mendapat pengaruh dari variabel bebas atau dapat di katakan sebagai variabel konsekuen dari pengaruh variabel bebas.¹⁶ Variabel terikat dapat diistilahkan dengan huruf Y. Variabel terikat pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif.

c. Variabel Moderator

Variabel moderator atau umumnya ditullis variabel X_2 merupakan variabel yang bertujuan untuk memperkuat atau memperlemah diantara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*), variabel ini umumnya di juluki dengan variabel

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 39.

¹⁶ Sugiyono, 39

kontingensi, karena variabel ini memiliki tipe variabel yang memiliki pengaruh terhadap arah, sifat, ataupun karakteristik antar variabel.¹⁷

Variabel yang digunakan adalah *self – control*.

2. Indikator Variabel

Indikator variabel merupakan proses dalam pengukuran pergeseran dalam penelitian melibatkan indikator sebagai faktor yang memberikan panduan kepada peneliti tentang skenario tertentu.¹⁸ Pada penelitian ini, menyesuaikan terhadap jumlah variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Yaitu terdapat 3 variabel (variabel bebas, variabel terikat, dan variabel moderator). Adapun indikator variabel bebas (*impulsive buying*) dalam penelitian ini, terdiri atas 2 indikator, yaitu aspek kognitif dan aspek afektif. Pada variabel moderator (*self- control*) terdiri dari 3 indikator, yaitu *behavioural control*, *cognitive control*, dan *decisional control*. Pada variabel terikat terdiri dari 2 indikator, yaitu mengkonsumsi barang secara berlebihan dan mencapai kepuasan semata.

a. Variabel *Impulsive Buying*

Impulsive buying atau pembelian impulsif adalah kebiasaan individu untuk membeli barang tanpa pertimbangan yang cermat dan kurang melibatkan pemikiran yang jernih. Atau dalam arti lain adalah tingkah laku individu dalam memutuskan pembelian terhadap suatu barang tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu secara baik, dan

¹⁷ Sugiono, “Konsep, Identifikasi, Alat Analisis Dan Masalah Penggunaan Variabel ,” *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 1, No. 2 (2004): 61.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*, 67.

cenderung spontan.¹⁹ Dalam hal ini akan melihat bagaimana tingkat impuls dan intensitas tinggi, mempengaruhi kegembiraan individu serta tidak peduli akan konsekuensi yang terjadi di kemudian hari.

b. Variabel *Self control*

Hurlock pada tahun 1980 menyatakan, bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan, mengarahkan, dan mengatur perilaku dengan menggunakan pemikiran rasional untuk mencapai hasil yang menguntungkan.²⁰ Adapun definisi dari kajian *self-control* dijelaskan sebagai berikut:

1. *Self-control* memiliki pengaruh positif terhadap mahasiswa.

Dalam keterkaitannya, *self-control* sendiri tentunya dimiliki oleh setiap individu. Menurut Colhoun dan Acocella pada tahun 1990, kontrol diri lebih menekankan terhadap bagaimana individu atau personal mampu membentuk diri dan menekankan diri untuk mengatur segala tingkah laku baik dari sisi fisik dan psikologis, agar tidak terjadi suatu impuls yang merugikan.²¹ Jika dikaitkan terhadap tujuan penelitian, apakah *self-control* ini memberikan pengaruh yang positif terhadap mahasiswa. Karena dalam hal ini *self-control* mampu mencegah suatu impuls dari individu, baik

¹⁹ Anastasia Anin F., Rasimin Bs., & Nuryati Atamimi, "Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja," *Jurnal Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada* Volume 35, No. 2 (2019): 181–93.

²⁰ Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, Edisi Kelima (Jakarta: Erlangga, 2002), 246–249.

²¹ Ramadona Dwi Marsela dan Mamat Supriatna, "Kontrol Diri : Definisi Dan Faktor," *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research* (Vol.3, No.2, (Agustus 2019): 65–69.

dalam tingkah laku serta mampu membimbing dan mengarahkan bentuk perilaku individu terkait kearah konsekuensi positif.²²

2. *Self-control* memiliki pengaruh negatif terhadap mahasiswa.

Dalam keterkaitan *self-control* ini, jika individu tidak mampu mencegah dorongan impuls yang diterima maka akan membawa individu ke arah konsekuensi negatif. Hal ini dapat dilihat dari hasil *feedback seeking*.²³

c. Variabel Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang berdasarkan keinginan dan dilakukan secara berlebihan tanpa memikirkan jangka panjang dan cenderung menimbulkan pemborosan. Gumulya & Widiastuti menjelaskan konsumtif merupakan mengkonsumsi barang ataupun jasa secara berlebih berdasarkan hasrat kesenangan saja.²⁴ Dari aspek perilaku konsumtif di dalamnya terdapat *non-rational buying* yang salah satu hal di cari adalah kenyamanan fisik, dimana hal tersebut di latar belakang oleh sifat individu yang cenderung mudah ikut arus.²⁵

F. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono, definisi operasional merupakan suatu atribut atau nilai objek yang memiliki variasi tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti

²² Ibid

²³ Ibid

²⁴ Atika Rani Astasari and Alimatus Sahrah, "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Membeli Impulsif Pada Remaja Putri," N.D., 1–12.

²⁵ Eni Lestarina, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny, & Desi Harlina, "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja, Lestarina, Jrti (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)," 1–6, <https://jurnal.licet.org/index.php/jrti/article/view/210/251>.

untuk diamati, dikaji, dan diproses oleh peneliti sehingga nantinya menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat di simpulkan.²⁶ Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, definisi operasional pada pembahasan ini sebagai berikut :

1. *Impulsive Buying*

Impulsive buying berdasarkan teori Verplanken dan Herabadi pada tahun 2001 menyatakan sebagai tindakan pembelian yang tidak di rencanakan sebelumnya, di tandai dengan dorongan yang tiba-tiba, kuat, dan mantap untuk segera membeli, terjadi secara spontan ketika menemui produk tertentu, serta disertai dengan perasaan kegembiraan atau antusiasme.²⁷

Pada rancangan penelitian ini, *impulsive buying* merupakan kondisi dimana individu melakukan pembelian yang tidak di rencanakan sebelumnya, serta berlebihan dan tiba-tiba merasakan dorongan yang kuat untuk membeli suatu barang dengan segera. Pembelian impulsif cenderung dilakukan tanpa mempertimbangkan konsekuensinya, serta di dasarkan pada dorongan hati yang kuat tanpa memikirkan skala prioritas. *Impulsive buying* pada penelitian ini dispesifikan pada mahasiswa Fakultas Dakwah yang suka melakukan kegiatan pembelian, baik secara online maupun konvensional. Mahasiswa yang memiliki tingkat *impulsive buying* rendah, cenderung memiliki skala prioritas dan tidak mudah tergiur oleh tawaran ataupun iklan. Sedangkan mahasiswa yang memiliki tingkat *impulsive*

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 38.

²⁷ Paulus Henrietta, "Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta," *Jurnal Psikologi* 11, No. 2 (October 2, 2012): 6.

buying tinggi, akan mudah terpengaruh dan tergiur oleh tawaran ataupun iklan tanpa melakukan observasi dan tidak berfikir panjang, serta cenderung tidak memiliki skala prioritas disaat melakukan kegiatan pembelian.

2. *Self – Control*

Self – control berdasarkan teori averill pada tahun 1973, *self-control* merupakan variabel psikologis yang relatif sederhana karena melibatkan tiga konsep yang berbeda namun saling terkait. Yaitu kemampuan individu untuk mengubah perilaku merujuk pada kapasitas seseorang untuk mengatur atau mengontrol tindakan mereka, kemampuan seseorang untuk mengelola dan mengontrol pikiran atau informasi yang tidak diinginkan, serta kemampuan untuk memilih tindakan berdasarkan keyakinan.²⁸

Pada rancangan penelitian ini, mengartikan *self – control* sebagai keterampilan personal atau individu yang melibatkan kemampuan untuk mengatur dan mengelola perilaku berdasarkan situasi kondisi tertentu, serta kapasitas untuk mengarahkan keinginan dan kepuasan pada tujuan-tujuan individu. Banyak faktor yang berperan dalam pengaturan *self-control*, namun secara keseluruhan pengendalian diri dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal individu. Penelitian ini di spesifikkan terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020, yang dimana setiap

²⁸ Mikha Meyanti, "Averill J R. Personal Control Over Aversive Stimuli And Its Relationship To Stress. Psychol. Bull. 80:286-303, 1973," Accessed November 8, 2023, https://www.academia.edu/33432027/Averill_J_R_Personal_Control_Over_Aversive_Stimuli_And_Its_Relationship_To_Stress_Psychol_Bull_80_286_303_1973.

individu terkait memiliki cara berpikir, berpandangan, dan mengatur diri yang berbeda. Terutama didalam melakukan kegiatan berbelanja serta keputusan pembelian. Mahasiswa atau individu yang memiliki *self-control* tinggi, mereka umumnya lebih bijak dalam melakukan keputusan pembelian ataupun penggunaan jasa. Begitu pun sebaliknya, individu yang memiliki *self-control* rendah akan kurang bijak dalam mengelola keuangan dan pengambilan keputusan pembelian.

3. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif berdasarkan teori tambunan pada tahun 2001, dapat di definisikan sebagai keinginan yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa tanpa mepedulikan kegunaan, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak, dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status.²⁹

Pada rancangan penelitian ini, perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli dan menggunakan jasa, namun tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, serta umumnya kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas. Di mana individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan, sehingga menimbulkan inefisiensi biaya akibat dari pembelian dan penggunaan jasa secara berlebihan. Penelitian ini di spesifikkan terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020, di mana setiap individu terkait memiliki tingkat dorongan

²⁹ Henky S. Pratama, "Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Merchandise Liverpool Pada Anggota Suporter Klub Sepakbola Liverpool Di Bekasi," Jurnal Psikologi 10. No 2 (Desember 2017).

dan motivasi yang bermacam-macam dengan melakukan pembelian tiada batas, serta lebih cenderung mementingkan rasional dan keinginan secara sepihak tanpa melihat kebutuhan yang dibutuhkan.

G. Asumsi Penelitian

1. Hubungan Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying*

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 3 variabel. Variabel tersebut diantaranya adalah variabel X dengan teori *impulsive buying*, variabel Y dengan teori perilaku konsumtif, dan variabel moderator dengan teori *self-control*. Menurut Charlie Chaplin menyatakan bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk mengarahkan perilaku kita sendiri dengan menahan dan menghambat dorongan atau perilaku yang muncul secara spontan.³⁰ Sementara *impulsive buying* merupakan fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang dilakukan tanpa sadar baik oleh laki-laki maupun perempuan.³¹

Pada penelitian terdahulu ditemukan hasil negatif yang menunjukkan bahwa penelitian control diri memiliki nilai sig. 0,012 ($p > 0,05$) dengan koefisien korelasi -0,220,69. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *impulsive buying* memiliki hubungan negatif dengan variabel kontrol diri walaupun berkorelasi lemah.³² Maka pada penelitian ini kontrol diri tidak terdapat hubungan dengan *impulsive buying* yang di

³⁰ Haryanti Tri Darmi Titisari, "Hubungan Antara Penyesuaian Diri Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Delikuen Pada Siswa Sma Muhammadiyah 1 Jombang," *Psikodimensia* 16, No. 2 (2017): 131–41.

³¹ Rasulika Septila Dan Eka Dian Aprilia, "Impulse Buying Pada Mahasiswa Di Banda Aceh," January 1, 2018.

³² Putu Arinda Sulistyawati, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Kecenderungan Impulsive Buying Remaja Akhir Putri Pada Produk Fashion", (Yogyakarta, 2016): 54.

mungkinan karena pengaruh alam bawah sadar mereka untuk membeli suatu barang seperti melalui iklan yang sangat menggairahkan tingkat kontrol diri mereka.

2. Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif

Menurut Chaplin, kontrol diri adalah kapasitas untuk mengarahkan tindakan individu sendiri dengan menahan dan menghalangi dorongan atau perilaku yang spontan. Adapun Suyasa dan Fransisca menggambarkan perilaku konsumtif sebagai pembelian barang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi untuk memenuhi keinginan, yang sering dilakukan secara berlebihan dan mengakibatkan pemborosan serta tidak efisien dalam pengeluaran.³³

Ditemukan pada penelitian terdahulu bahwa diperoleh hasil koefisien korelasi antara *self-control* dengan perilaku konsumtif sebesar -0,983 dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Maka dapat disimpulkan koefisien korelasi tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian menyatakan adanya hubungan negatif antara *self-control* dengan perilaku konsumtif mahasiswa remaja dapat diterima.³⁴ Hal tersebut dapat dimungkinkan bahwa perilaku dari mahasiswa tersebut memiliki kepribadian yang mungkin terdorong dari orang sekitar dan lingkungannya.

³³ Eni Lestarina, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny, & Desi Harlina, "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja", *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 1–6 Vol 2 .No.2 (2017).

³⁴ Ibid

3. Hubungan Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* dan Perilaku Konsumtif

Chaplin berpendapat bahwa definisi dari kontrol diri merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dalam menekan dan merintangai impils atau tingkah laku yang bersifat impulsif.³⁵ *Impulsive buying* merupakan fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang dilakukan tanpa sadar baik oleh laki-laki maupun perempuan.

Pada penelitian terdahulu, peneliti mengkombinasikan bahwa hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku *impulsive buying* ditemukan hasil analisis korelasi kontrol diri terhadap *impulsive buying*. Dengan menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh variabel kontrol diri dan pembelian impulsif adalah $p = 0,000$ ($p < 0,05$), dengan koefisien korelasi sebesar $r = -0,496$.³⁶ Sementara pada hubungan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, berdasarkan penelitian diperoleh hasil analisa dari korelasi antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif sebesar 0,144 dengan signifikansi (p) = 0,167 ($p > 0,05$).³⁷ Dalam kombinasi tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kontrol diri terhadap *impulsive buying* dan perilaku konsumtif bahwa keduanya sama-sama memiliki korelasi negatif, artinya menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kontrol diri terhadap *impulsive buying* dan konsumtif yang kemungkinan faktornya

³⁵ J.P. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi*, (Jakarta: Grafindo, 2006) : 43.

³⁶ Manggi Asih Larasati, Meita Santi Budiani, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online.", *Character*. Vol. 02 No.3 (2014).

³⁷ Risa Salsabila And Suci Rahma Nio, "Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum UBH Pengguna Shopee," *Jurnal Riset Psikologi* 2019, No. 4 (December 19, 2019).

adalah mereka memiliki kontrol diri yang rendah sehingga mereka mengalami kesulitan pada membatasi diri mereka untuk melakukan pembelian yang tidak perlu dan memiliki kewenangan sepenuhnya atas hal tersebut.

Sehingga asumsi penelitian ini adalah adanya faktor yang mempengaruhi individu melakukan *impulsive buying* dan mengakibatkan perilaku konsumtif ialah rendahnya *self-control* yang dimiliki mahasiswa terkait di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang dikemukakan oleh peneliti sebelum melaksanakan penelitian. Uji hipotesis dilakukan jika hasil dari uji normalitas dan linieritas terpenuhi. Dalam menguji hipotesis, diperlukan analisis korelasi antara variabel yang digunakan dalam penelitian.³⁸ Maka berdasarkan pada uraian diatas , dapat disimpulkan bahwa:

Hipotesis alternatif (H_a) = Terdapat hubungan *impulsive buying* dengan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

³⁸ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan Edisi Keempat* (Jakarta: Kencana, 2017), 130.

Hipotesis nol (H_0) = Tidak terdapat hubungan *impulsive buying* dengan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

I. Sistematika Pembahasan

Berikut adalah sistematika pembahasan yang ada dalam penelitian tentang hubungan *impulsive buying* dengan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

BAB I terdiri dari pendahuluan. Pada pendahuluan akan mengurai penjelasan singkat dari keseluruhan yang akan dibahas, kemudian dituangkan untuk di kaji ke bab selanjutnya. Di dalam bab ini, terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian yang terbagi menjadi dua sub yaitu variabel penelitian dan indikator variabel, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

BAB II yaitu di paparkan kajian pustaka. Di dalam bab dua, akan berfokus untuk membahas penelitian terdahulu. Secara khusus, di masukkan hasil-hasil penelitian dan kajian teori yang berkaitan dengan “ Hubungan *impulsive buying* dengan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember”.

Bab III akan menyajikan metode penelitian yang berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen yang digunakan dalam penelitian, serta analisis data.

BAB IV dalam bab empat, disajikan mengenai penyajian data dan analisis data. Bab ini akan menguraikan dan menjelaskan mengenai gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, serta pembahasan dari temuan penelitian.

BAB V berisi mengenai penutup. Pada bab lima ini, membahas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil latar belakang dan rumusan masalah. dan juga akan tersaji beberapa saran berkaitan dengan hasil riset bersangkutan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti guna mengetahui bagaimana hasil dari fenomena yang diangkat oleh peneliti, dan juga sebuah upaya untuk menemukan ide dan inspirasi baru untuk penelitian dikemudian hari, dan juga dapat sebagai kajian untuk penelitian selanjutnya dalam membuat atau menghasilkan karya dan dapat menunjukkan sisi orisinalitas bagi penelitian berikutnya. Adapun penelitian kali ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh peneliti guna mengetahui bagaimana hasil dari fenomena yang diangkat oleh peneliti, dan juga sebuah upaya untuk menemukan ide dan inspirasi baru untuk penelitian dikemudian hari, dan juga dapat sebagai kajian untuk penelitian selanjutnya dalam membuat atau menghasilkan karya dan dapat menunjukkan sisi orisinalitas bagi penelitian berikutnya. Adapun penelitian kali ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Jurnal karya Nita Nilam Sari dan Nur Irmayanti, dengan judul “Hubungan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* pada Mahasiswa”.³⁹ Penelitian yang dilakukan oleh Nita Nilam Sari dan Nur Irmayanti, merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian

³⁹ Nita Nilam Sari Dan Nur Irmayanti, “Hubungan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa”, Jurnal Psikologi Wijaya Putra, Vol.2 No.2, (November 2021).

kuantitatif, dengan menggunakan desain kuantitatif korelasional. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan populasinya adalah mahasiswa remaja dan sampel yang digunakan sebanyak 70 mahasiswa remaja dengan rentang usia 18-22 tahun. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan alat atau media kuesioner dan observasi sebagai penunjang utama dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan skala *self-control* sebagai variabel X (variabel bebas) dan perilaku konsumtif sebagai variabel Y (variabel terikat). Hasil dari angket tersebut kemudian di uji, dan analisis data menggunakan *product moment correlation coefficient*.

Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa. Dengan hasil penelitian menunjukkan korelasi sebesar 0,983 dengan signifikansi 0,000 karena signifikansi ($<0,05$). Berdasarkan derajat hubungan nilai *pearson correlation* pada penelitian ini menunjukkan derajat hubungan korelasi sempurna. Dengan signifikansi 0,000.

Perbedaan pada penelitian skripsi peneliti dengan penelitian Nita Nilam Sari dan Nur Irmayanti, dengan judul “Hubungan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* pada Mahasiswa”, adalah terletak pada jumlah variabel dan pengambilan sampel. Pada penelitian skripsi ini, peneliti menggunakan tiga variabel yaitu variabel *impulsive buying* (variabel bebas), *self-control* (variabel moderator), dan perilaku

konsumtif (variabel terikat). Sedangkan pada penelitian Nita Nilam Sari dan Nur Irmayanti, menggunakan dua variabel yaitu *self-control* (variabel bebas) dan perilaku konsumtif (variabel terikat).

Adapun persamaan pada penelitian ini, sama sama ingin mengetahui apakah terdapat hubungana antar variabel terkait, menggunakan teknik penelitian dengan metode kuantitaif, pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling* menguji nilai korelasi dan menentukan hipotesis untuk dapat diambil sebuah keputusan.

2. Jurnal karya Ririn Anggreini dan Sulis Mariyanti, dengan judul “Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul”.⁴⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Ririn Anggreini dan Sulis Mariyanti, merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif non-eksperimental, dengan menggunakan metode korelasional. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, dengan populasi nya adalah seluruh mahasiswi dari seluruh fakultas di Universitas Esa Unggul angkatan 2010-2012 reguler aktif. Dengan jumlah sampel yang di gunakan sebanyak 101 mahasiswa remaja. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan alat atau media kuesioner dan observasi sebagai penunjang utama dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan skala *self-control* sebagai variabel X (variabel bebas) dan perilaku konsumtif sebagai variabel Y (variabel terikat) dengan

⁴⁰Ririn Anggreini Dan Sulis Mariyanti, “ Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul”, Jurnal Psikologi, Vol. 12 No. 1, (Juni 2014).

metode wawancara dan angket. Hasil dari angket tersebut kemudian di uji dan analisis data menggunakan *kolmogrov smirnov*.

Pada penelitian ini menggunakan *one-sampel kolmogrov smirnov test* diperoleh hasil nilai uji normalitas kontrol diri sig. (p) = 0,720,69 (p > 0,05), artinya distribusi data dalam penelitian ini normal, sedangkan perilaku konsumtif sebesar sig. (p) = 0,391 (p > 0,05), artinya distribusi data dalam penelitian ini normal. Hasil dari nilai *pearson correlation* -0,304 dan sig sebesar 0,002 (p < 0,05). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Maka dari itu, menunjukkan bahwa semakin kuat kontrol diri individu terkait maka semakin rendah perilaku konsumtif individu tersebut.

Perbedaan pada penelitian skripsi peneliti dengan penelitian karya Ririn Anggreini dan Sulis Mariyanti, dengan judul “Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul” adalah terletak pada jumlah variabel dan pengambilan sampel. Pada penelitian skripsi kali ini, peneliti menggunakan tiga variabel yaitu variabel *impulsive buying* (variabel X), *self – control* (variabel moderator), dan perilaku konsumtif (variabel Y). Sedangkan pada penelitian karya Ririn Anggreini dan Sulis Mariyanti menggunakan dua variabel, yaitu *self-control* (variabel X) dan perilaku konsumtif (variabel Y). Pada penelitian karya Ririn Anggreini dan Sulis lebih menekankan kepada wawancara dan angket, sedangkan pada penelitian peneliti kali ini lebih menekankan

kepada metode angket dan observasi sekitar, serta pengambilan teknik sampel yang berbeda.

Adapun persamaan pada penelitian ini adalah, sama sama ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel terkait, menggunakan teknik penelitian dengan metode kuantitatif, menguji nilai korelasi dengan *product moment*, melakukan uji normalitas, dan menentukan hipotesis untuk dapat diambil sebuah keputusan.

3. Jurnal karya Manggi Asih Larasati dan Meita Santi Budiani, dengan judul “Hubungan antara Kontrol Diri dengan Pembelian *Impulsive* Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan Pembelian Secara Online”.⁴¹

Penelitian yang dilakukan oleh Manggi Asih Larasati dan Meita Santi Budiani, merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan populasinya adalah mahasiswi Psikologi di Universitas Negeri Surabaya angkatan 2010-2013, dengan kategori usia 18-21 tahun, dan pernah atau sering menggunakan pembelian secara online. Adapun sampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa remaja tersebut, dengan uji coba skala diberikan kepada 80 mahasiswi dan 20 nya menggunakan wawancara dan observasi. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan alat atau media kuesioner, dokumentasi, observasi dan wawancara sebagai penunjang utama dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan skala *self-*

⁴¹ Manggi Asih Larasati, Meita Santi Budiani, “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online.”, *Character*. Vol 2. No 3(2014).

control sebagai variabel bebas dan pembelian impulsif sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan analisis *karl pearson* sebagai metode untuk mengukur nilai korelasinya dan *product moment* sebagai fiturnya.

Pada penelitian ini menggunakan *one-sampel kolmogrov smirnov test* diperoleh hasil nilai uji normalitas kontrol diri sig. (p) = 0,872 (p > 0,05), artinya distribusi data dalam penelitian ini normal. Sedangkan pembelian *impulsive* sebesar sig. (p) = 0,639 (p > 0,05), artinya distribusi data dalam penelitian ini normal. Adapun hasil uji linieritas dari penelitian ini adalah 0,000 (p<0,05). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kontrol diri linier terhadap variabel *impulsive buying*. Adapun hasil uji hipotesis dengan *product moment* menunjukkan nilai sebesar p = 0,000 (p < 0,05) dengan koefisien korelasi sebesar r = -0,496, artinya dalam penelitian ini dua variabel tersebut mempunyai hubungan signifikan dengan arah hubungannya bernilai negatif, yang maknanya semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki oleh individu terkait, maka akan semakin rendah pula pembelian *impulsive* yang dilakukan.

Adapun persamaan pada penelitian ini adalah, sama sama ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel terkait, menggunakan teknik penelitian dengan metode kuantitatif, menguji nilai korelasi dengan *product moment*, melakukan uji normalitas, dan menentukan hipotesis untuk dapat diambil sebuah keputusan.

4. Jurnal karya Wenny Wulandari, dengan judul “*The Effects Of Self-Control To Impulsive Buying In Buying Fashion Products On Boarding Students*”.⁴²

Penelitian yang dilakukan oleh Wenny Wulandari merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan uji korelasi dan juga linieritas, dengan populasinya adalah mahasiswa yang tinggal di kost atau asrama, kategori usia 19-28 tahun, tidak sedang bekerja, dan keuangan full pengiriman dari orang tua untuk dikelola sendiri. Adapun sampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa remaja. Pada penelitian kali ini, peneliti lebih menekankan terhadap metode kuesioner. Penelitian ini menggunakan skala *self-control* sebagai variabel bebas dan *impulsive buying* sebagai variabel terikat.

Pada uji skala, skala *self-control* menunjukkan bahwa 17 aitem dinyatakan valid, sedangkan 5 aitem tidak valid. Dan untuk skala *impulsive buying* menunjukkan 28 aitem dinyatakan valid, sedangkan 10 aitem tidak valid. Adapun pada uji reliabilitas, instrumen kontrol diri menunjukkan hasil 0,848 ($\geq 0,700$) yang berarti keandalan skala pengendalian diri dianggap memuaskan. Sedangkan untuk skala *impulsive buying* menunjukkan hasil 0,876 ($\geq 0,700$) yang berarti keandalan skala pembelian *impulsive* dipertimbangkan memuaskan. Untuk uji normalitas skala *self-control* menunjukkan hasil sig 0.003 ($p < 0.05$) yang artinya bahwa data *self-control* tidak terdistribusi normal, sedangkan untuk skala

⁴² Wenny Wulandari, “The Effects of Self Control to Impulsive Buying in Buying Fashion Products on Boarding Students,” 19–25.

impulsive buying menunjukkan hasil sig. 0,690 ($p \geq 0,05$) yang artinya terdistribusi normal. Berdasarkan hasil linieritas, pada penelitian ini menunjukkan hasil 0,001 ($p < 0,05$), dan pada hasil ini menunjukkan bahwa kontrol diri berifat linier terhadap *impulsive buying*.

Adapun persamaan pada penelitian ini adalah, sama sama ingin mengetahui apakah terdapat hubungana antar variabel terkait, menggunakan teknik penelitian dengan metode kuantitaif, menguji nilai korelasi, melakukan uji normalitas, dan menentukan hipotesis untuk dapat diambil sebuah keputusan.

5. Jurnal karya Fitria Sari dan Nita Sri Handayani, dengan Judul “Kontrol Diri dan Pembelian Impulsif Pakaian pada Remaja Penggemar K-Pop”.⁴³

Penelitian yang dilakukan oleh Fitria Sari dan Nita Sri Handayani, merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan desain kuantitatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan populasinya adalah remaja penggemar K-Pop di Bekasi. Dengan jumlah sampel 160 responden, dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan alat atau media kuesioner dan observasi sebagai penunjang utama dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan skala *self-control* sebagai variabel bebas dan *impulsive buying* sebagai variabel terikat. Hasil dari angket tersebut, kemudian di uji dan analisis data menggunakan *product moment correlation coefficient*.

⁴³ Fitria Sari and Nita Sri Handayani, “Kontrol Diri Dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop,” *Jurnal Psikologi* 12, No. 2 (March 18, 2020): 179–88, <https://doi.org/10.35760/Psi.2019.V12i2.2442>.

Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa $r = -0.724$ ($p < .05$), yang artinya terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dan pembelian impulsif. Maka dari itu menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima. Karena dengan semakin tingginya kontrol diri individu terkait maka *impulsive buying* pun dapat dikendalikan atau bisa disebut tidak akan mudah terjerumus kedalam *impulsive buying*.

Perbedaan pada penelitian skripsi peneliti kali ini, dengan penelitian Fitria Sari dan Nita Sri Handayani, yang berjudul “Kontrol Diri dan Pembelian Impulsif Pakaian pada Remaja Penggemar K-Pop” adalah terletak pada jumlah variabel dan pengambilan sampel, pada penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu variabel *impulsive buying* (variabel X), *self-control* (variabel moderator), dan perilaku konsumtif (variabel Y). sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu *self-control* (variabel X) dan *impulsive* (variabel Y).

Adapun persamaan pada penelitian ini adalah sama sama ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel terkait, menggunakan teknik penelitian dengan metode kuantitatif, menguji nilai korelasi, dan menentukan hipotesis untuk dapat diambil sebuah keputusan.

Berikut peneliti sajikan tabel mengenai penelitian terdahulu yang menunjukkan perbedaan serta persamaan dari penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu:

Tabel 2. 1
Deskripsi Penelitian Terdahulu

No	Judul	Variabel	Metode	Hasil
1.	Hubungan <i>Self-Control</i> terhadap Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online</i> pada Mahasiswa.	<i>Self-control</i> (variabel bebas). Perilaku konsumtif (variabel terikat).	Kuantitatif	Dari hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat korelasi antara tingkat <i>self-control</i> dan perilaku konsumtif dalam belanja online. Koefisien korelasi yang negatif menunjukkan adanya hubungan yang signifikan. Tanda negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat <i>self control</i> , semakin rendah perilaku konsumtif dalam belanja online, dan sebaliknya. ⁴⁴
2.	Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul	Kontrol diri (variabel bebas). Perilaku konsumtif (variabel terikat).	Kuantitatif	Ditemukan hubungan negatif yang cukup kuat dan signifikan antara tingkat kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi Universitas Esa

⁴⁴ Nita Nilam Sari Dan Nur Irmayanti, "Hubungan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa", *Jurnal Psikologi Wijaya Putra*, Vol.2 No.2, (November 2021).

				Unggul. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri mahasiswi, semakin rendah perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, semakin rendah kontrol diri mahasiswi, semakin tinggi perilaku konsumtifnya di lingkungan Universitas Esa Unggul. ⁴⁵
3.	Hubungan antara Kontrol Diri dengan Pembelian <i>Impulsive</i> Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan Pembelian Secara <i>Online</i> .	Kontrol diri (variabel bebas). Pembelian impulsif (variabel terikat).	Kuantitatif	Dari analisis data yang dilakukan, ditemukan bahwa terdapat hubungan signifikan antara variabel kontrol diri dan pembelian impulsif. Hasilnya menunjukkan adanya arah hubungan negatif, yang berarti semakin tinggi tingkat kontrol diri individu, semakin rendah pula tingkat

⁴⁵ Ririn Anggreini Dan Sulis Mariyanti, “ Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul”, Jurnal Psikologi, Vol. 12 No. 1, (Juni 2014).

				pembelian impulsifnya. ⁴⁶
4.	<i>The Effects Of Self Control To Impulsive Buying In Buying Fashion Products On Boarding Students</i>	<i>Self-control</i> (variabel bebas). <i>Impulsive buying</i> (variabel terikat).	Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif produk <i>fashion</i> di antara mahasiswa yang tinggal di lingkungan kos-kosan. Diperoleh informasi bahwa tingkat kontrol diri mahasiswa kost dalam penelitian ini berada pada kategori sedang, dan demikian juga dengan pembelian impulsif mereka, yang juga tergolong dalam kategori sedang. ⁴⁷
5.	Kontrol Diri dan Pembelian <i>Impulsive</i> Pakaian pada Remaja Penggemar K-Pop	Kontrol diri (variabel bebas). <i>Impulsive Buying</i> (variabel terikat).	Kuantitatif	Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa hipotesis diterima dengan adanya nilai korelasi negatif antara kontrol diri dan

⁴⁶ Manggi Asih Larasati, Meita Santi Budiani, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online.", *Character*. Vol 2. No 3(2014).

⁴⁷ Wenny Wulandari, "The Effects of Self Control to Impulsive Buying in Buying Fashion Products on Boarding Students," 19–25.

				<p>pembelian impulsif pakaian di kalangan remaja penggemar K-pop yang menjadi subjek penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri remaja penggemar K-pop, semakin rendah pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian impulsif pakaian bergaya K-pop..⁴⁸</p>
--	--	--	--	--

Berdasarkan hasil penelitian diatas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti angkat. Adapun persamaan penelitian yang peneliti angkat adalah kesamaan variabel dan kemiripan kasus yang terjadi, namun berbeda aspek dan sudut pandang. Pada penelitian terdahulu juga banyak menjelaskan bagaimana tingkat kontrol diri setiap individu sangat berbeda, terutama dalam hal pengambilan keputusan pembelian. Sedangkan untuk perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian skripsi peneliti adalah terdapat pada karakteristik partisipan, lokasi pengambilan data, dan penggunaan variabel. Pada

⁴⁸ Fitria Sari and Nita Sri Handayani, "Kontrol Diri Dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop," *Jurnal Psikologi* 12, No. 2 (March 18, 2020): 179–88, <https://doi.org/10.35760/Psi.2019.V12i2.2442..>

penelitian ini, peneliti terfokus terhadap variabel bebas, variabel terikat, dan variabel moderator.

Dalam penelitian ini, peneliti juga akan terfokus bagaimana tingkat signifikansi antar variabel serta korelasi variabel yang akan dianalisa oleh beberapa uji, sehingga menghasilkan hipotesis dan keputusan hasil dari uji tersebut. Penelitian ini juga akan menyajikan data berdasarkan kuesioner yang akan di isi oleh perwakilan populasi (*sample*) mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember angkatan 2020 yang tersebar di 5 prodi, yaitu: Psikologi Islam, Manajemen Dakwah, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pengembangan Masyarakat Islam dan Bimbingan dan Konseling Islam.

B. Kajian Teori

Dalam pengumpulan variabel, ditemukan bahwa penelitian ini terdapat 3 jenis variabel, yaitu *impulsive buying* (variabel bebas), *self-control* (variabel moderator), dan perilaku konsumtif (variabel terikat). Dari ketiganya memiliki beberapa teori menurut para ahli, antara lain:

1. *Impulsive Buying*

a. Definisi *Impulsive Buying*

Menurut Utami, pembelian impulsif merupakan varian dari perilaku pembelian konsumen yang tidak terencana secara khusus. Dalam konteks ini, pembelian impulsif terjadi ketika konsumen tiba-tiba merasakan dorongan yang kuat untuk membeli suatu barang dengan segera. Pembelian impulsif cenderung dilakukan tanpa

mempertimbangkan konsekuensinya.⁴⁹ Menurut Hawkins dan rekan-rekan, pembelian impulsif merujuk pada pembelian yang dilakukan di dalam toko tanpa mempertimbangkan prioritas yang telah direncanakan oleh konsumen saat memasuki toko.⁵⁰

Menurut Engel dan kawan-kawan, pembelian impulsif adalah pembelian yang terjadi ketika konsumen mendadak merasa kuat dan terdorong untuk membeli sesuatu dengan cepat.⁵¹ Menurut Verplanken dan Herabadi pada tahun 2001, pembelian impulsif di definisikan sebagai tindakan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya, ditandai dengan dorongan yang tiba-tiba, kuat, dan mantap untuk segera membeli, terjadi secara spontan ketika menemui produk tertentu, serta disertai dengan perasaan kegembiraan atau antusiasme.⁵²

b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Impulsive Buying*

Dalam pembelian impulsif, terdapat dua faktor utama, yaitu internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam individu itu sendiri, sementara faktor eksternal berkaitan dengan atribut produk dan strategi pemasarannya. Penelitian sebelumnya telah mengindikasikan bahwa karakteristik produk,

⁴⁹ Cristina Widyautami, *Manajemen Ritel :Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia* (Jakarta, 2010), 67.

⁵⁰ Del I. Hawkins and David L. Mothersbaugh, *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, 11. ed (Boston: McGraw-Hill Irwin, 2010), 610.

⁵¹ Engel, James F, Blackwell, Roger D, Winiard, Paul W and Budijanto, F.X, *Perilaku Konsumen / James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard ; Alih Bahasa, Budijanto*, 6th ed. (Jakarta : Binarupa Aksara, 1994), 386.

⁵² Paulus Henrietta, "Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta," *Jurnal Psikologi* 11, No. 2 (October 2, 2012): 6.

pemasaran, dan konsumen berpengaruh terhadap kejadian pembelian impulsif.⁵³

Karakteristik produk yang berdampak pada pembelian impulsif seperti harga rendah atau promo, ketidakbutuhan, ukuran kecil, serta kemudahan penyimpanan. Sementara dalam aspek pemasaran, distribusi massa di *self-service outlet*, iklan besar-besaran dengan diskon, penempatan produk di toko, dan lokasi toko yang menonjol, adalah beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif. Dalam kegiatan promosi, gabungan strategi dari berbagai bentuk periklanan, *personal selling*, dan promosi lainnya disusun dalam bauran promosi untuk mencapai tujuan penjualan, dengan penempatan produk dan lokasi toko yang menonjol juga memengaruhi pembelian impulsif.⁵⁴ Hawkins dan rekan-rekan berpendapat, bahwa penting juga untuk mencatat jumlah, lokasi, dan jarak antara toko-toko ritel di pasar. Karena dengan melakukan hal tersebut, tentunya memiliki dampak pada frekuensi kunjungan konsumen, sebelum mereka melakukan pembelian. Melakukan kunjungan ke toko memerlukan investasi waktu, tenaga, biaya, jarak yang dekat antara toko-toko sering kali meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian impulsif. Ini menegaskan bahwa faktor eksternal seperti karakteristik produk

⁵³ Yosy Cynthia Miranda, "Kajian Terhadap Faktoryang Mempengaruhi Impulse Buyingdalam Online Shopping," *Competence : Journal Of Management Studies* 10, No. 1 (2016),

⁵⁴ Ibid

dan strategi pemasaran memiliki peran dalam merangsang pembelian impulsif.⁵⁵

c. Aspek *Impulsive Buying*

Menurut Verplanken dan Herabadi pada tahun 2001, terdapat dua aspek yang mempengaruhi *impulsive buying*, di antaranya:

1) Aspek Kognitif

Aspek ini merupakan salah satu aspek yang berhubungan dengan bagaimana individu terkait berfikir, sehingga mengambil sebuah keputusan pembelian. Adapun aspek ini meliputi:

- a. Kegiatan pembelian dilakukan dan didasari tanpa berpikir panjang (spontanitas).
- b. Individu jarang sekali melakukan observasi dan perbandingan produk dengan tujuan yang tidak mendasar, sehingga melakukan pembelian Impulsif.
- c. Tidak melakukan perbandingan harga sebelumnya.

2) Aspek Afektif / Emosional

Aspek ini merupakan salah satu aspek yang berhubungan dengan bagaimana kondisi emosional dan suasana hati dari individu terkait. Adapun aspek ini meliputi:

- a. Adanya perasaan dan dorongan emosional untuk melakukan pembelian.

⁵⁵ Ibid

- b. Adanya dorongan untuk melakukan pembelian secara sepihak dan spontanitas.

2. *Self- Control*

a. Definisi *Self - Control*

Menurut J. P. Chaplin dalam kamus lengkap psikologi, *self-control* adalah kapasitas untuk mengarahkan perilaku sendiri, kemampuan untuk menahan atau menghambat dorongan-dorongan atau perilaku impulsif.⁵⁶ Averill pada tahun 1973, *self-control* dianggap sebagai variabel psikologis yang relatif sederhana karena melibatkan tiga konsep yang berbeda namun saling terkait. yaitu kemampuan individu untuk mengubah perilaku merujuk pada kapasitas seseorang untuk mengatur atau mengontrol tindakan mereka, kemampuan seseorang untuk mengelola dan mengontrol pikiran atau informasi yang tidak diinginkan, serta kemampuan untuk memilih tindakan berdasarkan keyakinan.⁵⁷

Self – control atau kontrol diri adalah keterampilan personal atau individu yang ditemukan dalam lingkungan sekitar individu. Ini melibatkan kemampuan untuk mengatur dan mengelola perilaku berdasarkan situasi dan kondisi tertentu, sehingga individu dapat berinteraksi sosial dengan baik. Hal ini mencakup kemampuan untuk mengendalikan perilaku, menarik perhatian dengan tepat, keinginan

⁵⁶ J.P. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi*, 450.

⁵⁷ Mikha Meyanti, "Averill J R. Personal Control Over Aversive Stimuli And Its Relationship To Stress. Psychol. Bull. 80:286-303, 1973," Accessed November 8, 2023, https://www.academia.edu/33432027/Averill_J_R_Personal_Control_Over_Aversive_Stimuli_And_Its_Relationship_To_Stress_Psychol_Bull_80_286_303_1973.

untuk beradaptasi dengan harapan orang lain, serta menyesuaikan diri dengan norma sosial dan menutupi emosi yang dirasakan.⁵⁸

Asihwardi menjelaskan bahwa *self-control* adalah kapasitas untuk mengarahkan keinginan instan dan kepuasan pada tujuan-tujuan masa depan, biasanya dinilai dalam konteks sosial.⁵⁹ Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengenali dan memahami situasi diri dan lingkungan dengan sensitif, serta mengatur dan mengelola perilaku mereka sesuai dengan konteks dan kondisi tertentu, sehingga mereka dapat berinteraksi sosial dengan baik dan mengendalikan tindakan mereka.⁶⁰

b. Faktor -Faktor Yang mempengaruhi Self - Control

Banyak faktor yang berperan dalam pengaturan *self-control* atau kontrol diri. Namun secara keseluruhan pengendalian diri dipengaruhi oleh dua kelompok faktor, yakni faktor internal dan eksternal. Adapun rincian lebih lanjut tentang klasifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Usia merupakan salah satu faktor internal yang memiliki peran dalam kemampuan kontrol diri seseorang. Secara umum,

⁵⁸ M. Nur Ghufon & Rini Risnawita. S, *Teori-Teori Psikologi* (Jogjakarta: Ar- Ruz Media, 2010), 21–22.

⁵⁹ Asihwardji, Danuyasa, *Ensiklopedia Psikologi* (Jakarta: Arcan, 1996), 272.

⁶⁰ Juli Yanti Harahap, “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Ketergantungan Internet Di Pustaka Digital Perpustakaan Daerah Medan,” *Jurnal Edukasi : Jurnal Bimbingan Konseling* 3, No. 2 (July 3, 2017): 131–45, <https://doi.org/10.22373/Je.V3i2.3091>.

kemampuan kontrol diri biasanya meningkat sejalan dengan bertambahnya usia.

2. Faktor Eksternal

Peran orang tua dalam lingkungan keluarga adalah salah satu faktor eksternal yang memengaruhi kemampuan seseorang dalam mengendalikan diri. Studi yang dilakukan oleh Nasichah dalam buku Ghufron, menunjukkan bahwa pandangan remaja terhadap penerapan disiplin yang lebih demokratis dari orang tua cenderung berkaitan dengan tingkat kemampuan pengendalian diri yang lebih tinggi.⁶¹

Dengan demikian, jika orang tua menerapkan disiplin kepada anak secara konsisten dan berkonsekuensi terhadap pelanggaran yang dilakukan anak, maka sikap konsistensi ini akan terinternalisasi oleh sang anak dan membantu dalam pengembangan kontrol diri. Dalam konteks ini penting bagi orang tua untuk memberikan pendekatan disiplin yang demokratis, di mana aturan dan konsekuensinya jelas dan diterapkan dengan konsistensi. Hal ini dapat membantu anak untuk memperoleh kemampuan.

⁶¹ Ibid

c. Aspek -Aspek Kontrol Diri

Menurut Averill, terdapat beberapa aspek dalam kontrol diri, termasuk:

- a. Kemampuan mengontrol perilaku (*behavioural control*). Aspek ini menyoroti pentingnya kemampuan mengendalikan perilaku seseorang. Jika perilaku seseorang tidak terkendali, hal ini dapat menyebabkan perilaku yang deviatif. Namun, perlu dicatat bahwa kemampuan mengontrol perilaku dapat bervariasi antara individu satu dengan yang lain.
- b. Kemampuan untuk mengontrol stimulus (*cognitive control*) adalah bagian dari kemampuan pengendalian diri. Dalam kehidupan sehari-hari, individu sering kali dihadapkan pada berbagai stimulus yang dapat memengaruhi mereka. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk memiliki kemampuan dalam mengatur stimulus-stimulus tersebut. Ini mencakup kemampuan individu untuk memilih stimulus mana yang perlu diterima dan stimulus mana yang perlu ditolak.
- c. Kemampuan mengantisipasi suatu peristiwa (menekankan pada *cognitive control*) juga merupakan salah satu aspek dari kontrol diri. Saat menghadapi masalah atau peristiwa tertentu, individu perlu memiliki kemampuan untuk meramalkan atau memprediksi kemungkinan masalah yang mungkin timbul. Dengan demikian, individu dapat mengambil langkah-langkah pencegahan atau

mengatasi masalah secara efektif sebelum menjadi lebih besar atau rumit.

- d. Kemampuan menafsirkan peristiwa (menekankan pada *cognitive control*) juga menjadi faktor penting dalam kontrol diri seseorang. Individu perlu memiliki kemampuan untuk menginterpretasikan peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam kehidupan mereka. Dengan kemampuan ini, individu dapat dengan lebih baik memahami arti dan makna dari peristiwa tersebut. Hal ini memungkinkan individu untuk lebih mudah menghadapi peristiwa tersebut dan merencanakan langkah-langkah yang akan diambil selanjutnya.
- e. Kemampuan mengambil keputusan (*decisional control*) juga merupakan salah satu aspek penting dalam kontrol diri seseorang. Dalam setiap peristiwa atau situasi, individu di hadapkan pada keputusan yang perlu diambil. Setiap individu harus memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan yang baik, di mana keputusan tersebut mempertimbangkan kepentingan baik diri sendiri maupun orang lain di sekitarnya. Selain itu, keputusan yang diambil juga sebaiknya tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain.⁶²

⁶² Alwisol, *Psikologi Kepribadian* (Malang: UMM Press, 2009).

3. Perilaku Konsumtif

a. Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan cara atau perilaku seseorang menggunakan produk yang tidak selesai atau belum habis. Dimana seseorang memilih untuk menggunakan produk serupa dari merek yang berbeda, sebelum produk yang sebelumnya digunakan benar benar habis. Tentunya hal ini melibatkan pembelian barang karena adanya tawaran promo ataupun kecanggihannya popularitas barang tersebut di kalangan masyarakat.⁶³

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli dan menggunakan barang, namun tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan umumnya kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas. Individu akan lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan, serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan terhadap penggunaan segala hal yang bernilai mewah, serta memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.⁶⁴

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang, yang tujuannya bukan untuk mencukupi kebutuhan, tetapi untuk memenuhi keinginan dan dilakukan secara berlebihan. Sehingga, menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Kata konsumtif mempunyai arti

⁶³ Endang Dwi Astuti, "Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 1, No. 2 (April 17, 2013): 150.

⁶⁴ Ahmad Jauhari Hamid Ripki, "Pengaruh Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Siswi Kelas XI SMK Budhi Warman 1 Jakarta," *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara* 9, no. 1 (2017): 81–90.

boros, baik dalam mengkonsumsi barang maupun jasa secara berlebihan⁶⁵

Perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam memperoleh serta menggunakan barang atau jasa, dengan mendahulukan proses pengambilan keputusan.⁶⁶ Adapun tambunan pada tahun 2001 berpendapat, bahwa perilaku konsumtif sebagai keinginan yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa, tanpa mepedulikan kegunaan dan hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak, serta lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status.⁶⁷

b. Faktor Faktor Perilaku Konsumtif

Dalam perilaku konsumtif tentunya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi. Ancok pada tahun 1995, menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu impuls dan dorongan atas motivasi terkait, dengan melakukan pembelian tiada batas dan lebih cenderung mementingkan rasional serta keinginan secara sepihak tanpa melihat kebutuhan yang dibutuhkan.⁶⁸

⁶⁵ Eni Lestarina, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny, & Desi Harlina, "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja, JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)," 1–6.

⁶⁶ Sandra Widyaningrum And Ni Wayan Sukmawati Puspitadewi, "Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas," *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan* 6, No. 2 (February 19, 2016): 102–106.

⁶⁷ Henky S. Pratama, "Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Merchandise Liverpool Pada Anggota Suporter Klub Sepakbola Liverpool Di Bekasi," *Jurnal Psikologi* 10, No 2 (Desember 2017).

⁶⁸ Puspitana Nilawati Sipunga And Amri Hana Muhammad, "Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi Sma Kesatrian 2

Adapun Faktor- faktor yang mempengaruhi sebagai berikut:

1. Faktor Budaya

Pernyataan tersebut mencerminkan pandangan Philip Kotler, seorang pakar pemasaran terkemuka yang menyatakan bahwa, budaya memiliki pengaruh yang sangat luas terhadap perilaku individu. Kotler berpendapat bahwa individu yang di besarkan dalam suatu budaya tertentu akan mempelajari sekumpulan nilai, persepsi, dan perilaku melalui proses interaksi dengan lingkungannya. Hal ini juga berlaku dalam konteks perilaku konsumsi, yang mana budaya memiliki pengaruh yang signifikan.⁶⁹

Pengaruh budaya terhadap perilaku pembeli juga mencakup berbagai aspek seperti, gaya hidup, tingkat konsumsi, simbol-simbol budaya, dan bahasa yang digunakan dalam konteks konsumsi. Budaya juga memainkan peran penting dalam membentuk preferensi merek, keputusan pembelian, dan pola pengeluaran individu.⁷⁰ Namun, perlu dicatat bahwa pandangan ini hanya mencerminkan satu perspektif dalam studi pemasaran dan budaya. Pendekatan lain yang melibatkan faktor-faktor seperti kepribadian, pengalaman pribadi, dan faktor sosial, juga menjadi penting dalam memahami perilaku konsumen.

Semarang,” *Journal Of Social And Industrial Psychology* 3, No. 1 (October 15, 2014), <https://doi.org/10.15294/Sip.V3i1.3744>.

⁶⁹ Kotler, P., *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, And Control* (Prentice Hall, 2005).

⁷⁰ Ibid

2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang berkaitan erat dengan bagaimana individu terkait melakukan interaksi, melihat lingkungan, serta merespon sekitarnya dengan saksama. Adapun faktor sosial terbagi menjadi dua, yaitu faktor individu dan kelompok referensi. Adapun penjelasan secara spesifiknya sebagai berikut:

1. Faktor Kelompok Referensi

Pengaruh kelompok referensi dalam perilaku konsumtif menjadi relevan dalam konteks pemasaran, dimana perusahaan sering menggunakan strategi pemasaran yang melibatkan tokoh terkenal, selebriti, atau *influencer* sebagai kelompok referensi yang diharapkan dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam konteks ini, kelompok referensi dapat menjadi model atau sumber inspirasi bagi individu dalam hal pola konsumsi. Jika individu melihat anggota kelompok referensi mereka mengadopsi gaya hidup konsumtif, individu tersebut cenderung terpengaruh dan mungkin mengadopsi perilaku yang sama.⁷¹ Hal ini dapat berdampak pada meningkatnya kecenderungan individu untuk mengkonsumsi barang dan jasa dalam upaya memenuhi standar atau ekspektasi kelompok referensi mereka.

⁷¹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 118.

2. Faktor Individu

Faktor individu adalah elemen yang berasal dari individu itu sendiri. Termasuk gaya hidup, proses pengambilan keputusan, dan pandangan individu terhadap suatu objek atau barang, baik secara sadar maupun tidak sadar. Individu selalu berusaha mengurangi ketegangan atau tekanan melalui perilaku yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Tujuan yang dipilih dan pola tindakan yang diambil untuk mencapai tujuan tersebut dipengaruhi oleh pemikiran dan proses belajar individu.⁷²

Adapun faktor-faktor terkait, sebagai berikut:

1. Usia dan Siklus

Siklus hidup kebutuhan serta minat konsumen dapat berbeda berdasarkan usia dan tahap siklus masing-masing individu. Para produsen dan pasar sering membagi kelompok konsumen berdasarkan usia seperti, anak-anak, remaja, dan konsumen lanjut usia. Hal tersebut dilakukan karena setiap kelompok ini memiliki karakteristik, preferensi, dan kebutuhan yang berbeda.

⁷² Mashur Razak, "Perilaku Konsumen (Perilaku Konsumen Merupakan Hal-Hal Yang Mendasari Konsumen Untuk Membuat Keputusan Pembelian)". (Makassar: Allaudin University Press, 2016),34.

2. Gender

Gender juga merupakan faktor yang signifikan dalam perilaku konsumen. Perbedaan dalam preferensi dan kebutuhan antara pria dan wanita dapat mempengaruhi segmen pasar, strategi pemasaran, dan pengambilan keputusan. Seperti contoh, wanita cenderung menggunakan *skin care* atau produk kosmetik yang cukup beragam dan banyak, sedangkan pria cenderung lebih suka menggunakan penghasilannya untuk membeli barang kesukaanya atau menjalankan hobinya.⁷³

3. Pendapatan

Pendapatan individu mempengaruhi daya beli dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumsi. Kelompok dengan pendapatan tinggi cenderung memiliki kemampuan pembayaran yang lebih besar dan mungkin bersedia mengeluarkan lebih banyak untuk produk atau layanan yang lebih mewah atau berkualitas tinggi. Sebaliknya, kelompok dengan pendapatan rendah mungkin lebih sensitif terhadap harga dan lebih memilih produk dengan harga yang lebih terjangkau.⁷⁴

Pendapatan juga merupakan faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian individu terkait yang

⁷³ Razak, *Perilaku Konsumen*, 34.

⁷⁴ Ibid

umumnya berkaitan dengan bagaimana gaya hidup dan pola hidup individu terkait.

c. Aspek – Aspek Perilaku konsumtif

Pada penjelasan yang diberikan oleh Tambunan pada tahun 2001 tentang perilaku konsumtif, terdapat dua aspek mendasar yang diungkapkan. Berikut adalah ringkasan dari kedua aspek tersebut:

1. Mengonsumsi barang secara berlebihan

Perilaku konsumtif yang berlebihan sering kali didorong oleh keinginan untuk mencapai kepuasan maksimal melalui konsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan. Individu sering kali tergoda oleh iklan, tren, ataupun tekanan sosial untuk memiliki barang-barang tertentu, meskipun barang tersebut tidak dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam pemenuhan kebutuhan dasar. Keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan, merupakan salah satu aspek perilaku konsumtif yang dapat menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya.⁷⁵

Pada hakikatnya, individu sering melakukan pemborosan uang terhadap barang-barang yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini sering di dasarkan pada keinginan untuk mencapai kepuasan maksimal melalui konsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan.

⁷⁵ Wahyu Aji Saputra, “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Sma Negeri 3 Purwokerto - Repository Perpustakaan,” 10–11, <https://Repository.Ump.Ac.Id/8118/>.

2. Mencapai kepuasan semata

Perilaku konsumtif remaja atau individu perlu dipahami sebagai bagian dari upaya mereka dalam mencari identitas diri dan berusaha diterima oleh lingkungan sekitarnya. Meskipun pemenuhan kebutuhan tersebut hanya bersifat sementara dan tidak memperhatikan kebutuhan yang lebih mendasar, pemahaman ini membantu menggambarkan motivasi dan dinamika perilaku konsumtif remaja.

Perilaku konsumtif yang berlebihan sering kali didorong oleh keinginan untuk mencapai kepuasan maksimal melalui konsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan. Sering kali individu atau remaja tergoda oleh iklan, tren, atau tekanan sosial untuk memiliki barang-barang tertentu, meskipun barang tersebut mungkin tidak memberikan manfaat yang signifikan dalam pemenuhan kebutuhan dasar. Dalam hal ini, perlu memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, serta belajar mengelola dan mengalokasikan sumber daya finansial dengan bijak⁷⁶

⁷⁶ Ibid

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diberikan, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survey, dengan menggunakan media kuesioner. Metode kuantitatif dalam penelitian memiliki definisi yang mencakup penggunaan pendekatan yang terstruktur dan menghasilkan data yang dapat diukur secara kuantitatif. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi yang dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih besar. Pada metode kuantitatif, peneliti mengumpulkan data dalam bentuk angka atau data numerik yang dapat dihitung dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Pendekatan ini memberikan kejelasan dan keobjektifan dalam mengumpulkan, mengukur, dan menganalisis data.⁷⁷ Hal ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *impulsive buying* dengan *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang dapat diukur secara numerik dan dianalisis secara statistik.

Adapun jenis penelitian ini adalah deskriptif survey, yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang akurat tentang gejala atau karakteristik yang sedang diteliti. Temuan dari penelitian ini berpotensi untuk memberikan pemahaman yang lebih lengkap terhadap subjek yang diteliti, serta

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 16.

memberikan dasar untuk membuat generalisasi tentang populasi yang lebih luas.⁷⁸ Metode survei dengan media kuesioner dipilih karena penelitian ini akan mengumpulkan data dari sejumlah sampel dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden.

Untuk mengumpulkan data, peneliti akan menggunakan kuesioner yang terdiri dari dua bagian, yaitu bagian pertama yang berisi pertanyaan mengenai *self-control* dan *impulsive buying*, dan bagian kedua yang berisi pertanyaan mengenai perilaku konsumtif. Setelah data terkumpul, peneliti akan menganalisisnya menggunakan uji korelasi pearson untuk mengetahui hubungan antara *self-control* dengan *impulsive buying* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.

Hasil dari penelitian diharapkan mampu menyediakan data yang tepat, yang nantinya akan berkontribusi pada pengembangan pengetahuan dalam bidang psikologi, dan juga memberikan manfaat kepada mahasiswa di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. dalam mengendalikan impulsifitas belanja yang mungkin akan mengarah pada perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

⁷⁸ Prof. Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sleman Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 69.

B. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merujuk pada seluruh subjek atau objek yang diberikan generalisasi berdasarkan ketentuan karakteristik dan jumlah tertentu. Peneliti biasanya menentukan populasi dengan tujuan mempelajarinya dan mencapai kesimpulan tertentu. Secara sederhana, Populasi bisa dimaknai sebagai totalitas dari semua subjek atau objek termasuk alam, manusia, atau entitas lainnya, dari mana data dapat dikumpulkan.⁷⁹ Populasi umumnya mempunyai karakteristik dan kuantitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk memudahkan analisis dan generalisasi, serta relevan dengan tujuan penelitian tersebut

Populasi pada penelitian ini, berjumlah 403 mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tahun 2020.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil atau subset dari subjek atau objek yang merupakan bagian dari populasi dalam suatu penelitian. Ketika populasi sangat besar atau terbatasnya sumber daya sepeserti, waktu, biaya, atau tenaga membuatnya sulit bagi peneliti untuk mempelajari seluruh populasi. Maka peneliti dapat memilih sampel yang representatif atau mewakili populasi tersebut.⁸⁰ Dalam pemilihan sampel, berbagai metode dan teknik statistik dapat digunakan untuk memastikan

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 51-52.

⁸⁰ Ibid, 131

representativitas sampel dan mengurangi bias penelitian. Dengan menggunakan sampel, peneliti dapat mengambil informasi dan data yang cukup untuk menganalisis dan membuat kesimpulan yang relevan tentang populasi secara keseluruhan.

Pada penelitian ini, peneliti memutuskan untuk sampel yang diambil adalah 186 orang mahasiswa yang dipilih dari populasi tersebut menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020. Penentuan sampel ini menggunakan tabel *Issac dan Michael* dengan taraf kesalahan 5%. Dalam penelitian ini akan menggunakan data dari 186 orang mahasiswa sebagai representatif dari populasi mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember yang akan diteliti.

Tabel 3. 1
Responden Mahasiswa Fakultas Dakwah Angkatan 2020

No	Angkatan	Jumlah Sampel
1.	Komunikasi Penyiaran Islam	34
2.	Manajemen Dakwah	26
3.	Pengembangan Masyarakat Islam	31
4.	Bimbingan dan Konseling Islam	33
5.	Psikologi Islam	62
Total		186

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini mengadopsi pendekatan kuesioner, sebuah teknik yang umumnya digunakan dalam penelitian kuantitatif. Kuesioner berbentuk serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dijawab oleh responden. Penggunaan kuesioner menjadi efektif ketika peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang variabel yang akan diukur dan harapan dari sampel. Dalam hal ini, peneliti menggunakan platform *google form* sebagai sarana untuk mempermudah pengambilan data melalui kuesioner.

2. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen skala psikologi sebagai penunjang utama dalam penelitian. Skala psikologi merupakan sebuah alat pengukuran dalam bidang psikologi yang bersifat non - kognitif untuk mengumpulkan data dan mengukur variabel-variabel tertentu seperti, seperti sikap, perilaku, preferensi, atau atribut psikologis lainnya.⁸¹ Skala ini dirancang dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi secara sistematis dan obyektif mengenai karakteristik psikologis individu atau kelompok.

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan skala likert yang terdiri dari empat pilihan alternatif yang dapat dipilih oleh responden. Pilihan tersebut meliputi: SS (Sangat Sesuai), S (Sesuai), TS (Tidak

⁸¹ Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), 5–9.

Sesuai), dan STS (Sangat Tidak Sesuai). Skala ini mengklasifikasikan pernyataan menjadi dua jenis, yakni bersifat menguntungkan dan bersifat tidak menguntungkan, dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Kategori dan Nilai Skala

Kategori Pilihan	Nilai	
	Favourable	Unfavourable
Sangat Sesuai	4	1
Sesuai	3	2
Tidak Sesuai	2	3
Sangat Tidak Sesuai	1	4

Adapun skala variabel dalam penelitian ini, Sebagai berikut:

a. Skala *Impulsive Buying*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala untuk mengevaluasi seberapa tinggi tingkat pembelian impulsif mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020. Penelitian ini mengadaptasi teori yang diajukan oleh Verplanken dan Herabadi pada tahun 2001, yang menyatakan bahwa ada dua aspek yang mendasari pembelian impulsif setiap individu. Adapun dua aspek tersebut adalah aspek kognitif dan aspek afektif.

Adapun tabel Blueprint yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Skala *Blue Print Impulsive Buying*

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total	Bobot
		Favourable	Unfavourable		
Aspek kognitif	Kegiatan pembelian dilakukan dan didasari tanpa berpikir panjang (spontanitas).	21,22	23,24	4	20%
	Individu jarang sekali melakukan observasi dan perbandingan produk dengan tujuan yang tidak mendasar, sehingga melakukan pembelian impulsif	25,26	27,28	4	20%
	Tidak melakukan perbandingan harga sebelumnya.	29,30	31,32	4	20%
Aspek afektif	Adanya perasaan dan dorongan emosional.	33,34	35,36	4	20%

	Adanya dorongan untuk melakukan pembelian secara sepihak.	37,38	39,40	4	20%
	Jumlah aitem	10	10	20	100%

b. Skala *Self-Control*

Skala ini di adaptasi dari penelitian Dina Amellia. dalam penelitian ini, peneliti mengacu kepada teori Averill yang dikemukakan pada tahun 1973. teori ini mengemukakan bahwa *self-control* setiap individu didasarkan pada tiga aspek. Ketiga aspek tersebut termasuk kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan.

Adapun tabel *blue print* yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Skala *Blue Print Self – Control*

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total	Bobot
		Favourable	Unfavourable		
<i>Behavioral control</i>	kemampuan individu untuk mengatur kepribadian dan keinginan.	1,2	3,4	4	20%
	kemampuan dalam mengontrol stimulus-	5,6	7,8	4	20%

	stimulus, Ini melibatkan kapasitas individu untuk menentukan stimulus yang harus diterima dan ditolak.				
<i>Cognitive control</i>	Kemampuan individu mengantisipasi suatu peristiwa	9,10	11,12	4	20%
	Kemampuan menafsirkan suatu peristiwa atau kejadian	13,14	15,16	4	20%
<i>Decision control</i>	Kemampuan individu dalam mengambil keputusan	17,18	19,20	4	20%
	Jumlah aitem	10	10	20	100%

c. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini dengan mengambil teori Tambunan pada tahun 2001. Teori ini menyatakan bahwa ada dua aspek yang saling mendasari perilaku konsumtif. Adapun aspek tersebut adalah mengkonsumsi barang secara berlebihan dan mencapai kepuasan semata.

Adapun tabel *blue print* yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Skala *Blue Print* Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total	Bobot
		Favourable	Unfavourable		
Mengonsumsi barang secara berlebihan	Pemborosan	41,42	43,44	4	25%
	Inefisiensi biaya	45,46	47,48	4	25%
Mencapai kepuasan semata	Mengikuti mode / trend	49,50	51,52	4	25%
	Memperoleh pengakuan sosial	53,54	55,56	4	25%
Jumlah aitem		8	8	16	100%

d. Uji Validitas

Validitas dilakukan untuk memverifikasi sejauh mana sebuah alat ukur dapat secara akurat dan tepat menjalankan fungsinya sebagai instrumen dalam penelitian. Dalam penelitian ini, aplikasi *IBM SPSS versi 25 for windows* digunakan untuk menentukan hasil dari setiap item dalam variabel. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *product moment* dari Karl Pearson dengan menggunakan kriteria berikut sebagai dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai koefisien korelasi (r) yang dihitung lebih besar atau sama dengan nilai koefisien korelasi (r) yang terdapat pada tabel dengan tingkat keyakinan 95%, maka alat ukur dinyatakan valid.
2. Jika nilai koefisien korelasi (r) yang dihitung lebih kecil dari nilai koefisien korelasi (r) yang terdapat pada tabel dengan tingkat keyakinan 95%, maka alat ukur dinyatakan tidak valid.

Untuk mengetahui nilai koefisien korelasi yang dihitung (r hitung), digunakan program SPSS. Sedangkan untuk mencari nilai koefisien korelasi yang terdapat pada tabel (r tabel), dapat merujuk pada tabel distribusi statistik dengan signifikansi 0,05 atau 5%.⁸²

Tabel 3. 6
Hasil Uji Validitas Skala *Impulsive Buying*

No.Aitem	r. Hitung	r. Tabel	Sig	Kriteria
21.	0,619	0,1439	0,000	Valid
22.	0,645	0,1439	0,000	Valid
23.	0,284	0,1439	0,000	Valid
24.	0,416	0,1439	0,000	Valid
25.	-0,022	0,1439	0,769	Tidak Valid
26.	0,481	0,1439	0,000	Valid
27.	0,391	0,1439	0,000	Valid
28.	0,194	0,1439	0,008	Valid
29.	0,591	0,1439	0,000	Valid
30.	0,676	0,1439	0,000	Valid
31.	0,322	0,1439	0,000	Valid
32.	0,487	0,1439	0,000	Valid
33.	0,595	0,1439	0,000	Valid
34.	0,673	0,1439	0,000	Valid
35.	0,183	0,1439	0,012	Valid
36.	0,548	0,1439	0,000	Valid

⁸² Syahrudin Dan Salim, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), 160.

No.Aitem	r. Hitung	r.Tabel	Sig	Kriteria
37.	0,666	0,1439	0,000	Valid
38.	0,504	0,1439	0,000	Valid
39.	0,365	0,1439	0,000	Valid
40.	0,367	0,1439	0,000	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS.

Tabel 3. 7
Skala *Blue Print Impulsive Buying* setelah Uji Validitas

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total
		Favourable	Unfavourable	
Aspek kognitif	Kegiatan pembelian dilakukan dan didasari tanpa berpikir panjang (spontanitas).	21,22	23,24	4
	Individu jarang sekali melakukan observasi dan perbandingan produk dengan tujuan yang tidak mendasar, sehingga melakukan pembelian impulsif.	26	27,28	3
	Tidak melakukan perbandingan harga sebelumnya.	29,30	31,32	4

Aspek	Indikator	Nomor Aitem	Total
Aspek afektif	Adanya perasaan dan dorongan emosional.	33,34	35,36
	Adanya dorongan untuk melakukan pembelian secara sepihak .	37,38	39,40
Jumlah aitem		9	10

Tabel 3. 8
Hasil Uji Validitas Skala Self – Control

No.Aitem	r.Hitung	r.Tabel	Sig	Kriteria
1.	0,557	0,1439	0,000	Valid
2.	0,437	0,1439	0,000	Valid
3.	0,468	0,1439	0,000	Valid
4.	0,474	0,1439	0,000	Valid
5.	-0,010	0,1439	0,897	Tidak Valid
6.	-0,237	0,1439	0,001	Tidak Valid
7.	-0,093	0,1439	0,206	Tidak Valid
8.	0,415	0,1439	0,000	Valid
9.	0,557	0,1439	0,000	Valid
10.	0,528	0,1439	0,000	Valid
11.	0,700	0,1439	0,000	Valid
12.	0,506	0,1439	0,000	Valid
13.	0,478	0,1439	0,000	Valid
14.	0,715	0,1439	0,000	Valid
15.	0,464	0,1439	0,000	Valid
16.	0,339	0,1439	0,000	Valid
17.	0,709	0,1439	0,000	Valid
18.	0,443	0,1439	0,000	Valid
19.	-0,122	0,1439	0,098	Tidak Valid
20.	0,471	0,1439	0,000	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS

Tabel 3. 9
Skala *Blue Print Self-Control* setelah Uji Validitas

Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total
		Favourable	Unfavourable	
<i>Behavioral control</i>	kemampuan individu untuk mengatur kepribadian dan keinginan	1,2	3,4	4
	kemampuan dalam mengontrol stimulus-stimulus, melibatkan kemampuan individu untuk memilih stimulus mana yang harus diterima dan stimulus mana yang harus ditolak.	-	8	1
<i>Cognitive control</i>	Kemampuan individu mengantisipasi suatu peristiwa	9,10	11,12	4
	Kemampuan menafsirkan suatu peristiwa atau kejadian	13,14	15,16	4
Decision Control	Kemampuan Individu dalam Mengambil Keputusan	17,18	20	3
Jumlah Item Total		8	8	16

Tabel 3. 10
Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif

No.Aitem	r.Hitung	r.Tabel	Sig	Kriteria
41.	0,656	0,1439	0,000	Valid
42.	0,636	0,1439	0,000	Valid
43.	0,346	0,1439	0,000	Valid
44.	0,429	0,1439	0,000	Valid
45.	0,579	0,1439	0,000	Valid
46.	0,541	0,1439	0,000	Valid
47.	0,502	0,1439	0,000	Valid
48.	0,501	0,1439	0,000	Valid
49.	0,617	0,1439	0,000	Valid
50.	0,544	0,1439	0,000	Valid
51.	0,230	0,1439	0,002	Valid
52.	0,400	0,1439	0,000	Valid
53.	0,238	0,1439	0,001	Valid
54.	0,162	0,1439	0,027	Valid
55.	-0,140	0,1439	0,056	Tidak Valid
56.	0,000	0,1439	0,996	Tidak Valid

Sumber: Diolah dari SPSS

Tabel 3. 11
Skala Blue Print Perilaku Konsumtif setelah Uji Validitas

Aspek	Indikator	Nomor aitem		Total
		Favourable	Unfavourable	
Mengonsumsi barang secara berlebihan	Pemborosan	41,42	43,44	4
	Inefisiensi biaya	45,46	47,48	4
Mencapai kepuasan semata	Mengikuti mode / trend	49,50	51,52	4

Aspek	Indikator	Nomor aitem		Total
	Memperoleh pengakuan sosial	53,54	-	2
Jumlah aitem		8	6	14

e. Reliabilitas

Selanjutnya, peneliti juga melakukan uji reliabilitas untuk mengevaluasi konsistensi alat ukur yang digunakan, yaitu sejauh mana alat pengukuran dapat diandalkan dan tetap konsisten saat pengukuran dilakukan ulang. Uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, dimana suatu instrumen dapat dianggap handal (*reliable*) jika memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,60. atau lebih.⁸³

Tabel 3. 12

Tabel Klasifikasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Interpretasi
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20,69-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber: Anwar Hidayat tahun 2012

⁸³ Prof. Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 335.

Adapun indeks koefisien, sebagai berikut:

Tabel 3. 13
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Skala	Koefisien Alpha
<i>Self-Control</i>	0,826
<i>Impulsive Buying</i>	0,817
Perilaku Konsumtif	0,729

1. Skala *Impulsive Buying*

Tabel 3. 14
Hasil Uji Reliabilitas *Impulsive Buying*

<i>Reliability Statistic</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,817	19

Berdasarkan hasil pengolahan dari SPSS 25, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada skala variabel *impulsive buying* memiliki nilai sebesar 0,817 > 0,60, artinya skala pada variabel *impulsive buying* dinyatakan reliabel dengan interpretasi interval koefisien sangat kuat.

2. Skala *Self-Control*

Tabel 3. 15
Hasil Uji Reliabilitas *Self-Control*

<i>Reliability Statistic</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,826	16

Berdasarkan hasil pengolahan dari SPSS 25, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada skala variabel *self-control* memiliki nilai sebesar 0,826 >060, artinya skala pada variabel *self-control* dinyatakan reliabel dengan interpretasi interval koefisien sangat kuat.

3. Skala Perilaku Konsumtif

Tabel 3. 16
Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif

<i>Reliability Statistic</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,729	14

Berdasarkan hasil pengolahan dari SPSS 25, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada skala variabel perilaku konsumtif memiliki nilai sebesar 0,729 >060, artinya skala pada variabel perilaku konsumtif dinyatakan reliabel dengan interpretasi interval koefisien kuat.

D. Analisis Data

Analisis data adalah proses untuk memilah kelompok data atas bagian bagian yang tertentu, untuk distudikan hubungan antar bagian dari satu keseluruhan.⁸⁴ Dalam analisis data, peneliti menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan *SPSS Version 25 For Windows*. adapun tahapan-tahapan melakukan uji analisis sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

⁸⁴ Fred L. Benu Dan Agus S. Benu, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Prenada Media Grup, 2019), 191.

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data yang telah dikumpulkan mengikuti distribusi normal atau tidak. Keputusan diambil berdasarkan perbandingan antara nilai L hitung dan L tabel. Jika nilai L hitung lebih besar dari L tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak, sedangkan jika nilai L hitung lebih kecil dari L tabel, maka H_0 diterima. Hipotesis statistik yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut⁸⁵:

H_0 : Sampel data mengikuti distribusi normal.

H_1 : Sampel data tidak mengikuti distribusi normal.

Namun demikian, jika penelitian mengungkapkan bahwa sebaran data mengenai kemampuan sampel tidak mengikuti distribusi normal, itu tidak berarti bahwa penelitian harus dihentikan. Masih ada metode statistik non-parametrik yang dapat digunakan jika data tersebut tidak mengikuti distribusi normal.⁸⁶

Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan *kolmogorov-smirnov*. *Kolmogorov-smirnov* merupakan sebuah tes *goodness-of-fit* yang digunakan untuk menguji kesesuaian antara distribusi teoritis yang telah ditentukan dengan data yang diamati. Tes ini bertujuan untuk menentukan apakah skor-skor dalam sampel dapat dianggap berasal dari suatu populasi dengan distribusi tertentu. Dalam tes ini, dilakukan perhitungan distribusi frekuensi kumulatif yang di perkirakan berdasarkan distribusi teoritis yang telah ditentukan, lalu

⁸⁵ Nuryadi, S.Pd.Si., M.Pd Et Al., *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Sibuku Media, 2017), 80.

⁸⁶ Ibid, 80.

selanjutnya dibandingkan dengan distribusi frekuensi kumulatif yang diperoleh dari observasi data yang sebenarnya. Tujuan dari perbandingan ini adalah untuk mengevaluasi kesesuaian antara kedua distribusi frekuensi tersebut.⁸⁷

Bagian ini akan menguji normal tidaknya sebuah distribusi data.

Pedoman pengambilan keputusan:

- Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka distribusi adalah tidak normal.
- Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka distribusi adalah normal.⁸⁸

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah suatu metode yang digunakan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel-variabel dalam suatu model statistik dapat dianggap sebagai linier atau tidak. Uji ini berguna dalam analisis regresi linier, di mana kita ingin memastikan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat dijelaskan secara linier. Uji ini akan menggunakan bantuan media SPSS *version 25 for windows* dengan *annova*.⁸⁹

Adapun kriteria terkait dengan uji ini, adalah sebagai berikut:

⁸⁷ Ibid, 83

⁸⁸ Ibid,87.

⁸⁹ Fred L. Benu Dan Agus S. Benu, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 277.

- Apabila nilai *standart deviation form linierity sig* $> 0,05$, maka variabel mempunyai hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Apabila nilai *standart deviation form linierity sig* $< 0,05$, maka variabel tidak mempunyai hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.

c. Uji Korelasi (Korelasi Berganda)

Uji korelasi adalah suatu metode yang digunakan untuk mengetahui seberapa erat hubungan antar variabel. Biasanya dalam hal ini akan berhubungan langsung dengan koefisien korelasi. Koefisien korelasi adalah angka yang mencerminkan tingkat kedekatan hubungan antara dua atau lebih variabel. Besarnya koefisien korelasi tidak mencerminkan hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih, melainkan hanya menggambarkan hubungan linier di antara variabel-variabel tersebut. Analisis korelasi merupakan metode statistika yang digunakan untuk menentukan sejauh mana suatu variabel terkait dengan variabel lain tanpa mempertimbangkan apakah variabel tertentu bergantung pada variabel lainnya. Guilford pada tahun 1956 menunjukkan bahwa korelasi tidak hanya berguna dalam menganalisis hubungan linier antar variabel, tetapi juga dapat

membantu mengenali kekuatan dan arah hubungan tersebut.⁹⁰ Adapun pengambilan keputusan dari uji Korelasi sebagai berikut:

- Nilai signifikansi $f < 0,05$, maka berkorelasi
- Nilai signifikansi $f > 0,05$, maka tidak berkorelasi.

Adapun klasifikasi tingkat keamatan dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Interval Koefisien	Keamatan Korelasi
0,00 – 0,20	Sangat lemah
0,21 – 0,40	Lemah
0,41 – 0,70	Moderate / Sedang
0,71- 0,90	Kuat
0,91 – 0,99	Sangat Kuat
1	Korelasi Sempurna

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian menggunakan analisis uji t. Analisis ini dilakukan untuk melihat secara parsial sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Adapun proses dalam pengujian hipotesis, sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis.

- $H_0: \alpha = 0$, memiliki makna *self-control* dengan *impulsive buying* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, tidak memiliki pengaruh.

⁹⁰ "Korelasi Pearson – Studio Statistika," December 3, 2023, <https://ss.mipa.ub.ac.id/korelasi-pearson/>.

- $H_a: \alpha \neq 0$, memiliki makna *self-control* dengan *impulsive buying* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, memiliki pengaruh.

2. Memilih atau menentukan *level of significance* (α).

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%, yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang digunakan dalam analisis statistik adalah 95%. Derajat kebebasan (df) dalam penelitian ini dihitung dengan rumus $n-k$, di mana n adalah jumlah sampel penelitian dan k adalah jumlah variabel independen.

3. Menentukan t tabel dan t hitung

Untuk menentukan nilai t hitung, digunakan output dari perangkat lunak SPSS. Sedangkan nilai t tabel, yaitu nilai kritis untuk signifikansi 0,05, dapat ditemukan dalam tabel statistik yang terlampir.

4. Kriteria Pengujian

- Jika nilai t hitung $\leq t$ tabel, maka H_a di tolak dan H_0 diterima.

Jika nilai t hitung kurang dari atau sama dengan nilai t tabel, maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak, dan hipotesis nol (H_0) diterima. Ini berarti tidak ada cukup bukti untuk mendukung hipotesis alternatif, sehingga hipotesis nol dipertahankan.

- Jika nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Ini menunjukkan adanya cukup bukti untuk mendukung hipotesis alternatif, sehingga hipotesis nol ditolak.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Gambaran obyek dalam penelitian, adalah suatu hal yang patut diperjelas dan dituliskan. Penting untuk mengklarifikasi dan menjabarkan dengan jelas gambaran obyek dalam penelitian. Dalam penelitian ini, subjek yang menjadi fokus adalah mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Seluruh program studi yang tersedia di Fakultas Dakwah universitas ini, turut terlibat dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dari setiap program studi, sehingga totalnya mencapai 186 mahasiswa, dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan tentang hubungan antara kontrol diri dan pembelian impulsif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa tersebut.

a. Sejarah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terletak di Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Awal berdirinya universitas ini bermula dari pendirian Institut Agama Islam Djember (IAID) dengan Fakultas Tarbiyah pada tahun 1965. Pada tanggal 14 Februari 1966, IAID berganti status menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel cabang Jember di bawah naungan IAIN Sunan Ampel Surabaya. Sesuai dengan petunjuk yang terdapat dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 11 tahun 1997 mengenai pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam

Negeri, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel di Jember kemudian mengalami perubahan status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember.

Pada tahun 2014, STAIN Jember mengalami perubahan nama menjadi IAIN Jember berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 142, tanggal 17 Oktober 2014, yang menetapkan perubahan status tersebut. Perubahan ini juga diperkuat oleh Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 6, tahun 2015 mengenai organisasi dan tata kerja IAIN Jember. Kemudian, pada tanggal 11 Mei 2021, IAIN Jember kembali mengalami perubahan statusnya menjadi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember, sesuai dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 44 tahun 2021.⁹¹

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq memiliki 5 Fakultas, yaitu :

1. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan.
2. Fakultas Syari'ah.
3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Fakultas Dakwah.
5. Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Humaniora.

⁹¹ UPT Teknologi Informasi dan Pangkalan Data Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UINKHAS JEMBER), "Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember," accessed November 12, 2023, <https://uinkhas.ac.id>.

b. Visi dan Misi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

1) Visi

Menjadi perguruan tinggi islam terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2045 dengan kedalaman ilmu berbasis kearifan lokal untuk kemanusiaan dan peradaban.

2) Misi

1. Memadukan dan mengembangkan studi keislaman, keilmuan, dan keindonesiaa berbasis kearifan lokal dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran.
2. Meningkatkan kualitas penelitian untuk melahirkan ilmu yang bermanfaat bagi kepentingan akademik dan kemanusiaan.
3. Meningkatkan kemitraan Universitas dan masyarakat dalam pengembangan ilmu dan agama untuk kesejahteraan masyarakat.
4. Menggali dan menerapkan nilai kearifan lokal untuk mewujudkan masyarakat berkeadaban.
5. Mengembangkan kerjasama dengan berbagai pihak dalam skala regional, nasional dan internasional untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi.⁹²

⁹² Ibid.

c. Fakultas Dakwah

1) Visi

Menjadi pusat pendidikan tinggi ilmu dakwah terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2045 berbasis kedalaman ilmu dan kearifan lokal untuk kemanusiaan dan peradaban.

2) Misi

1. Melaksanakan pendidikan ilmu dakwah yang kompetitif dan bermutu untuk mencetak da'i professional.
2. Mengembangkan riset ilmu dakwah yang unggul untuk memecahkan persoalan kemanusiaan.
3. Menyelenggarakan program pengabdian untuk menciptakan masyarakat yang adil berkeadilan.
4. Memperluas skala jaringan dan kerjasama untuk memajukan dan memperkuat terselenggaranya pendidikan.⁹³

B. Penyajian Data

Penelitian ini melibatkan pengungkapan temuan yang signifikan dari setiap variabel melalui penyajian data yang singkat namun jelas menggunakan tabel data, tabulasi data, kuesioner statistik, dan tabel. Variabel-variabel tersebut terstruktur dalam sub-bagian yang berbeda sesuai dengan rumusan masalah atau tujuan penelitian.⁹⁴

⁹³ UPT Teknologi Informasi dan Pangkalan Data Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UINKHAS JEMBER), "Fakultas Dakwah | UIN KHAS Jember," accessed November 12, 2023, <https://fdakwah.uinkhas.ac.id>.

⁹⁴ Zahrotul Wakhidah, "Hubungan Antara Psychological Well Being Dengan Need For Achievement Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Dan Kartu Indonesia Pintar-Kuliah

Adapun hasil tabulasi data setiap variabel, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Tabulasi Data Variabel *Impulsive Buying*

Responden	Aitem																																								Total
	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40																					
1	4	4	2	3	3	4	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	53																		
2	2	2	1	1	3	3	3	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	3	4	2	2	37																			
3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	1	1	3	2	2	2	3	3	2	3	2	46																			
4	3	3	2	3	4	2	3	2	2	2	2	1	1	1	3	2	3	4	2	3	2	48																			
5	3	2	2	3	2	3	2	1	2	2	2	1	4	2	2	3	3	3	2	3	2	47																			
6	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	42																			
7	3	2	2	2	4	3	2	1	2	2	1	1	4	2	1	1	2	3	2	1	41																				
8	2	3	1	1	3	4	2	2	2	1	1	1	3	2	1	2	2	4	3	3	43																				
9	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	4	1	2	43																				
10	2	3	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	46																				
11	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	3	42																				
12	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	40																				
13	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	40																				
14	1	3	1	1	4	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	4	3	2	35																				
15	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	2	34																				
16	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	3	1	1	4	1	1	4	1	3	36																				
17	2	3	1	1	3	4	2	1	4	2	1	2	2	1	2	2	2	4	3	3	45																				
18	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	42																				
19	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	43																				
20	4	3	2	1	3	4	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	3	2	3	2	46																				
21	3	2	1	3	3	3	4	2	3	2	2	2	1	2	3	4	3	4	3	1	51																				
22	2	2	2	1	3	3	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	3	2	2	37																				
23	2	1	2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	3	3	39																				
24	2	3	1	1	3	2	3	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	3	2	2	36																				
25	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	47																				
26	2	2	1	1	4	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	4	3	3	39																				
27	2	2	1	2	4	3	2	1	2	2	1	1	4	2	2	2	2	3	3	1	42																				
28	2	2	1	2	4	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	3	4	3	2	42																				
29	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50																				
30	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	46																				
31	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	47																				
32	2	1	2	2	3	1	1	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	1	2	3	40																				
33	2	2	1	2	4	4	2	1	2	2	1	1	2	2	3	2	2	4	2	3	44																				
34	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	46																				
35	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	3	2	4	1	2	4	2	3	37																				
36	2	3	1	1	3	3	1	3	2	2	1	1	1	1	3	1	2	3	2	1	37																				
37	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	4	3	4	36																				
38	3	4	2	2	3	2	2	1	2	3	1	1	2	1	2	2	3	3	3	2	44																				
39	2	3	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	46																				
40	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	45																				
41	2	1	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	43																				
42	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	44																				
43	2	2	2	1	3	2	2	1	3	1	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2	42																				
44	2	2	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	47																				
45	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	50																				
46	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	45																				
47	2	2	2	2	2	3	2	1	3	3	2	2	2	4	2	3	3	3	2	3	48																				
48	2	3	1	4	4	4	1	1	2	3	1	1	3	2	2	1	2	4	2	1	44																				
49	2	2	1	2	3	4	3	2	2	3	2	1	4	2	1	2	1	3	3	2	46																				
50	2	2	2	3	2	3	3	1	2	2	2	4	2	1	2	2	3	3	4	2	47																				
51	1	1	1	1	4	4	1	1	1	2	1	1	1	4	1	2	4	2	3	3	37																				
52	1	2	1	1	3	3	2	1	1	1	2	1	3	2	2	3	4	3	3	1	41																				
53	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	45																				
54	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	46																				
55	1	1	1	2	2	3	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	4	4	3	39																				
56	2	2	3	3	3	3	4	1	1	3	4	4	2	3	3	4	3	2	2	1	53																				
57	2	3	2	2	4	3	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	3	46																				
58	1	2	1	2	2	4	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	4	3	2	38																				
59	2	2	2	3	4	3	2	1	2	2	1	1	3	3	1	3	2	2	1	2	40																				
60	1	3	1	1	3	2	3	1	3	2	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	39																				
61	1	1	1	4	4	2	1	1	1	2	1	1	1	4	1	2	4	2	3	1	34																				
62	2	1	2	1	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	36																				
63	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	50																				
64	2	2	1	2	3	3	2	1	1	1	2	3	2	2	2	1	2	3	1	1	35																				
65	3	2	2	2	3	4	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	48																				
66	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	4	2	3	43																				
67	3	2	2	3	2	2	3	1	4	2	1	1	3	1	2	3	3	3	3	3	47																				
68	4	4	2	3	3	2	3	1	4	4	1	1	4	2	3	2	2	3	3	3	54																				
69	2	3	2	2	3	1	2	2	3	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	35																				
70	1	3	2	1	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	36																				
71	2	1	2	1	3	1	2	2	4	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	36																				
72	2	1	1	2	4	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	31																				
73	2	2	1	1	4	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	30																				
74	2	3	1	1	4	3	2	1	3	1	2	1	2	4	2	3	3	4	2	2	46																				
75	2	2	1	1	3	2	1	1	4	3	1	2	4	3	3	2	2	3	3	2	45																				
76	3	2	1	1	4	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	30																				
77	2	2	2	1	3	2	1	2	3	2	2	1	3	2	1	1	2	1	2	1	36																				
78	1	2	1	2	2	3	1	2	3	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	40																				
79	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	34																				
80	1	2	1	2	4	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	36																				
81	1	2	2	2	4	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	37																				
82	1	2	2	2	4	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	35																				
83	2	1	2	3	4	3	2	2	2	2	1	3	1	2	2	3	2	1	3	4	43																				
84	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	34																				
85	2	2	2	1	4	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	37																				
86	1	2	2	2	4	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	32																				
87																																									

	Aitem																																							
Responden	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	Total																			
97	1	2	2	2	4	3	1	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	2	2	48																			
98	1	2	1	2	4	3	2	1	4	1	2	1	2	1	1	2	3	2	2	2	39																			
99	1	1	2	1	4	3	2	2	1	1	2	2	3	2	2	1	1	3	1	2	37																			
100	1	1	1	2	4	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	3	2	3	35																			
101	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	31																			
102	1	1	1	1	4	3	1	1	4	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	32																			
103	2	1	1	2	4	3	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	3	3	1	36																			
104	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	4	2	1	35																			
105	1	2	2	1	4	3	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	3	3	3	37																			
106	1	1	2	1	2	4	3	1	2	1	2	4	2	2	2	3	3	2	2	2	42																			
107	2	1	2	2	4	3	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	39																			
108	2	2	2	2	4	3	1	2	2	3	4	2	2	3	3	2	2	3	2	3	48																			
109	1	4	4	1	4	4	4	1	4	4	3	3	4	4	1	3	4	4	4	3	64																			
110	1	1	1	2	4	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	3	2	3	34																			
111	1	2	2	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	34																			
112	2	2	2	1	3	3	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	35																			
113	1	2	2	1	3	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	34																			
114	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	4	1	2	1	1	1	28																			
115	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	2	2	4	4	4	3	4	3	3	2	59																			
116	1	1	1	2	4	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	33																			
117	1	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	37																			
118	1	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	34																			
119	2	2	2	2	3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	44																			
120	2	3	2	2	2	3	1	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	3	41																			
121	1	3	2	1	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	45																			
122	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	1	2	3	2	2	2	3	3	3	41																			
123	1	3	1	2	4	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	42																			
124	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	3	4	1	40																			
125	1	3	1	2	4	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	42																			
126	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	48																			
127	1	4	1	2	4	2	1	2	3	2	1	1	3	2	1	1	2	2	3	3	41																			
128	2	2	1	3	2	3	1	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	1	38																			
129	2	2	1	2	3	4	1	1	4	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	41																			
130	1	4	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	40																			
131	2	2	2	3	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	4	2	1	2	2	2	38																			
132	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	3	1	2	38																			
133	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	53																			
134	2	2	2	3	2	3	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	3	2	2	36																			
135	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	50																			
136	1	1	2	3	2	3	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	3	2	3	34																			
137	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	48																			
138	1	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	32																			
139	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	48																			
140	1	2	2	3	2	3	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	4	4	2	2	39																			
141	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	36																			
142	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	30																			
143	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	35																			
144	3	4	2	2	4	3	1	2	4	3	2	1	3	4	2	1	3	4	2	2	52																			
145	3	4	2	1	3	4	2	1	3	2	2	1	4	3	2	3	3	1	2	1	47																			
146	3	4	1	3	3	2	2	2	4	3	1	2	4	3	2	3	3	4	2	1	52																			
147	2	3	1	2	2	3	1	2	4	3	1	1	2	3	2	1	3	4	2	1	43																			
148	4	3	1	2	4	3	1	2	4	4	2	3	4	3	1	2	4	3	1	2	52																			
149	3	4	2	1	3	2	2	1	3	3	1	2	2	4	2	2	4	2	2	1	48																			
150	3	4	2	2	2	4	2	1	3	3	1	3	3	4	2	2	4	2	2	1	50																			
151	3	4	3	1	3	4	3	2	3	4	2	1	3	3	1	2	4	2	2	1	51																			
152	4	3	1	2	3	4	3	2	4	2	2	2	4	4	2	1	3	4	2	3	55																			
153	3	4	2	3	4	3	1	2	3	2	1	2	4	3	3	2	3	4	2	1	52																			
154	1	1	2	1	4	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	35																			
155	2	2	2	1	4	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	36																			
156	1	2	2	2	3	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	32																			
157	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	34																			
158	2	1	2	1	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	36																			
159	2	3	2	3	4	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	3	2	41																			
160	2	3	1	1	4	2	1	1	3	1	1	2	2	2	3	1	1	3	3	3	40																			
161	4	3	2	2	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	4	2	3	1	4	4	56																			
162	2	2	1	4	2	1	1	2	2	2	1	2	2	3	1	2	2	3	2	2	38																			
163	2	1	2	2	4	3	2	2	1	1	2	1	2	1	4	1	1	1	2	1	36																			
164	1	1	2	1	4	3	2	2	1	1	2	1	2	1	2	4	2	1	1	1	34																			
165	2	1	2	1	4	3	1	2	1	1	1	1	2	1	4	2	1	2	4	1	37																			
166	1	1	1	1	4	2	1	1	2	2	1	1	1	1	3	1	2	2	3	3	34																			
167	1	1	1	1	3	3	1	3	1	1	1	1	2	3	4	2	3	1	2	1	33																			
168	1	1	1	1	3	3	1	4	2	1	3	2	1	4	1	4	4	3	3	1	38																			
169	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	1	29																			
170	2	2	2	2	4	2	1	1	2	1	1	1	2	2	4	1	2	2	3	2	39																			
171	1	1	1	1	4	4	1	1	1	2	2	2	1	1	4	1	1	1	2	2	34																			
172	1	2	2	1	4	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	34																			
173	1	3	2	3	4	2	1	1	2	2	4	1	2	2	3	2	2	3	3	3	46																			
174	2	2	1	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	33																			
175	2	1	1	2	4	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	32																			
176	1	2	2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	30																			
177	1	1	1	2	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	30																			
178	1	2	2	2	3	1	2	2	1	3	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	31																			
179	1	2	2	2	4	3	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	31																			
180	2	3	2	1	4	3	1	3	2	2	2	4	2	1	2	2	4	2	1	2	44																			
181	3	4	2	3	3	1	3	2	3	2	1	3	1	1	3	3	3	2	3	2	48																			
182	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	3	3	4	2	3	2	3	1	2	54																			
183	3	4	2	1	2	3	3	2	1	3	3																													

altern																					
no	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	total
113	3	3	4	3	2	2	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	2	2	61
114	4	4	4	1	1	1	1	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	61
115	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	56
116	3	3	3	4	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	1	3	63
117	3	3	4	3	2	2	1	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	59
118	3	3	4	3	1	2	1	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	2	58
119	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	46
120	3	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	51
121	3	4	3	4	3	2	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	65
122	4	4	4	2	2	1	2	3	4	4	4	1	4	4	2	3	4	4	3	3	62
123	4	3	4	4	3	1	2	3	4	4	3	1	2	3	4	3	3	3	1	2	57
124	4	3	3	2	2	2	1	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	61
125	3	3	3	4	3	1	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	60
126	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	56
127	4	3	3	4	3	1	1	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	1	2	60
128	4	4	3	2	2	1	1	2	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	1	3	58
129	4	4	3	3	2	1	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	1	3	62
130	3	3	3	3	2	1	2	4	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	1	3	59
131	3	4	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	54
132	3	4	3	2	1	2	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	2	3	58
133	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	54
134	3	4	3	2	2	2	1	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	2	55
135	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	44
136	3	4	3	2	2	1	1	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	2	56
137	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	53
138	4	3	3	1	2	2	1	3	4	4	4	3	4	3	4	1	3	3	1	2	56
139	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	46
140	4	4	3	2	2	2	1	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	58
141	4	3	3	2	2	2	1	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	2	3	60
142	4	3	3	2	2	2	1	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	56
143	3	4	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	55
144	4	3	1	4	2	1	1	2	4	4	3	2	4	3	4	1	3	4	2	1	53
145	4	3	1	3	4	2	1	2	4	4	3	1	3	3	3	1	3	4	2	2	53
146	4	3	1	3	2	2	2	4	4	4	1	3	4	3	2	4	3	2	4	1	54
147	4	3	1	2	3	1	1	2	4	4	3	1	3	3	2	1	3	4	1	1	47
148	4	4	2	4	4	1	3	2	4	4	3	2	4	3	4	1	3	3	1	2	58
149	4	3	1	3	3	2	2	4	4	4	1	3	4	3	3	4	3	2	3	3	58
150	3	3	1	2	4	2	3	1	3	4	2	1	3	2	2	1	2	4	2	1	46
151	4	3	1	3	3	3	1	3	4	4	3	2	4	3	3	1	3	3	3	1	55
152	3	4	1	3	2	3	2	1	3	4	3	1	3	3	3	3	3	4	1	3	52
153	4	4	2	4	2	1	2	2	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	2	1	60
154	4	3	3	4	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	67
155	3	3	3	4	2	2	1	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	59
156	4	4	3	3	2	1	1	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	63
157	4	3	4	3	2	2	1	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	60
158	3	3	3	4	2	2	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	64
159	4	4	3	4	2	1	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	66
160	4	4	4	4	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	69
161	1	4	3	4	1	2	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	62
162	4	4	4	4	2	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	65
163	3	3	4	4	1	2	1	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	61
164	1	4	4	4	1	2	2	4	1	1	4	4	1	4	4	4	4	3	2	1	55
165	4	1	1	4	1	1	1	1	4	4	3	1	4	3	4	2	3	1	2	4	49
166	3	4	4	4	2	1	1	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	1	3	63
167	1	3	4	3	1	1	1	3	1	1	4	1	1	3	4	1	3	4	2	1	40
168	1	4	3	1	1	4	1	4	1	2	1	3	1	1	1	4	1	4	1	3	42
169	1	3	4	3	1	1	2	4	1	1	4	2	1	3	3	1	3	3	2	3	44
170	4	4	4	4	3	1	1	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	2	64
171	1	4	4	4	1	1	2	3	1	1	1	4	1	1	4	4	1	3	1	4	46
172	3	4	4	4	1	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	65
173	3	4	4	4	2	1	1	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	62
174	3	3	4	3	1	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	1	59
175	3	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	1	63
176	3	4	4	3	1	2	1	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	62
177	2	3	4	3	1	2	1	4	2	2	4	4	3	4	3	4	4	3	1	4	58
178	3	4	4	3	1	2	1	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	61
179	3	4	4	4	1	2	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	64
180	4	4	3	4	3	1	2	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	2	3	64
181	2	4	2	3	4	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	51
182	4	4	3	3	3	2	3	2	4	4	2	3	3	2	3	1	2	3	2	1	54
183	3	4	1	2	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	2	4	2	2	2	2	51
184	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	49
185	2	4	2	3	2	2	1	3	2	2	4	2	4	4	3	2	4	3	1	2	52
186	4	4	3	4	2	2	1	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	60
587	631	560	575	377	338	285	538	587	595	609	563	618	610	581	539	605	611	323	477	10609	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tabel 4.3

Tabulasi Data Perilaku Konsumtif

Responden	item															Total	
	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	
1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	38
2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	3	2	3	2	27
3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	36
4	3	1	3	2	4	3	2	2	1	1	1	1	3	2	2	1	32
5	3	2	3	2	2	2	4	3	3	1	2	1	4	3	3	3	41
6	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	3	36
7	3	1	1	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	3	1	3	31
8	1	2	1	1	4	2	1	1	2	2	2	1	3	3	3	2	31
9	2	1	2	1	3	4	1	1	3	2	3	2	2	3	2	1	33
10	2	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	3	3	2	2	32
11	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	31
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	31
13	2	1	2	2	3	2	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	33
14	1	1	1	1	4	4	1	1	2	2	1	1	3	4	1	3	31
15	1	1	2	2	2	3	1	1	2	1	2	1	2	3	2	3	29
16	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	25
17	2	1	1	2	4	2	1	1	1	3	2	3	3	3	3	1	33
18	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	32
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	35
20	4	3	2	1	3	3	2	2	4	3	3	1	3	2	1	2	39
21	3	2	1	3	3	4	1	1	2	4	1	3	2	4	1	3	38
22	2	1	2	2	3	2	1	1	1	3	1	2	2	3	2	3	31
23	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	35
24	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	3	2	1	1	2	4	23
25	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	41
26	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	3	1	4	3	3	3	32
27	1	2	1	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	4	1	3	30
28	2	2	1	2	3	3	1	1	3	2	3	2	3	2	2	3	35
29	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	38
30	2	2	2	2	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	42
31	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	37
32	1	1	1	1	3	3	1	1	2	1	1	4	4	1	1	3	29
33	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	1	36
34	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	4	2	3	38
35	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	4	2	4	3	1	29
36	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	3	2	3	3	1	3	30
37	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	2	2	3	3	2	28
38	2	2	1	2	4	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	38
39	2	2	1	1	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	39
40	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	35
41	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	3	3	3	3	35
42	2	2	2	2	3	3	1	1	2	3	2	2	2	3	3	3	36
43	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	37
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	34
45	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	39
46	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	38
47	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	40
48	1	1	1	1	2	4	1	1	3	4	2	3	2	4	1	3	34
49	2	2	1	1	2	3	1	1	2	2	2	3	4	4	2	2	34
50	1	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1	3	4	4	2	3	33
51	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	4	4	1	25
52	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	3	1	3	4	1	3	28
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	35
54	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	37
55	2	1	1	1	4	3	1	1	1	3	1	4	1	4	3	3	34
56	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	4	3	1	3	1	1	41
57	3	1	4	2	4	3	1	1	2	1	2	2	2	3	3	4	38
58	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	3	3	3	3	3	30
59	2	1	2	2	3	3	2	2	3	1	3	2	3	3	3	2	37
60	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	35
61	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	4	3	4	1	1	28
62	2	2	1	1	2	2	1	1	3	2	2	2	3	3	3	4	34
63	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	38
64	2	1	1	2	2	3	1	1	2	2	1	2	4	1	3	3	31
65	3	2	2	2	4	4	1	1	2	2	4	4	4	1	3	4	40
66	2	1	2	2	3	3	2	2	2	1	1	1	1	4	2	3	32
67	3	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	3	3	34
68	3	2	2	2	4	3	2	2	3	2	3	3	3	4	2	4	44
69	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	3	2	3	1	4	4	30
70	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	4	1	3	1	4	3	31
71	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	4	2	3	4	4	32
72	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	4	2	4	4	3	3	32
73	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	4	2	4	2	4	3	32
74	2	2	2	1	3	2	1	1	1	4	2	1	3	3	1	2	31
75	3	2	2	1	2	3	1	1	2	3	1	2	1	3	2	1	30
76	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	4	1	4	2	4	3	31
77	2	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	41
78	2	1	2	1	3	3	1	1	2	2	2	2	3	3	2	2	32
79	2	1	3	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	4	3	35
80	2	1	3	2	4	3	3	3	1	1	3	2	2	3	3	3	39
81	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2	3	1	1	29
82	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	31
83	1	2	1	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	36
84	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	3	2	1	3	2	3	34
85	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	3	2	2	3	1	2	27
86	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	4	1	3	2	4	4	34
87	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	4	2	4	4	4	3	36
88	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	4	2	4	4	4	3	36
89	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	4	1	4	3	3	3	32
90	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	4	3	3	3	4	4	33
91	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	4	1	4	3	3	3	32
92	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	4	3	4	29
93	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	3	1	4	4	3	3	31
94	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	4	3	3	27
95	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	3	3	27
96	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	4	4	2	3	4	4	37
97	1	1	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2	3	3	2	2	31
98	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	29
99	1	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2	4	3	2	2	33
100	2	2	1	1	2	2	1	1	2	3	2	3	3	3	2	3	33
101	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	4	2	3	3	2	1	28
102	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	33
103	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	4	3	2	2	2	31
104	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	4	2	4	4	2	3	33
105	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2						

Responden	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	Total
112	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	3	3	2	2	29
113	3	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	1	4	3	2	2	33
114	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	21
115	4	4	3	3	4	4	2	2	4	4	4	2	3	3	2	1	49
116	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	3	3	2	2	31
117	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	4	2	3	3	2	2	33
118	1	1	2	1	3	2	2	2	2	1	1	2	3	3	2	2	30
119	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	40
120	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	1	3	29
121	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3	39
122	1	2	4	1	2	3	1	1	1	2	2	3	2	4	2	3	34
123	2	2	2	1	2	3	1	1	2	3	3	3	2	3	2	2	34
124	2	2	2	1	3	3	1	1	2	2	3	2	3	3	3	3	35
125	2	2	4	1	2	3	1	1	2	3	3	3	2	3	2	3	35
126	3	4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	40
127	2	2	1	1	2	4	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	38
128	2	2	2	2	4	2	1	1	2	2	1	2	3	3	2	2	33
129	2	2	1	2	4	4	1	1	1	2	2	2	4	3	3	3	37
130	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	3	3	3	4	3	3	38
131	2	2	3	2	3	3	1	1	1	2	1	1	3	3	2	3	33
132	2	2	4	2	3	2	1	1	2	1	2	1	3	3	4	4	37
133	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	42
134	2	2	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	3	4	2	2	33
135	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	40
136	2	2	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	3	3	3	3	32
137	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	37
138	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	36
139	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	36
140	2	2	2	1	3	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	34
141	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	4	3	3	3	2	3	38
142	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	3	2	2	29
143	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	27
144	4	3	2	3	4	3	2	2	3	2	4	1	2	3	2	1	41
145	3	4	2	1	2	3	1	1	3	4	2	1	3	4	1	3	38
146	2	3	1	1	3	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	36
147	2	3	2	1	3	4	1	1	3	3	1	2	4	2	1	2	35
148	4	3	1	2	2	4	1	1	3	4	2	1	4	3	3	2	40
149	3	4	2	1	3	3	2	2	2	3	1	2	4	2	2	2	38
150	4	3	2	1	4	3	2	2	3	4	1	2	4	3	1	3	42
151	3	4	3	2	3	2	2	2	4	3	1	2	4	4	2	1	42
152	2	3	2	1	3	4	3	3	3	2	3	1	3	3	1	2	39
153	3	4	1	2	3	2	1	1	3	2	1	2	4	3	1	2	35
154	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	3	2	2	4	2	1	29
155	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	2	4	1	2	30
156	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	3	1	2	26
157	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	3	2	4	2	2	1	30
158	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	4	3	2	4	2	2	32
159	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	3	3	3	2	37
160	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	3	1	3	3	3	3	29
161	1	1	3	1	1	4	2	2	1	1	2	1	1	1	4	4	30
162	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	3	3	2	31
163	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	27
164	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	4	1	4	4	29
165	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	4	2	4	3	30
166	1	3	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	3	3	3	36
167	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	4	3	26
168	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	26
169	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	25
170	1	2	1	1	2	3	1	1	2	3	4	3	3	3	3	3	36
171	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	3	25
172	2	1	2	2	1	2	3	3	1	1	3	2	2	4	2	2	33
173	1	2	1	1	2	3	1	1	2	2	3	2	3	3	3	3	33
174	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	4	2	2	26
175	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	4	2	2	3	1	1	28
176	1	2	2	1	1	2	4	4	1	1	2	3	3	4	3	1	35
177	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	4	2	1	3	1	1	25
178	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	4	2	1	3	1	1	28
179	1	2	2	2	1	1	1	1	1	4	2	1	4	2	2	2	28
180	3	4	2	2	4	2	1	1	2	3	3	2	2	3	1	2	37
181	3	3	2	1	2	2	3	3	3	4	3	2	4	2	2	1	40
182	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	1	3	3	1	2	43
183	3	4	2	3	1	2	3	3	1	2	4	2	2	2	2	2	38
184	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	1	2	3	3	1	2	40
185	3	3	1	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	3	1	2	39
186	2	2	1	1	2	3	1	1	2	2	2	2	3	3	2	2	30
Jumlah	351	347	339	314	416	421	298	294	354	373	432	363	517	545	442	458	6264

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Adapun hasil peyajian data, sebagai berikut:

1. Deskripsi Statistik

Berdasarkan data yang didapat, maka deskripsi statistik dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 4
Deskripsi Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
<i>Self Control</i>	186	40,00	70,00	57,0376	6,01473
<i>Impulsive Buying</i>	186	26,00	64,00	40,4946	6,97350
Perilaku Konsumtif	186	21,00	56,00	33,6774	4,90926
Valid N (listwise)	186				

Sumber: Diolah dari SPSS

Berdasarkan hasil Uji Deskripsi Statistik menggunakan SPSS 25, data dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Skala *self-control* dengan jumlah responden 186, memiliki nilai *minimum* sebesar 40,00, nilai *maximum* sebesar 70,00, hasil rata rata (*mean*) sebesar 57,0376, dan standar deviasi *self-control* sebesar 6,01473.
2. Skala *impulsive-buying* dengan jumlah responden 186, memiliki nilai *minimum* sebesar 26,00, nilai *maximum* sebesar 64,00, hasil rata rata (*mean*) sebesar 40,4946 ,dan standar deviasi *impulsive buying* sebesar 6,97350.
3. Skala perilaku konsumtif dengan jumlah responden 186, memiliki

nilai *minimum* sebesar 21,00, nilai *maximum* sebesar 56,00, hasil rata rata (*mean*) sebesar 33,6774 ,dan standar deviasi perilaku konsumtif sebesar 4,90926.

2. Deskripsi Kategori Data

Setelah mendapatkan data deskripsi statistik dan mengetahui berapa hasil *mean* dan *standar deviasi*, maka dilanjutkan dengan kategorisasi data. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah tingkat responden dari penelitian ini memiliki kategori tinggi, sedang, ataupun rendah. Adapun pedoman dan hasil dari kategori data, sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Kategorisasi Tingkat Variabel

Rendah	$X < M - 1SD$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Tinggi	$M + 1SD \leq X$

Keterangan:

M : *Mean* (Rata-Rata)

SD: Standar Deviasi

1. Kategorisasi variabel *impulsive buying*.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Kategorisasi Variabel *Impulsive Buying*

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Rendah	91	48,9	48,9	48,9
	Sedang	94	50,5	50,5	99,5
	Tinggi	1	0,5	0,5	100,0
	Total	186	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil data uji kategorisasi yang diolah dari SPSS 25, ditemukan hasil uji kategorisasi yaitu, kategorisasi rendah bernilai sebesar 48,9%, dengan total *frequency* (responden) sebesar 91, untuk kategorisasi sedang bernilai sebesar 50,5% dengan *frequency* (responden) sebesar 94, dan kategorisasi tinggi menghasilkan nilai sebesar 0,5% dengan *frequency* (responden) sebesar 1.

2. Kategorisasi variabel *self-control*.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Kategorisasi Variabel *Self-Control*

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Sedang	117	62,9	62,9	62,9
	Tinggi	69	37,1	37,1	100,0
	Total	186	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil data uji kategorisasi yang diolah dari SPSS 25, ditemukan hasil uji kategorisasi yaitu, kategorisasi rendah bernilai sebesar 0%, artinya tidak ada pastisiapan yang menjawab dan termasuk kedalam klasifikasi kategori rendah, untuk kategorisasi sedang bernilai sebesar 62,9% dengan *frequency* (responden) sebesar 117. Dan kategorisasi tinggi, menghasilkan nilai sebesar 37,1% dengan *frequency* (responden) sebesar 69.

3. Kategorisasi variabel perilaku konsumtif.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Rendah	66	35,5	35,5	35,5
	Sedang	118	63,4	63,4	98,9
	Tinggi	2	1,1	1,1	100,0
	Total	186	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil data uji kategorisasi yang diolah dari SPSS 25, ditemukan hasil uji kategorisasi yaitu, kategorisasi rendah bernilai sebesar 35,5%, dengan total *frequency* (responden) sebesar 66, untuk kategorisasi sedang bernilai sebesar 63,4% dengan *frequency* (responden) sebesar 118, dan kategorisasi tinggi, menghasilkan nilai sebesar 1,1% dengan *frequency* (responden) sebesar 2.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini, uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah data dari penelitian ini, terdistribusi normal atau justru sebaliknya. Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan *kolmogorov-smirnov*. *Kolmogorov-smirnov* merupakan sebuah tes *goodness-of-fit* yang digunakan untuk menguji kesesuaian antara distribusi teoritis yang telah ditentukan dengan data yang diamati. Tes ini bertujuan untuk menentukan apakah skor-skor dalam sampel dapat dianggap berasal dari suatu populasi dengan distribusi tertentu.⁹⁵

Adapun klasifikasi dari normalitas, sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Pedoman Pengambilan Keputusan Uji Normalitas

Nilai Signifikansi	Kategori
Sig > 0,05	Data terdistribusi normal
Sig < 0,05	Data terdistribusi tidak normal

⁹⁵ Nuryadi, S.Pd.Si., M.Pd et al., *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*.80.

Adapun hasil penelitian uji normalitas, sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		186
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	3,45261470
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,042
	<i>Positive</i>	,041
	<i>Negative</i>	-,042
<i>Test Statistic</i>		,042
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,200 ^{c,d}

Sumber: Diolah dari SPSS

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,200. Jika di interpretasikan ke dalam tabel pengambilan keputusan, maka $0,200 > 0,05$. Hal ini mengartikan bahwa hasil data dari variabel bebas *impulsive buying* (X_1), variabel moderator *self-control* (X_2), dan variabel terikat perilaku konsumtif (Y), memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari nilai 0,05. Sehingga data dari ke tiga variabel tersebut termasuk kedalam kategori terdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah antar variabel memiliki hubungan yang linier atau justru sebaliknya. Pada perhitunagn uji linier ini, menggunakan SPSS dengan *anova*, namun untuk variabel

bebas ke variabel terikat, dibantu oleh *evIEWS 12* untuk melakukan analisis data, dengan transform *log*. Adapun hasil uji linieritas sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Uji Linieritas Variabel *Impulsive Buying* terhadap Perilaku Konsumtif

<i>ANOVA Table</i>							
			<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Perilaku Konsumtif * <i>Impulsive Buying</i>	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	2837,778	31	91,541	8,697	0,000
		<i>Linearity</i>	2252,555	1	2252,555	214,017	0,000
		<i>Deviation from Linearity</i>	585,223	30	19,507	1,853	0,008
	<i>Within Groups</i>		1620,867	154	10,525		
	Total		4458,645	185			

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil linieritas sebesar 0,008, dari hasil tersebut dapat di interpretasikan bahwa $0,008 < 0,05$, sehingga variabel perilaku konsumtif bernilai linier negatif (tidak memiliki linier) terhadap variabel *impulsive buying*. Sehingga dilakukan transform data dengan bantuan *Eviews 12 for windows*, dengan menggunakan *stability diagnostic* kemudian *ramsey reset test* dan diaplikasikan ke transformasi *log*.

Adapun hasil linieritas dari transformasi *log*, sebagai berikut:

Tabel 4. 12
Uji Linieritas Variabel *Impulsive Buying* terhadap Perilaku Konsumtif
(setelah di transformasi *log*)

	<i>Value</i>	<i>Df</i>	<i>Probability</i>
<i>t-statistic</i>	1.839326	182	0.0675
<i>F-statistic</i>	3.383120	(1,182)	0.0675
<i>Likelihood ratio</i>	3.425732	1	0.0642
<i>F-test summary</i>	<i>Sum of Sq.</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Squares</i>
<i>Test SSR</i>	0.037438	1	0.037438
<i>Restricted SSR</i>	2.051457	183	0.011210
<i>Unrestricted SSR</i>	2.014019	182	0.011066
<i>LR test summary</i>	<i>Value</i>		
<i>Restricted Log L</i>	155.2467		
<i>Unrestricted Log L</i>	156.9596		

Sumber: diolah dari *Eviews 12 for windows*.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa setelah di transform data dengan bantuan *eviews 12 for windows*, dengan menggunakan *stability diagnostic* kemudian *ramsey reset test* dan diaplikasikan ke transformasi *log*. Hasil *F-statistic* menunjukkan hasil sebesar 0,0675, jika di interpretasikan ke dalam pedoman, $0,0675 > 0,05$, artinya setelah di transformasi *log* data menunjukkan hasil yang linier, sehingga variabel perilaku konsumtif bernilai linier positif (memiliki linier) terhadap variabel *impulsive buying*.

Tabel 4. 13
Uji Linieritas Variabel *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif

<i>ANOVA Table</i>							
			<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Perilaku Konsumtif * <i>Self Control</i>	<i>Betwen Groups</i>	<i>(Combined)</i>	916,058	28	32,716	1,450	0,081
		<i>Linearity</i>	300,748	1	300,748	13,329	0,000
		<i>Deviation from Linearity</i>	615,310	27	22,789	1,010	0,459
	<i>Within Groups</i>		3542,587	157	22,564		
	<i>Total</i>		4458,645	185			

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil linieritas sebesar 0,459, dari hasil tersebut dapat di interpretasikan bahwa $0,459 > 0,05$, sehingga variabel perilaku konsumtif bernilai linier positif (memiliki linier) terhadap variabel *self-control*.

c. Uji Korelasi berganda

Adapun hasil uji korelasi berganda, sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Uji Korelasi Berganda

<i>Model Summary</i>									
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Change Statistics</i>				
					<i>R Square Change</i>	<i>F Change</i>	<i>df 1</i>	<i>df 2</i>	<i>Sig. F Change</i>
1	0,711 ^a	0,505	0,500	3,47143	0,505	93,493	2	183	0,000

a. Predictors: (Constant), self control, impulsive buying

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka bisa disimpulkan bahwa secara simultan variabel X_1 dan X_2

memiliki hubungan terhadap variabel Y, dengan interpretasi derajat hubungan koefisien korelasi kategori kuat karena memiliki nilai 0,711

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah uji sparsial yang bertujuan untuk mngetahui serta menjawab sejauh mana variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Adapun hasil dari uji hipotesis, sebagai berikut:

a. Uji T

Pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan analisis uji T. Prosedur ini dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis yang diperoleh melalui SPSS, adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 15
Total dari masing-masing Variabel

No	Nama Variabel	Total
1.	<i>Impulsive Buying</i>	7532
2.	<i>Self-Control</i>	10609
3.	Perilaku Konsumtif	6264

Tabel 4. 16
Uji T

<i>Coefficients^a</i>					
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>(Constant)</i>	12,587	3,566		3,530	0,001
<i>impulsive buying</i>	0,504	0,040	0,716	12,729	0,000
<i>self control</i>	0,012	0,046	0,014	0,256	0,798

Dependent variable: perilaku konsumtif

Pedoman pengambilan keputusan Uji t:

- 1) Apabila nilai signifikansi < 0,05 atau nilai t hitung melebihi nilai t tabel, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai signifikansi > 0,05 atau nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Rumus mencari T tabel :

$$T. \text{ tabel} = t (\alpha / 2 ; n - k - 1)$$

Adapun hasil perhitungan untuk data ini, sebagai berikut:

$$\dots\dots = t (0,025 ; 183)$$

$$T. \text{ Tabel} = 1,97301$$

Hasil perhitungan dan klasifikasi ke t tabel :

a) Pengujian H₁ (Variabel X₁ terhadap Variabel y)

Signifikansi dari variabel X₁ terhadap Y adalah 0,000 yang lebih rendah dari 0,05, dan nilai T. hitung adalah 12,729 yang melebihi nilai T. tabel (1,97301). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

terdapat pengaruh dari variabel X_1 terhadap variabel Y, dan dinyatakan terdapat pengaruh.

b) Pengujian H_2 (Variabel X_2 terhadap Variabel y)

Pengujian hipotesis H_2 mengenai pengaruh variabel X_2 terhadap variabel Y menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,798 yang lebih besar dari 0,05, dan nilai t hitung sebesar 0,256 yang lebih kecil dari nilai t tabel (1,97301), dan dinyatakan tidak terdapat pengaruh.

b. Uji F

Uji F merupakan tahapan ketiga dalam pengujian hipotesis, yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh stimulan (X_1 dan X_2) terhadap variabel Y berdasarkan *output* nya. berikut adalah hasil pengolahan dari SPSS, sebagai berikut:

Tabel 4. 17
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2253,344	2	1126,672	93,493	.000 ^b
	Residual	2205,301	183	12,051		
	Total	4458,645	185			
A. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
B. Predictors: (Constant), Impulsive Buying, Self Control						

Rumus mencari F. Tabel :

$$F.Tabel = F(k; n - k)$$

Adapun hasil perhitungan untuk data ini, sebagai berikut:

$$..... = F(2; 184)$$

$$F. Tabel = 3,05$$

Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa nilai signifikansi dari pengaruh simultan (X_1 dan X_2) terhadap Y adalah 0,000 yang lebih rendah dari 0,05, dan nilai F_{hitung} adalah 93,493 yang melebihi nilai F_{tabel} (3,05). Oleh karena itu, hipotesis H_3 diterima, yang mengindikasikan adanya pengaruh stimulan (X_1 dan X_2) terhadap variabel Y .

c. Koefisien Determinasi

Tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk mengukur sejauh mana pengaruh yang diberikan oleh variabel X secara stimulan (X_1 dan X_2) terhadap variabel Y . Berikut adalah hasil pengolahan dari SPSS, sebagai berikut:

Tabel 4. 18
Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.711 ^a	0,505	0,500	3,471
<i>a. Predictors: (Constant), impulsive buying, self control.</i>				

Dari hasil diatas menunjukkan *R. Square* memiliki hasil 0,505, sehingga hasil ini menunjukkan bahwa 50,5% secara stimulan (variabel 1 dan variabel 2) mempengaruhi variabel Y, yang sisanya tentunya dipengaruhi oleh faktor lain.

D. Pembahasan

Berdasarkan pada penelitian ini, ditemukan pada deskripsi statistik tabel 4.4. Dari jumlah responden sebanyak 186 dari 5 prodi di Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, skala *self-control* memiliki hasil *mean* sebesar 57,0376 dengan nilai *maximum* yang di peroleh sebesar 70,00. Untuk skala *impulsive buying*, nilai *mean* yang dihasilkan sebesar 40,4946 dengan nilai *maximum* yang diperoleh dari hasil responden sebesar 64,00. Kemudian untuk skala perilaku konsumtif hasil *mean* yang diperoleh sebesar 33,6774 dengan nilai *maximum* yang dihasilkan sebesar 56,00. Dari sini dapat dilihat, bahwa setiap responden tentunya menjawab kuesioner dengan jawaban yang cukup beragam. Keberagaman ini tentunya menghasilkan data statistik yang berbeda, serta akan menghasilkan standar deviasi yang berbeda-beda.

Pada tabel 4.6 hasil uji kategorisasi untuk variabel *impulsive buying*, menunjukkan hasil kategorisasi rendah, yang menghasilkan nilai sebesar 48,9%, dengan total *frequency* (responden) yang menjawab sebesar 91. kemudian untuk kategorisasi sedang bernilai sebesar 50,5% dengan jumlah *frequency* (responden) yang menjawab sebesar 94, dan untuk kategorisasi tinggi, menghasilkan nilai sebesar 0,5% dengan *frequency* (responden)

sebesar 1. Pada variabel *impulsive buying* menunjukkan bahwa sampel dalam jumlah terbanyak terdapat pada kategorisasi sedang. Jika ditarik pada faktor yang mempengaruhi *impulsive buying*, terdapat dua faktor yang mempengaruhi, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu itu sendiri, sedangkan faktor eksternal berkaitan dengan atribut produk dan strategi pemasarannya,⁹⁶ yang tentunya akan mendorong individu dalam mengambil keputusan dan melakukan pembelian.

Kemudian, pada tabel kategorisasi data tabel 4.7, secara spesifik hasil uji kategorisasi untuk variabel *self-control*, terlihat sebanyak 0 responden tidak menjawab pada kategori rendah, pada kategori sedang sebanyak 117 responden menjawab dengan presentase 62,9 %, dan pada kategori tinggi sebanyak 69 responden menjawab dengan presentase sebesar 37,1%. Artinya dari 186 responden kecenderungan memiliki *self-control* dengan kategori sedang. Semakin tinggi *self-control* (kontrol diri) yang dimiliki oleh setiap individu, tentunya akan memberikan hasil yang positif terhadap dirinya, baik dalam pengendalian emosi, kognitif, pengambilan keputusan, dan lain-lain.

Pada kategorisasi variabel perilaku konsumtif, didapatkan hasil, untuk kategorisasi rendah bernilai sebesar 35,5%, dengan total *frequency* (responden) yang menjawab sebesar 66, kemudian untuk kategorisasi sedang bernilai sebesar 63,4% dengan *frequency* (responden) yang menjawab sebanyak 118. Dan kategorisasi tinggi menghasilkan nilai sebesar 1,1%

⁹⁶ Henrietta, "IMPULSIVE BUYING PADA DEWASA AWAL DI YOGYAKARTA," 6.

dengan *frequency* (responden) yang menjawab sebesar 2. Pada variabel dependent perilaku konsumtif menunjukkan bahwa sampel dalam jumlah terbanyak terdapat pada kategorisasi rendah, jika ditarik pada faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif tentunya terdapat beberapa faktor seperti, faktor budaya, faktor kelompok referensi, faktor individu, faktor pendapatan, dan lain-lain. Dari semua hasil diatas menunjukkan bahwa setiap individu memiliki jawaban yang berbeda-beda dengan kategori yang tentunya berbeda sehingga menghasilkan hasil yang beragam. Keberagaman ini tentunya dapat menjawab bahwa manusia hakikatnya sangat dinamis. Antar individu memiliki karakter, sifat, pengambilan keputusan, serta pemikiran yang berbeda- beda.

Kemudian pada uji normalitas, terlihat hasil dari ketiga variabel memiliki signifikansi yang lebih besar dari 0,05. dengan jumlah yang di hasilkan 0,200. Dalam kategori ini sinifikansi 3 variabel tersebut masuk kedalam kategori terdistribusi normal, artinya seluruh komponen aitem dari 3 variabel tersebut, terjawab dengan pendistribusian yang normal. Dalam tes ini, dilakukan perhitungan distribusi frekuensi kumulatif yang di perkirakan berdasarkan distribusi teoritis yang telah ditentukan, kemudian di bandingkan dengan distribusi frekuensi kumulatif yang diperoleh dari observasi data yang sebenarnya.

Pada uji linieritas, masing-masing variabel menunjukkan hasil yang beragam. uji linieritas sendiri bertujuan untuk mengetahui apakah antar variabel memiliki hubungan yang linier atau tidak. Pada tabel 4.11 uji

linieritas variabel perilaku konsumtif dan variabel *impulsive buying*, menunjukkan hasil *deviation from linierity* sebesar $0,008 < 0,05$. Dari hasil tersebut, jika di interpretasikan ke dalam pedoman pengambilan keputusan memiliki nilai linier yang negatif, sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel perilaku konsumtif bernilai linier negatif (tidak memiliki linier) terhadap variabel *impulsive buying*. Untuk kasus tidak linier ini, peneliti melakukan pemulihan dengan langkah transform data menggunakan bantuan *views 12 for windows*, menggunakan *stability diagnostic* kemudian *ramsey reset test* dan diaplikasikan ke transformasi *log*. Langkah ini digunakan dengan melihat bagaimana hasil nilai residual kemudian di aplikasikan ke transformasi *log*. Sehingga pada penelitian ini menghasilkan nilai sebesar 0,0675, yang artinya transformasi *log* menghasilkan nilai positif. Sehingga dapat menunjukkan hasil yang linier. Pada hasil tabel 4.13, uji linieritas perilaku konsumtif dan variabel *self-control* menunjukkan bahwa hasil linier dari 2 variabel tersebut sebesar menghasilkan *deviation from linierity* sebesar $0,459 > 0,05$. Dari hasil tersebut, jika di interpretasikan pada pedoman pengambilan keputusan memiliki nilai linier yang positif, sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel perilaku konsumtif bernilai linier positif (memiliki linier) terhadap variabel *self-control*.

Pada hasil tabel 4.14 uji korelasi berganda, menunjukan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. maka bisa disimpulkan bahwa secara simultan variabel X_1 dan X_2 memiliki hubungan terhadap variabel Y , dengan interpretasi derajat

hubungan koefisien korelasi kategori kuat karena memiliki nilai 0,711 dengan interpretasi derajat hubungan koefisien korelasi kategori kuat.

Hasil dari tabel 4.16 menunjukkan bahwa dalam pengujian H_1 (variabel X_1 terhadap variabel Y) nilai signifikansi variabel X_1 terhadap Y menunjukkan hasil 0,000 yang lebih rendah dari 0,05. Dan nilai T hitung adalah 12,729 yang melebihi nilai T tabel (1,97301). Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa terdapat pengaruh dari variabel X_1 terhadap variabel Y .

Namun, dalam pengujian H_2 (variabel X_2 terhadap variabel Y), X_2 terhadap variabel Y menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,798 yang lebih besar dari 0,05 dan nilai T hitung sebesar 0,256 yang lebih kecil dari nilai T tabel (1,97301). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel X_2 terhadap variabel Y .

Selanjutnya, dalam tabel 4.17 uji F hasil menunjukkan bahwa secara simultan dari tabel tersebut (X_1 dan X_2) terhadap Y , didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung sebesar 93,493 yang lebih besar dari F tabel (3,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 dan X_2 secara stimulan berpengaruh terhadap variabel Y . Seperti yang diketahui adanya perilaku pembelian *impulsive*, tentunya kontribusi *self-control* (kontrol diri) terhadap diri sendiri sangat diperlukan.

Pada penelitian ini juga terlihat, bagaimana X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y , dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $93,493 > F$ tabel 3,05, yang kemudian di koefisien

determinasi menunjukkan *R.square* 0,505. Sehingga hasil ini menunjukkan bahwa 50,5% secara simultan (variabel 1 dan variabel 2) mempengaruhi variabel Y dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Adapun faktor lain yang mempengaruhi seperti ketersediaan waktu (*availability of time*), dimana jumlah waktu yang pembeli miliki atau luangkan, sangat tersedia untuk mencari atau menjelajah produk disuatu *market place* tersebut.⁹⁷ hal ini senada dengan pendapat Part pada tahun 1992. Part mengemukakan bahwa waktu yang tersedia untuk berbelanja mempengaruhi pengambilan keputusan di dalam toko dengan dua cara. Pertama, keterbatasan waktu membatasi kemampuan konsumen untuk memproses informasi di dalam toko. Kedua, tekanan waktu meningkatkan tingkat kegelisahan atau stres.⁹⁸

Kemudian faktor kedua, yaitu dari faktor lingkungan *market place*. Lingkungan toko secara tidak langsung mempengaruhi konsumen saat berbelanja di dalam toko. Menurut pendapat Mohan pada tahun 2013, lingkungan toko memiliki dampak yang lebih besar terhadap pembelian impulsif dibandingkan dengan pengaruh kepribadian konsumen.⁹⁹ Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Angga Prasetya dan Gede Bayu, dengan judul “Pengaruh Lingkungan Toko terhadap Pembelian Impulsif Dimediasi oleh Emosi Positif”. Dimana penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan toko dengan pembelian impulsif. Penelitian ini juga menyatakan bahwa apabila lingkungan toko

⁹⁷ Wenny Pebrianti dan Septi Purnama Sari, “Faktor Internal dan Eksternal terhadap *Impulsive Buying* pada Supermarket Islami”, (Cakrawala Management Bussiness Journal 2022),27.

⁹⁸ Ibid.

⁹⁹Ibid

sangat membuat konsumen merasa nyaman dan tertarik, otomatis akan membuat emosi positif (perasaan bahagia, senang, atau tertarik) dari konsumen meningkat, sehingga hal ini juga dapat menjadi pemicu salah satu faktor eksternal terjadinya pembelian tak terkendali.¹⁰⁰

Faktor terakhir, yaitu faktor budaya dan kelas sosial. Hal ini bisa menjadi salah satu pemicu timbulnya pembelian tak terkendali hingga mengakibatkan perilaku konsumtif. Dilihat dari fenomena- fenomena sekitar yang sering terjadi seperti, salah satu contoh perayaan menyambut hari besar keagamaan yang termasuk kedalam suatu faktor kebudayaan. Baik itu menyambut hari lebaran, hari natal dan lain sebagainya. Pada masa itu terlihat kecenderungan masyarakat untuk melakukan perilaku konsumtif. Karena momen tersebut kecenderungan masyarakat cenderung suka membeli segala sesuatu, khususnya pakaian baru dan lain-lain.¹⁰¹ Bagi sebagian besar masyarakat, tradisi tersebut sudah menjadi turunan atau tradisi dari keluarga. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lutfia dkk, dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak”. Dari penelitian ini menunjukkan hasil, bahwa faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak adalah karena faktor kebudayaan dan kelompok

¹⁰⁰ Angga Prasetya Putra dan Gede Bayu Rahanatha, “Pengaruh Lingkungan Toko Terhadap Pembelian Impulsif Dimediasi Oleh Emosi Positif”, (E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 2023), 338-346.

¹⁰¹ Listyo Yuwanto, Artikel Psikologi : “ Lebaran Dan Perilaku Konsumtif Masyarakat”, (Universitas Surabaya, Juli 2015).

referensi. Pada penelitian ini juga menyatakan mahasiswa cenderung melakukan pembelian yang berakibat konsumtif disaat menjelang perayaan hari besar keagamaan, dengan tujuan agar pada saat momen tersebut terlihat cantik dan menarik.¹⁰²

Maka dalam hal ini terlihat bagaimana *impulsive buying* dengan *self-control* memiliki keterkaitan terhadap perilaku konsumtif sebagian mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq, yang tentunya di sertai oleh berbagai faktor.



¹⁰² Lutfiah, Muhammad Basri, dan Heni Kuswanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak", 9.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil temuan peneliti, dengan judul “Hubungan Impulsive Buying Dengan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember”, peneliti memperoleh hasil bahwa nilai signifikansi dari pengaruh simultan (X_1 dan X_2) terhadap Y adalah 0,000, yang lebih rendah dari 0,05. Dan nilai F hitungannya adalah 93,493, yang melebihi nilai F tabel (3,05). Oleh karena itu, hipotesis H_3 diterima, yang mengindikasikan adanya pengaruh simultan (X_1 dan X_2) terhadap variabel Y . Serta, uji korelasi berganda signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dengan interpretasi derajat hubungan koefisien korelasi kategori kuat karena memiliki nilai 0,711.

Kemudian di koefisien determinasi menunjukkan R . *square* memiliki hasil 0,505. Sehingga hasil ini menunjukkan bahwa 50,5% secara stimulan (variabel 1 dan variabel 2) mempengaruhi variabel Y . Sisanya tentu dipengaruhi oleh faktor lain, seperti faktor ketersediaan waktu, faktor lingkungan dan faktor kebudayaan. Maka dalam hal ini, terlihat bagaimana *impulsive buying* dengan *self-control* (kontrol diri) memiliki keterkaitan terhadap perilaku konsumtif sebagian mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2020 Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa Fakultas Dakwah

Diharapkan penelitian ini mampu menjadi pengetahuan mahasiswa, bahwa setiap manusia memiliki kontrol diri yang berbeda. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mahasiswa akan lebih bijak dalam melakukan pembelian, sehingga terhindar dari *impulsive buying* yang nantinya bisa mengakibatkan perilaku konsumtif.

2. Bagi Mahasiswa Psikologi Islam

Bagi mahasiswa Psikologi Islam, tentunya akan menjadi sebuah pengetahuan, bahwa psikologi konsumen sangat erat kaitannya dengan keseharian manusia. Dalam melakukan keputusan pembelian, bagaimana manusia terpengaruh untuk membeli sesuatu, bagaimana *brand* menarik perhatian masyarakat. Tentunya semua dikaji dalam mata kuliah Psikologi Konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneruskan untuk meneliti dan memperdalam kajian ini dengan baik. Tentunya dengan mengkomparasi beragam teori teori pada psikologi konsumen. Dan di harapkan nantinya dapat menjelaskan kepada masyarakat, bahwa setiap aktivitas yang kita lakukan (baik berbelanja, mengambil keputusan pembelian, ataupun lain sebagainya) tidak akan pernah luput dari kajian psikologi.

DAFTAR PUSTAKA

- “30 Kata Bijak Umar Bin Khattab, Jadikan Motivasi Dalam Hidup.” Di akses December 17, 2023. <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/D-6661126/30-Kata-Bijak-Umar-Bin-Khattab-Jadikan-Motivasi-Dalam-Hidup>.
- Alwisol. *Psikologi Kepribadian*. Malang: Umm Press, 2009.
- Anastasia Anin F., Rasimin Bs., & Nuryati Atamimi. “Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja.” *Jurnal Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada* Volume 35, No. 2 (2019): 181–93.
- Anbi Dilagusta Sembima, 13320052. “Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Impulsive Buying Pada Kolektor Mainan Di Yogyakarta.” Thesis, Universitas Islam Indonesia, 2019.
- Aprilia, Eka. “Impulse Buying Pada Mahasiswa Di Banda Aceh,” January 1, 2018. https://www.academia.edu/83466796/Impulse_Buying_Pada_Mahasiswa_Di_Banda_Aceh.
- Arisandy, Desy. “Kontrol Diri Ditinjau Dari Impulsive Buying Pada Belanja Online.” *Jurnal Ilmiah Psyche* 11, No. 2 (2017): 63–74.
- Asihwardji, Danuyasa. *Ensiklopedia Psikologi*. Jakarta: Arcan, 1996.
- Astasari, Atika Rani, and Alimatus Sahrah. “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Membeli Impulsif Pada Remaja Putri,” N.D.
- Astuti, Endang Dwi. “Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 1, No. 2 (April 17, 2013). <https://doi.org/10.30872/Psikoborneo.V1i2.3285>.
- Chariri, Achmad Fariz. “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Seksualitas Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional (Upn) Veteran Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2011 Surabaya.” Undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2014. <https://doi.org/10.10410038%20daftar%20pustaka.Pdf>.
- Cristina Widayautami. *Manajemen Ritel :Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta, 2010.

“E-Commerce Adalah Kegiatan Jual Beli Online, Ini Penjelasannya - Nasional Katadata.Co.Id.” Di akses Juni 2, 2023. <https://katadata.co.id/intan/berita/620639c443064/e-commerce-adalah-kegiatan-jual-beli-online-ini-penjelasannya>.

Elizabeth B. Hurlock. *Psikologi Perkembangan*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga, 2002.

Engel, James F, Blackwell, Roger D, Winiard, Paul W And Budijanto, F.X. *Perilaku Konsumen / James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard; Alih Bahasa, Budijanto*. 6th Ed. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.

Eni Lestarina, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny, & Desi Harlina. “Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja | Lestarina | Jrti (Jurnal Riset Tindakan Indonesia).” Di akses November 8, 2023. <https://jurnal.licet.org/index.php/jrti/article/view/210/251>.

Fred L. Benu Dan Agus S. Benu. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenada Media Grup, 2019.

Harahap, Juli Yanti. “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Ketergantungan Internet Di Pustaka Digital Perpustakaan Daerah Medan.” *Jurnal Edukasi : Jurnal Bimbingan Konseling* 3, No. 2 (Juli 3, 2017): 131–45. <https://doi.org/10.22373/je.v3i2.3091>.

Hawkins, Del I., And David L. Mothersbaugh. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11. Ed. Boston: Mcgraw-Hill Irwin, 2010.

Henky S. Pratama. “Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Merchandise Liverpool Pada Anggota Suporter Klub Sepakbola Liverpool Di Bekasi.” *Jurnal Psikologi* 10. No 2 (Desember 2017).

Henrietta, Paulus. “Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Di Yogyakarta.” *Jurnal Psikologi* 11, No. 2 (October 2, 2012): 6.

Hetharie, Jondry A. “Model Kecenderungan Pembelian Impulsif (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Kota Ambon).” *Jurnal Manajemen Teknologi*, N.D.

“Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Kecenderungan Impulsive Buying Remaja Akhir Putri Pada Produk Fashion - Pdf Download Gratis.” Di akses November 8, 2023. <https://docplayer.info/49606445-hubungan-antara-kontrol-diri-dan-kecenderungan-impulsive-buying-remaja-akhir-putri-pada-produk-fashion.html>.

“Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Sma Negeri 3 Purwokerto - Repository Perpustakaan.” Di akses November 8, 2023. <https://Repository.Ump.Ac.Id/8118/>.

Upt Teknologi Informasi Dan Pangkalan Data Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (Uinkhas. “Fakultas Dakwah | Uin Khas Jember.” Di akses November 12, 2023. <https://Fdakwah.Uinkhas.Ac.Id>.

———. “Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.” Di akses November 12, 2023. <https://Uinkhas.Ac.Id>.

J.P. Chaplin. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Grafindo, 2006.

“Korelasi Pearson – Studio Statistika,” December 3, 2023. <https://Ss.Mipa.Ub.Ac.Id/Korelasi-Pearson/>.

Kotler, P. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, And Control*. Prentice Hall, 2005.

Kurniawati, Yulia Puput. “Pengaruh Tingkat Keaktifan Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sman 9 Surabaya Dalam Berbelanja Online.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)* 2, No. 3 (August 28, 2014). <https://Doi.Org/10.26740/Jptn.V2n3.P%P>.

Lutfiah, Muhammad Basri, dan Heni Kuswanti, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapak Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak”, 9.

M. Nur Ghufon & Rini Risnawita. S. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar- Ruz Media, 2010.

Makalah Pendidikan Islam Lengkap. “Teori Behaviorisme Clark Leonard Hull.” Di akses November 8, 2023. <http://Makalahpendidikanislamlengkap.Blogspot.Com/2016/12/Teori-Behaviorisme-Clark-Leonard-Hull.Html>.

Manggi Asih Larasati, Meita Santi Budiani. “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online.” *Dokumen.Tips*. Di akses November 8, 2023. <https://Dokumen.Tips/Documents/Hubungan-Antara-Kontrol-Diri-Dengan-Pembelian-Impulsif-Pakaian-Pada-Mahasiswi.Html>.

Maulana, Irfan, Jovanna Merseyside Br Manulang, And Ossya Salsabila. “Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif Di Era Ekonomi Digital.” *Majalah Ilmiah Bijak* 17, No. 1 (April 1, 2020): 28–34. <https://Doi.Org/10.31334/Bijak.V17i1.823>.

- Maulana, Irfan, Jovanna Manulang, And Ossya Salsabila. "Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif Di Era Ekonomi Digital." *Majalah Ilmiah Bijak* 17 (April 1, 2020): 28–34. <https://doi.org/10.31334/Bijak.V17i1.823>.
- Meyanti, Mikha. "Averill J R. Personal Control Over Aversive Stimuli And Its Relationship To Stress. *Psychol. Bull.* 80:286-303, 1973." Di akses November 8, 2023. https://www.academia.edu/33432027/Averill_J_R_Personal_Control_Over_Aversive_Stimuli_And_Its_Relationship_To_Stress_Psychol_Bull_80_286_303_1973.
- Miranda, Yosy Cynthia. "Kajian Terhadap Faktoryang Mempengaruhi Impulse Buying dalam Online Shopping." *Competence : Journal Of Management Studies* 10, No. 1 (2016). <https://doi.org/10.21107/Kompetensi.V10i1.3424>.
- Muri Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan Edisi Keempat*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Nuryadi, S.Pd.Si., M.Pd, Tutut Dewi Astuti, Se., M.Si, Ak., Ca., Cta, Endang Sri Utami, Se., M.Si., Ak., Ca, And M. Budiantara, Se., M.Si., Ak, Ca. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media, 2017.
- Prof. Ma'ruf Abdullah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sleman Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Putra, Angga Prasetya. & Gede Bayu Rahanatha, "Pengaruh Lingkungan Toko Terhadap Pembelian Impulsif Dimediasi Oleh Emosi Positif", (E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana) 2023.
- "Qur'an Kemenag." Di akses November 19, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=26&to=26>.
- "Qur'an Kemenag." Di akses November 19, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=26&to=26>.
- Ramadona Dwi Marsela Dan Mamat Supriatna. "Kontrol Diri : Definisi Dan Faktor." *Journal Of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research* (Vol.3, No.2, (Agustus 2019): 65–69.
- Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press, 2016. <http://repo.handayani.ac.id/48/>.
- Retnawati, Heri. "Pengantar Analisis Regresi," N.D.

- Ripki, Ahmad Jauhari Hamid. "Pengaruh Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Siswi Kelas Xi Smk Budhi Warman 1 Jakarta." *Jurnal Ilmu Pendidikan (Jip) Stkip Kusuma Negara* 9, No. 1 (2017): 81–90.
- Saifuddin Azwar. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013.
- Salsabila, Risa, and Suci Rahma Nio. "Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum Ubh Pengguna Shopee." *Jurnal Riset Psikologi* 2019, No. 4 (December 19, 2019). <https://doi.org/10.24036/jrp.v2019i4.7969>.
- Sari, Fitria, and Nita Sri Handayani. "Kontrol Diri Dan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Remaja Penggemar K-Pop." *Jurnal Psikologi* 12, No. 2 (March 18, 2020): 179–88. <https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2442>.
- Sari, Septi Purnama, Wenny Pebrianti. "Faktor Internal dan Eksternal terhadap *Impulsive Buying* pada Supermarket Islami", (Cakrawala Management Bussiness Journal 2022),27.
- Schiffman & Kanuk. *Consumer Behavior*. America: America: Pearson Prentice Hall, 2007.
- Sipunga, Puspitana Nilawati, And Amri Hana Muhammad. "Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi Sma Kesatrian 2 Semarang." *Journal Of Social And Industrial Psychology* 3, No. 1 (October 15, 2014). <https://doi.org/10.15294/sip.v3i1.3744>.
- Sugiono, Sugiono. "Konsep, Identifikasi, Alat Analisis Dan Masalah Penggunaan Variabel Moderator." *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 1, No. 2 (2004): 61–70. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v1i2.4175>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Cet. 1 Ed. 2. Ghalia Indonesia, 2011.
- Syahrum & Salim. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.
- Suryani, Tatik *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

“Teori Pavlov: Pengertian Dan Contohnya - Kompas.Com.” Di akses November 8, 2023. <https://amp.kompas.com/skola/read/2022/04/11/130000369/Teori-Pavlov-Pengertian-Dan-Contohnya>.

“Teori Pembelajaran Skinner - Gramedia Literasi.” Di akses November 8, 2023. <https://www.gramedia.com/literasi/teori-pembelajaran-skinner/>.

Titisari, Haryanti Tri Darmi. “Hubungan Antara Penyesuaian Diri Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Delikuen Pada Siswa Sma Muhammadiyah 1 Jombang.” *Psikodimensia* 16, No. 2 (2017): 131–41. <https://doi.org/10.24167/psiko.v16i2.1068>.

Wulandari, Wenny. “The Effects Of Self Control To Impulsive Buying In Buying Fashion Products On Boarding Students.” *International Journal For Social Studies* Volume 04, No. Issue 08 (August 2018).

Widyaningrum, Sandra, And Ni Wayan Sukmawati Puspitadewi. “Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas.” *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan* 6, No. 2 (February 19, 2016): 102–6. <https://doi.org/10.26740/jptt.v6n2.p102-106>.

Wakhidah, Zahrotul. “Hubungan Antara Psychological Well Being Dengan Need For Achievement Pada Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Dan Kartu Indonesia Pintar-Kuliah (Kip-K) Fakultas Dakwah Uin Khas Jember.” Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Dakwah, 2023.

Yuwanto, Listyo. Tabel Artikel Psikologi : “ Lebaran Dan Perilaku Konsumtif Masyarakat”, (Universitas Surabaya, Juli 2015).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Taradiva Maharani
NIM : 204103050044
Prodi : Psikologi Islam
Fakultas : Dakwah
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember.

Dengan ini menyatakan yang sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Hubungan Self-Control dengan Impulsive Buying terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.”** adalah benar-benar hasil penelitian saya sendiri dan bukan hasil dari plagiasi, kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dan semoga dapat digunakan sebagaimana seharusnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 16 Maret 2024



Taradiva Maharani
NIM: 204103050044

Nomor : B. 917 /Un.22/6.a/PP.00.9/ 3 /2023 1 September 2023
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.

Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Taradiva Maharani
NIM : 204103050044
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Psikologi Islam
Semester : VII (tujuh)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama \pm 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Hubungan Self Control dengan Impulsive Buying terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Aa Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik




Sri Raudhatul Jannah

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Hubungan *Self- Control* Dengan *Impulsive Buying* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
Fakultas Dakwah Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

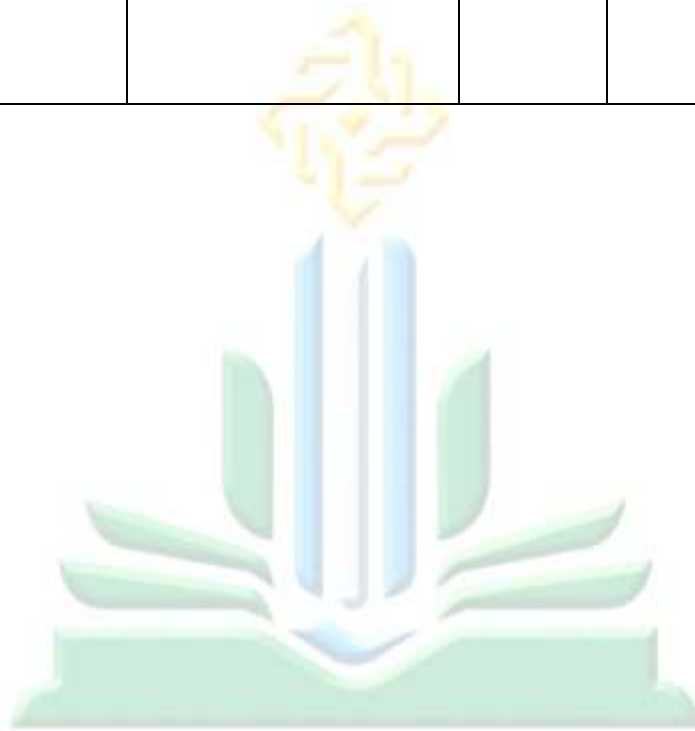
No	Tanggal	Kegiatan
1.	4 Juli 2023 – 15 Juli 2023	Mencari Informasi, data, dan observasi mendalam kepada mahasiswa fakultas dakwah Angkatan 2020 UIN KHAS Jember.
2.	30 Agustus 2023 -31 Agustus 2023	Mengurus Surat Izin penelitian
3.	01 September 2023	Penyerahan Surat Izin Penelitian ke Fakultas Dakwah
4.	28 Oktober 2023	Penyebaran Kuesioner
5.	06 November 2023	Selesai Penyebaran Kuesioner
6.	07 November 2023- 08 November 2023	Mengolah data dengan SPSS dan Eviews (Untuk pemulihan Linieritas satu variabel)
7.	10 November 2023	Melakukan Analisis Data
8.	26 November 2023	Selesai Melakukan Analisis Data
9.	27 November 2023	Permohonan surat keterangan telah selesai Penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Matrix Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel/ Aspek	Sumber Data	Metode Penelitian	Hipotesis
HUBUNGAN SELF-CONTROL DENGAN IMPULSIVE BUYING TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH ANGKATAN 2020 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER	1. <i>Self - Control</i>	1. Behavioral Control 2. <i>Cognitive Control</i> 3. Decisional Control	Observasi dan angket atau kuisioner penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan pendekatan korelasi. Dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik <i>random sampling</i> dimana sampel diambil secara acak sederhana dari populasi mahasiswa fakultas Dakwah Angkatan 2020 UIN K.H Achmad Siddiq Jember.	Ha : terdapat Hubungan antara <i>Self-control</i> dengan <i>Impulsive Buying</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
	2. <i>Impulsive Buying</i>	1. Aspek Kognitif 2. Aspek Afektif			
	3. Perilaku Konsumtif	1. Mengonsumsi Barang Secara Berlebihan 2. Mencapai kepuasan semata			

					Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
--	--	--	--	--	--



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Blue Print Self – Control sebelum digunakan

Aspek	Indikator	Nomor Item		Total	Bobot
		Favourable	Unfavourable		
Behavioral Control	kemampuan Individu untuk Mengatur kepribadian dan keinginan	1,3,5	2,4,6	6	20%
	kemampuan dalam mengontrol stimulus-stimulus. melibatkan kemampuan individu untuk memilih stimulus mana yang harus diterima dan stimulus mana yang harus ditolak.	7,9,11	8,10,12	6	20%
Cognitive Control	Kemampuan Individu mengantisipasi suatu peristiwa	13,15,17	14,16,18	6	20%
	Kemampuan menafsirkan suatu peristiwa atau kejadian	19,21,23	20,22,24	6	20%
Decision Control	Kemampuan Individu dalam Mengambil Keputusan	25,27,29	26,28,30	6	20%
Jumlah Aitem Total		15	15	30	100 %

Aspek	Indikator	Nomor Item		Total	Bobot
		Favourable	Unfavourable		
Aspek Kognitif	Kegiatan pembelian dilakukan dan didasari tanpa berpikir Panjang (Spontanitas).	1,3,5	2,4,6	6	20%
	Individu jarang sekali melakukan observasi dan perbandingan produk dengan tujuan yang tidak mendasar, sehingga melakukan pembelian Impulsif	7,9,11	8,10,12	6	20%
	Tidak melakukan perbandingan harga sebelumnya.	13,15,17	14,16,18	6	20%
Aspek Afektif / Emosional	Adanya perasaan dan dorongan emosional untuk melakukan pembelian	19,21,23	20,22,24	6	20%
	Adanya dorongan untuk melakukan pembelian secara sepihak dan spontanitas.	25,27,29	26,28,30	6	20%
Jumlah Aitem		15	15	30	100%

Blue Print Perilaku Konsumtif sebelum digunakan

Aspek	Indikator	Nomor Item		Total	Bobot
		Favourable	Unfavourable		
Mengonsumsi Barang secara berlebihan	Pemborosan	1,3,5	2,4,6	6	25%
	Inefisiensi Biaya	7,9,11	8,10,12	6	25%
Mencapai Kepuasan Semata	Mengikuti Mode / Trend	13,15,17	14,16,18	6	25%
	Memperoleh Pengakuan Sosial	19,21,23	20,22,24	6	25%
Jumlah Aitem		12	12	24	100%



 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER

Identitas Responden (Nama terang tidak dicantumkan)

No	Jenis Kelamin	Program Studi	Angkatan
1	Perempuan	Psikologi Islam	2020
2	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
3	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
4	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
5	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
6	Perempuan	Psikologi Islam	2020
7	Perempuan	Psikologi Islam	2020
8	Perempuan	Psikologi Islam	2020
9	Perempuan	Psikologi Islam	2020
10	Perempuan	Psikologi Islam	2020
11	Perempuan	Psikologi Islam	2020
12	Perempuan	Psikologi Islam	2020
13	Perempuan	Psikologi Islam	2020
14	Perempuan	Psikologi Islam	2020
15	Perempuan	Psikologi Islam	2020
16	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
17	Perempuan	Psikologi Islam	2020
18	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
19	Perempuan	Psikologi Islam	2020
20	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
21	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
22	Perempuan	Psikologi Islam	2020
23	Perempuan	Psikologi Islam	2020
24	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
25	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
26	Perempuan	Psikologi Islam	2020
27	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
28	Perempuan	Psikologi Islam	2020
29	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
30	Perempuan	Psikologi Islam	2020
31	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
32	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
33	Perempuan	Psikologi Islam	2020
34	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
35	Perempuan	Psikologi Islam	2020
36	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
37	Perempuan	Psikologi Islam	2020
38	Perempuan	Psikologi Islam	2020
39	Perempuan	Psikologi Islam	2020
40	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
41	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
42	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
43	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
44	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
45	Perempuan	Psikologi Islam	2020
46	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
47	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
48	Perempuan	Psikologi Islam	2020
49	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
50	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020

No	Jenis Kelamin	Program Studi	Angkatan
51	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
52	Perempuan	Psikologi Islam	2020
53	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
54	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
55	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
56	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
57	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
58	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
59	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
60	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
61	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
62	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
63	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
64	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
65	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
66	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
67	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
68	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
69	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
70	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
71	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
72	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
73	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
74	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
75	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
76	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
77	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
78	Perempuan	Psikologi Islam	2020
79	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
80	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
81	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
82	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
83	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
84	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
85	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
86	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
87	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
88	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
89	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
90	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
91	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
92	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
93	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
94	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
95	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
96	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
97	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
98	Perempuan	Psikologi Islam	2020
99	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
100	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
101	Perempuan	Psikologi Islam	2020
102	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
103	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
104	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
105	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
106	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020

No	Jenis Kelamin	Program Studi	Angkatan
107	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
108	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
109	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
110	Perempuan	Psikologi Islam	2020
111	Perempuan	Psikologi Islam	2020
112	Perempuan	Psikologi Islam	2020
113	Perempuan	Psikologi Islam	2020
114	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
115	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
116	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
117	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
118	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
119	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
120	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
121	Perempuan	Psikologi Islam	2020
122	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
123	Perempuan	Psikologi Islam	2020
124	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
125	Perempuan	Psikologi Islam	2020
126	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
127	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
128	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
129	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
130	Perempuan	Psikologi Islam	2020
131	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
132	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
133	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
134	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
135	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
136	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
137	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
138	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
139	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
140	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
141	Perempuan	Manajemen Dakwah	2020
142	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
143	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	2020
144	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
145	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
146	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
147	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
148	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
149	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
150	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
151	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
152	Laki-Laki	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
153	Perempuan	Komunikasi Penyiaran Islam	2020
154	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
155	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
156	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
157	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
158	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
159	Perempuan	Psikologi Islam	2020
160	Perempuan	Psikologi Islam	2020
161	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
162	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020

No	Jenis Kelamin	Program Studi	Angkatan
163	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
164	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
165	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
166	Perempuan	Psikologi Islam	2020
167	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
168	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
169	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
170	Perempuan	Psikologi Islam	2020
171	Perempuan	Bimbingan Konseling Islam	2020
172	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
173	Perempuan	Psikologi Islam	2020
174	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
175	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
176	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
177	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
178	Perempuan	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
179	Laki-Laki	Pengembangan Masyarakat Islam	2020
180	Perempuan	Psikologi Islam	2020
181	Laki-Laki	Psikologi Islam	2020
182	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
183	Laki-Laki	Bimbingan Konseling Islam	2020
184	Perempuan	Psikologi Islam	2020
185	Perempuan	Psikologi Islam	2020
186	Perempuan	Psikologi Islam	2020



Hasil Tabulasi Data Variabel *Self-Control*

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	total
1	3	4	3	3	4	1	2	2	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	55
2	3	4	3	3	2	3	1	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	1	2	58
3	3	4	2	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	50
4	1	2	1	4	1	3	1	1	1	1	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	43
5	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	40
6	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	54
7	4	3	2	4	1	2	1	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	2	59
8	3	4	3	3	2	2	1	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	1	2	56
9	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	52
10	2	3	3	2	1	2	2	3	2	2	4	2	4	4	2	4	4	4	1	3	54
11	3	4	3	3	2	2	1	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	56
12	4	3	3	2	1	2	2	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	57
13	4	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	60
14	3	4	3	4	2	1	1	2	3	3	4	1	4	4	4	3	4	4	1	3	58
15	3	2	2	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	2	2	45
16	4	4	3	4	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	67
17	4	3	2	3	4	2	2	1	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	1	3	62
18	2	4	4	3	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	55
19	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	2	2	54
20	3	4	2	3	4	1	1	3	3	4	4	3	4	4	3	1	4	4	2	1	58
21	3	4	2	3	4	4	2	4	3	3	2	2	4	2	4	2	2	2	1	2	55
22	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	56
23	3	2	3	3	2	2	1	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	2	58
24	4	3	4	3	1	3	1	3	4	4	3	2	4	3	4	3	3	4	1	2	59
25	3	2	3	2	4	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	51
26	3	3	3	4	2	2	1	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	1	3	58
27	3	3	3	4	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	3	56
28	3	4	3	4	2	2	1	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	1	2	59
29	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	50
30	2	3	3	3	4	2	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	51
31	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	55

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	total
32	4	3	3	2	1	1	1	2	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	1	1	55
33	3	2	3	4	2	2	1	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	1	2	53
34	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	57
35	3	3	3	2	1	1	1	3	3	3	1	4	4	1	2	4	1	3	1	2	46
36	4	4	3	3	2	1	1	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	1	3	61
37	4	3	2	2	1	1	1	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	1	2	55
38	4	3	3	3	2	2	1	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	54
39	2	4	3	2	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	50
40	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	54
41	4	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	59
42	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	57
43	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	51
44	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	56
45	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	50
46	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	46
47	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	44
48	4	4	3	4	4	1	1	1	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	1	1	58
49	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	4	4	3	4	3	1	4	3	1	1	55
50	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	54
51	4	4	4	4	1	1	1	3	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	1	3	62
52	4	4	4	3	1	2	1	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	3	62
53	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	55
54	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	51
55	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	1	4	55
56	3	3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	59
57	4	3	2	4	1	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	58
58	3	4	3	2	2	1	2	4	3	3	3	1	2	3	2	2	3	3	1	2	49
59	2	4	3	4	1	2	1	1	2	2	3	1	3	3	4	2	3	3	2	1	47
60	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	51
61	4	2	4	4	1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	64
62	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	56
63	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	51
64	4	4	3	3	2	2	1	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	1	3	62

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	total
65	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	57
66	3	3	3	2	1	2	2	3	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	2	3	52
67	4	3	1	2	1	3	1	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	1	52
68	4	4	1	3	2	3	1	1	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	59
69	4	4	4	3	1	2	1	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	65
70	3	4	4	4	1	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	63
71	2	4	4	3	1	2	1	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	58
72	3	3	4	4	1	1	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	1	3	60
73	3	4	3	4	1	1	1	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	1	3	58
74	3	4	3	4	4	2	1	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	1	4	63
75	4	4	4	3	3	1	2	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	1	4	65
76	4	4	3	4	2	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	68
77	4	4	4	3	3	1	1	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	59
78	3	4	3	2	2	1	1	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	1	2	53
79	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	2	1	60
80	3	4	4	4	1	1	1	4	3	3	3	4	4	3	4	1	3	3	1	2	56
81	3	4	3	4	1	2	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	60
82	3	4	3	4	1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	60
83	3	4	3	4	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	2	61
84	3	4	3	3	4	2	1	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	64
85	3	1	4	4	2	2	1	2	3	3	3	2	4	3	4	2	3	1	2	2	51
86	4	4	4	4	2	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	67
87	3	3	3	4	1	2	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	60
88	4	4	4	4	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	70
89	4	4	3	3	2	2	1	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	66
90	3	3	3	3	1	1	1	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	61
91	4	4	3	4	1	1	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	66
92	4	4	4	4	1	1	1	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	1	4	61
93	4	3	4	4	2	2	1	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	65
94	3	4	3	1	1	1	1	4	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	2	3	52
95	4	4	3	2	1	1	1	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	1	4	60
96	4	4	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	4	1	3	59
97	3	4	4	4	3	1	2	3	3	3	3	3	4	3	4	1	3	3	3	3	60

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	total
98	3	4	3	4	2	2	1	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	1	3	61
99	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	2	4	68
100	3	3	3	4	3	2	1	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	1	3	62
101	4	4	4	3	2	1	1	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	1	3	64
102	3	4	4	4	2	1	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	65
103	3	3	4	4	2	1	1	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	1	3	58
104	3	4	4	3	1	1	1	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	60
105	3	3	4	4	2	1	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	2	62
106	3	4	4	4	3	1	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	1	4	64
107	3	4	3	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	2	2	63
108	3	3	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	59
109	2	1	1	4	4	4	3	1	2	2	2	1	2	2	4	1	2	3	4	1	46
110	1	3	4	4	2	2	1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	58
111	3	4	3	3	2	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	58
112	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	61
113	3	3	4	3	2	2	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	2	61
114	4	4	4	1	1	1	1	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	61
115	3	3	2	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	56
116	3	3	3	4	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	1	3	63
117	3	3	4	3	2	2	1	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	59
118	3	3	4	3	1	2	1	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	2	58
119	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	46
120	3	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	51
121	3	4	3	4	3	2	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	65
122	4	4	4	2	2	1	2	3	4	4	4	1	4	4	2	3	4	4	3	3	62
123	4	3	4	4	3	1	2	3	4	4	3	1	2	3	4	3	3	3	1	2	57
124	4	3	3	2	2	2	1	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	61
125	3	3	3	4	3	1	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	60
126	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	56
127	4	3	3	4	3	1	1	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	1	2	60
128	4	4	3	2	2	1	1	2	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	1	3	58
129	4	4	3	3	2	1	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	1	3	62
130	3	3	3	3	2	1	2	4	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	1	3	59

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	total
131	3	4	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	54
132	3	4	3	2	1	2	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	2	3	58
133	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	54
134	3	4	3	2	2	2	1	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	2	55
135	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	44
136	3	4	3	2	2	1	1	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	2	1	56
137	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	53
138	4	3	3	1	2	2	1	3	4	4	4	4	3	4	1	3	4	3	1	2	56
139	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	46
140	4	4	3	2	2	2	1	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	58
141	4	3	3	2	2	2	1	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	2	3	60
142	4	3	3	2	2	2	1	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	56
143	3	4	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	55
144	4	3	1	4	2	1	1	2	4	4	3	2	4	3	4	1	3	4	2	1	53
145	4	3	1	3	4	2	1	2	4	4	3	1	3	3	3	1	3	4	2	2	53
146	4	3	1	3	2	2	2	2	4	4	4	1	3	4	3	2	4	3	1	2	54
147	4	3	1	2	3	1	1	2	4	4	3	1	3	3	2	1	3	4	1	1	47
148	4	4	2	4	4	1	3	2	4	4	3	2	4	3	4	1	3	3	1	2	58
149	4	3	1	3	3	2	2	2	4	4	4	1	3	4	3	3	4	3	2	3	58
150	3	3	1	2	4	2	3	1	3	4	2	1	3	2	2	1	2	4	2	1	46
151	4	3	1	3	3	3	1	3	4	4	3	2	4	3	3	1	3	3	3	1	55
152	3	4	1	3	2	3	2	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	1	3	52
153	4	4	2	4	2	1	2	2	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	2	1	60
154	4	3	3	4	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	67
155	3	3	3	4	2	2	1	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	59
156	4	4	3	3	2	1	1	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	63
157	4	3	4	3	2	2	1	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	60
158	3	3	3	4	2	2	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	64
159	4	4	3	4	2	1	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	66
160	4	4	4	4	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	69
161	1	4	3	4	1	2	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	62
162	4	4	4	4	2	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	2	65
163	3	3	4	4	1	2	1	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	61

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	total
164	1	4	4	4	1	2	2	4	1	1	4	4	1	4	4	4	4	3	2	1	55
165	4	1	1	4	1	1	1	1	4	4	3	1	4	3	4	2	3	1	2	4	49
166	3	4	4	4	2	1	1	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	1	3	63
167	1	3	4	3	1	1	1	3	1	1	1	4	1	1	3	4	1	3	2	1	40
168	1	4	3	1	1	4	1	4	1	2	1	3	1	1	1	4	1	4	1	3	42
169	1	3	4	3	1	1	2	4	1	1	1	4	2	1	3	3	1	3	2	3	44
170	4	4	4	4	3	1	1	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	2	64
171	1	4	4	4	1	1	2	3	1	1	1	4	1	1	4	4	1	3	1	4	46
172	3	4	4	4	1	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	66
173	3	4	4	4	2	1	1	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	62
174	3	3	4	3	1	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	1	4	59
175	3	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	1	3	63
176	3	4	4	3	1	2	1	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	62
177	2	3	4	3	1	2	1	4	2	2	4	4	3	4	3	4	4	3	1	4	58
178	3	4	4	3	1	2	1	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	61
179	3	4	4	4	1	2	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	64
180	4	4	3	4	3	1	2	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	2	3	64
181	2	4	2	3	4	3	3	1	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	51
182	4	4	3	3	3	2	3	2	4	4	2	3	3	2	3	1	2	3	2	1	54
183	3	4	1	2	2	3	2	3	3	3	2	4	3	2	2	4	2	2	2	2	51
184	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	49
185	2	4	2	3	2	2	1	3	2	2	4	2	4	4	3	2	4	3	1	2	52
186	4	4	3	4	2	2	1	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	1	3	60
jumlah	587	631	560	575	377	338	285	538	587	595	609	563	618	610	581	539	605	611	323	477	10609

Hasil Tabulasi Data Variabel *Impulsive Buying*

responden	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	Total
1	4	4	2	3	3	4	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	53
2	2	2	1	1	3	3	3	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	4	2	2	37
3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	1	1	3	2	2	2	3	3	2	3	46
4	3	3	2	3	4	2	3	2	2	2	2	1	1	1	3	2	3	4	2	3	48
5	3	2	2	3	2	3	2	1	2	2	2	1	4	2	2	3	3	3	2	3	47
6	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	42
7	3	2	2	2	4	3	2	1	2	2	1	1	4	2	1	1	2	3	2	1	41
8	2	3	1	1	3	4	2	2	2	1	1	1	3	2	1	2	2	4	3	3	43
9	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	4	1	2	43
10	2	3	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	46
11	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	3	42
12	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	40
13	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	40
14	1	3	1	1	4	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	4	3	2	35
15	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	2	34
16	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	3	1	1	4	1	1	4	1	3	36
17	2	3	1	1	3	4	2	1	4	2	1	2	2	1	2	2	2	4	3	3	45
18	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	42
19	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	43
20	4	3	2	1	3	4	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	3	3	2	3	46
21	3	2	1	3	3	3	4	2	3	2	2	2	1	2	3	4	3	4	3	1	51
22	2	2	2	1	3	3	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	3	2	2	37
23	2	1	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	3	3	3	3	39
24	2	3	1	1	3	2	3	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	3	2	2	36
25	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	47
26	2	2	1	1	4	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	4	3	3	39
27	2	2	1	2	4	3	2	1	2	2	1	1	4	2	2	2	2	3	3	1	42
28	2	2	1	2	4	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	3	4	3	2	42
29	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	50
30	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	46

responden	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	Total
31	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	47
32	2	2	1	2	2	3	1	1	2	3	1	1	2	1	1	2	2	4	3	4	40
33	2	2	1	2	4	4	2	1	2	2	1	1	2	2	3	2	2	4	2	3	44
34	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	46
35	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	3	2	4	1	2	4	2	3	37
36	2	3	1	1	3	3	1	3	2	2	1	1	1	1	3	1	2	3	2	1	37
37	2	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	4	3	4	36
38	3	4	2	2	3	2	2	1	2	3	1	1	2	1	2	2	3	3	3	2	44
39	2	3	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	46
40	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	45
41	2	1	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	43
42	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	44
43	2	2	2	1	3	2	2	1	3	1	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2	42
44	2	2	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	47
45	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	50
46	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	45
47	2	2	2	2	2	3	2	1	3	3	2	2	2	4	2	3	3	3	2	3	48
48	2	3	1	4	4	4	1	1	2	3	1	1	3	2	2	1	2	4	2	1	44
49	2	2	1	2	3	4	3	2	2	3	2	1	4	2	1	2	1	3	3	3	46
50	2	2	2	3	2	3	3	1	2	2	2	2	4	2	1	2	2	3	3	4	47
51	1	1	1	1	4	4	1	1	1	2	1	1	1	1	4	1	2	4	2	3	37
52	1	2	1	1	3	3	2	1	1	1	2	1	3	2	2	2	3	4	3	3	41
53	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	45
54	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	46
55	1	1	1	2	2	3	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	4	4	3	39
56	2	2	3	3	3	3	4	1	1	3	4	4	2	3	3	4	3	2	2	1	53
57	2	3	2	2	4	3	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	3	46
58	1	2	1	2	2	4	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	4	3	2	38
59	2	2	2	3	4	3	2	1	2	2	1	1	3	1	1	3	2	2	1	2	40
60	1	2	1	1	3	2	2	1	2	2	1	1	3	2	2	2	2	3	3	3	39
61	1	1	1	4	4	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	3	1	4	34
62	2	1	2	1	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	36

responden	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	Total
63	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	50
64	2	2	1	2	3	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	3	1	1	35
65	3	2	2	2	3	4	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	48
66	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	4	2	3	43
67	3	2	2	3	2	2	3	1	4	2	1	1	3	1	2	3	3	3	3	3	47
68	4	4	2	3	3	2	3	1	4	4	1	1	4	2	3	2	2	3	3	3	54
69	2	3	2	2	3	1	2	2	3	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	35
70	1	3	2	1	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	36
71	2	1	2	1	3	1	2	2	4	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	36
72	2	1	1	2	4	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	31
73	2	2	1	1	4	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	30
74	2	3	1	1	4	3	2	1	3	1	2	1	2	4	2	3	3	4	2	2	46
75	2	2	1	1	3	2	1	1	4	3	1	2	4	3	3	2	2	3	3	2	45
76	3	2	1	1	4	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	30
77	2	2	2	1	3	2	1	2	3	2	2	1	3	2	1	1	2	1	2	1	36
78	1	2	1	2	2	3	1	2	3	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	40
79	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	34
80	1	2	1	2	4	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	36
81	1	2	2	2	4	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	37
82	1	2	2	2	4	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	35
83	2	1	2	3	4	3	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	3	2	1	3	43
84	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	34
85	2	2	2	1	4	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	37
86	1	2	2	2	4	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	32
87	1	1	2	1	4	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	34
88	1	1	2	2	4	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	32
89	4	1	2	1	3	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	33
90	2	1	2	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	31
91	2	2	2	1	4	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	32
92	1	2	1	2	4	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	33
93	1	2	2	1	4	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	31
94	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	26

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

LEMBER

responden	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	Total
95	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	29
96	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	3	1	2	1	4	1	34
97	1	2	2	2	4	3	1	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	2	2	48
98	1	2	1	2	4	3	2	1	4	1	2	1	2	1	1	2	2	3	2	2	39
99	1	1	2	1	4	3	2	2	1	1	2	2	3	2	2	1	1	3	1	2	37
100	1	1	1	2	4	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	3	2	3	35
101	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	31
102	1	1	1	1	4	3	1	1	4	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	32
103	2	1	1	2	4	3	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	3	3	1	36
104	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	4	2	1	35
105	1	2	2	1	4	3	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	3	3	3	37
106	1	1	1	2	4	3	1	2	1	2	4	2	2	2	3	3	2	2	2	2	42
107	2	1	2	2	4	3	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	39
108	2	2	2	2	3	1	2	2	3	3	4	2	2	3	3	2	2	3	2	3	48
109	1	4	4	1	4	4	4	1	4	4	3	3	4	4	1	3	4	4	4	3	64
110	1	1	1	2	4	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	3	2	3	34
111	1	2	2	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	34
112	2	2	2	1	3	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	35
113	1	2	2	1	3	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	34
114	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	4	1	2	1	1	1	28
115	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	2	2	4	4	4	3	4	3	3	2	59
116	1	1	1	2	4	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	33
117	1	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	37
118	1	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	34
119	2	2	2	2	3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	44
120	2	3	2	2	2	3	1	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	3	41
121	1	3	2	1	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	45
122	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	1	2	1	2	3	2	2	3	3	3	41
123	1	3	1	2	4	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	42
124	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	3	4	1	40
125	1	3	1	2	4	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	42
126	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	48

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

LEMBER

responden	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	Total
127	1	4	1	2	4	2	1	2	3	2	1	1	3	2	1	1	2	2	3	3	41
128	2	2	1	3	2	3	1	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	1	38
129	2	2	1	2	3	4	1	1	4	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	41
130	1	4	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	40
131	2	2	2	3	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	4	2	1	2	2	2	38
132	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	3	1	2	38
133	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	53
134	2	2	2	3	2	3	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	3	2	2	36
135	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	50
136	1	1	2	3	2	3	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	3	2	3	34
137	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	48
138	1	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	32
139	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	48
140	1	2	2	3	2	3	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	4	4	2	2	39
141	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	36
142	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	30
143	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	35
144	3	4	2	2	4	3	1	2	4	3	2	1	3	4	2	1	3	4	2	2	52
145	3	4	2	1	3	4	2	1	3	2	2	1	4	3	2	3	3	1	2	1	47
146	3	4	1	3	3	2	2	2	4	3	1	2	4	3	2	3	3	4	2	1	52
147	2	3	1	2	2	3	1	2	4	3	1	1	2	3	2	1	3	4	2	1	43
148	4	3	1	2	4	3	1	2	4	4	2	3	4	3	1	2	4	3	1	2	53
149	3	4	2	1	3	3	2	1	3	3	1	2	2	4	2	2	4	3	2	1	48
150	3	4	2	2	2	4	2	1	3	3	1	3	3	4	2	2	4	2	2	1	50
151	3	4	3	1	3	4	3	2	3	4	2	1	3	3	1	2	4	2	2	1	51
152	4	3	1	2	3	4	3	2	4	2	2	2	4	4	2	1	3	4	2	3	55
153	3	4	2	3	4	3	1	2	3	2	1	2	4	3	3	2	3	4	2	1	52
154	1	1	2	1	4	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	35
155	2	2	2	1	4	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	36
156	1	2	2	2	3	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	32
157	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	34
158	2	1	2	1	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	36

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

LEMBER

responden	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	Total
159	2	3	2	3	4	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	3	2	41
160	2	3	1	1	4	2	1	1	3	1	1	2	2	2	3	1	1	3	3	3	40
161	4	3	2	2	4	3	2	1	2	2	3	4	2	4	4	2	3	1	4	4	56
162	2	2	1	1	4	2	1	1	2	2	2	1	2	2	3	1	2	2	3	2	38
163	2	1	2	2	4	3	2	2	1	1	2	1	2	1	4	1	1	1	2	1	36
164	1	1	2	1	4	3	2	2	1	1	1	2	1	2	4	2	1	1	1	1	34
165	2	1	2	1	4	3	1	2	1	1	1	1	2	1	4	2	1	2	4	1	37
166	1	1	1	1	4	2	1	1	2	2	1	1	1	1	3	1	2	2	3	3	34
167	1	1	2	1	3	3	1	3	1	1	1	1	2	1	4	2	1	1	2	1	33
168	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	2	1	4	1	4	4	3	3	1	1	38
169	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	29
170	2	2	2	2	4	2	1	1	2	1	1	1	2	2	4	1	2	2	3	2	39
171	1	1	1	1	4	4	1	1	1	2	2	2	1	1	4	1	1	1	2	2	34
172	1	2	2	1	4	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	34
173	1	3	2	3	4	2	1	1	2	2	4	1	2	2	3	2	2	3	3	3	46
174	2	2	1	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	33
175	2	1	1	2	4	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	32
176	1	2	2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	30
177	1	1	1	2	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	30
178	1	2	2	2	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	31
179	1	2	2	2	4	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	31
180	2	3	2	1	4	3	1	1	3	2	2	2	4	2	1	2	2	4	2	1	44
181	3	4	2	3	3	1	3	2	3	2	1	3	1	1	3	3	3	2	3	2	48
182	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	1	3	3	4	2	3	2	3	1	2	54
183	3	4	2	1	2	3	3	2	1	3	3	2	2	2	1	2	2	3	1	2	44
184	3	4	2	3	3	2	2	2	4	2	2	2	3	2	1	3	2	4	3	2	51
185	3	3	1	3	3	4	2	1	3	3	3	1	2	3	2	1	3	4	2	2	49
186	2	2	1	2	4	4	2	1	2	2	2	1	3	4	2	1	2	3	2	2	44
Jumlah	357	403	312	336	575	471	338	276	389	359	322	285	398	342	373	334	389	481	409	383	7532

Hasil Tabulasi Data Variabel Perilaku Konsumtif

Responden	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	Total
1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	38
2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	3	2	3	2	27
3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	36
4	3	1	3	2	4	3	2	2	1	1	1	1	3	2	2	1	32
5	3	2	3	2	2	2	4	3	3	1	2	1	4	3	3	3	41
6	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	3	2	3	3	36
7	3	1	1	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	3	1	3	31
8	1	2	1	1	4	2	1	1	2	2	2	1	3	3	3	2	31
9	2	1	2	1	3	4	1	1	3	2	3	2	2	3	2	1	33
10	2	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	3	3	2	2	32
11	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	31
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	31
13	2	1	2	2	3	2	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	33
14	1	1	1	1	4	4	1	1	2	2	1	1	3	4	1	3	31
15	1	1	2	2	2	3	1	1	2	1	2	1	2	3	2	3	29
16	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	25
17	2	1	1	2	4	2	1	1	1	3	2	3	3	3	3	1	33
18	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	32
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	35
20	4	3	2	1	3	3	2	2	4	3	3	1	3	2	1	2	39
21	3	2	1	3	3	4	1	1	2	4	1	3	2	4	1	3	38
22	2	1	2	2	3	2	1	1	1	3	1	2	2	3	2	3	31
23	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	35
24	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	23
25	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	41
26	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	3	1	4	3	3	3	32
27	1	2	1	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	4	1	3	30
28	2	2	1	2	3	3	1	1	3	2	3	2	3	2	2	3	35
29	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	38

Responden	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	Total
30	2	2	2	2	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	42
31	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	37
32	1	1	1	1	3	3	1	1	2	1	1	1	4	4	1	3	29
33	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	1	36
34	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	38
35	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	4	2	4	3	1	29
36	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	3	2	3	3	1	3	30
37	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	2	2	3	3	2	28
38	2	2	1	2	4	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	38
39	2	2	1	1	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	1	3	39
40	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	35
41	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	3	3	3	3	35
42	2	2	2	2	3	3	1	1	2	3	2	2	2	3	3	3	36
43	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	37
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	34
45	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	39
46	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	38
47	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	40
48	1	1	1	1	2	4	1	1	3	4	2	3	2	4	1	3	34
49	2	2	1	1	2	3	1	1	2	2	2	3	4	4	2	2	34
50	1	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1	3	4	4	2	3	33
51	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	4	4	1	25
52	2	1	1	1	1	3	1	1	3	1	3	1	3	4	1	1	28
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	35
54	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	37
55	2	1	1	1	4	3	1	1	1	3	1	4	1	4	3	3	34
56	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	4	3	1	3	1	1	41
57	3	1	4	2	4	3	1	1	2	1	2	2	2	3	3	4	38
58	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	3	3	3	3	30
59	2	1	2	2	3	3	2	2	3	1	3	2	3	3	3	2	37
60	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	35
61	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	4	3	4	1	1	28
62	2	2	1	1	2	2	1	1	3	2	2	2	3	3	3	4	34

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
LEMBER

Responden	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	Total
63	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	38
64	2	1	1	2	2	3	1	1	2	2	1	2	4	1	3	3	31
65	3	2	2	2	4	4	1	1	3	2	2	2	4	4	1	3	40
66	2	1	2	2	3	3	2	2	2	1	1	1	1	4	2	3	32
67	3	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	3	3	34
68	3	2	2	2	4	3	2	2	3	2	3	3	3	4	2	4	44
69	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	3	2	3	1	4	4	30
70	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	4	1	3	1	4	3	31
71	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	4	2	3	2	3	4	32
72	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	4	2	4	2	4	3	32
73	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	4	2	4	2	4	3	32
74	2	2	2	1	3	2	1	1	1	4	2	1	3	3	1	2	31
75	3	2	2	1	2	3	1	1	2	3	1	2	1	3	2	1	30
76	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	4	1	4	2	4	3	31
77	2	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	41
78	2	1	2	1	3	3	1	1	2	2	2	2	3	3	2	2	32
79	2	1	3	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	3	4	35
80	2	1	3	2	4	3	3	3	1	1	3	2	2	3	3	3	39
81	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2	3	1	1	29
82	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	31
83	1	2	1	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	36
84	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	3	2	1	3	2	3	34
85	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	3	2	2	3	1	2	27
86	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	4	1	3	2	3	4	34
87	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	4	2	4	4	4	3	36
88	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	4	2	4	4	4	3	36
89	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	4	1	4	3	3	3	32
90	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	4	3	3	3	4	4	33
91	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	4	1	4	3	3	3	32
92	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	4	3	4	29
93	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	3	1	4	4	3	3	31
94	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	4	3	3	27
95	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	3	3	27

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
LEMBER

Responden	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	Total
96	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	4	4	2	3	4	4	37
97	1	1	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2	3	3	2	2	31
98	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	2	29
99	1	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2	4	3	2	2	33
100	2	2	1	1	2	2	1	1	2	3	2	3	3	3	2	3	33
101	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	4	2	3	3	2	1	28
102	1	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	33
103	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	4	3	2	2	31
104	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	4	2	3	4	2	3	33
105	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	31
106	1	2	2	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	1	2	34
107	1	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	3	4	2	2	34
108	1	2	3	4	2	2	2	2	1	2	3	2	3	3	2	2	36
109	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	1	3	56
110	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	4	3	2	3	31
111	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	3	3	2	3	29
112	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	3	3	2	2	29
113	3	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	1	4	3	2	2	33
114	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	21
115	4	4	3	3	4	4	2	2	4	4	4	2	3	3	2	1	49
116	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	3	3	2	2	31
117	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	4	2	3	3	2	2	33
118	1	1	2	1	3	2	2	2	2	1	1	2	3	3	2	2	30
119	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	40
120	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	3	3	1	3	29
121	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3	39
122	1	2	4	1	2	3	1	1	1	2	2	3	2	4	2	3	34
123	2	2	2	1	2	3	1	1	2	3	3	3	2	3	2	2	34
124	2	2	2	1	3	3	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	35
125	2	2	2	1	2	3	1	1	2	3	3	3	2	3	2	3	35
126	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	40
127	2	2	1	1	2	4	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	38
128	2	2	2	2	4	2	1	1	2	2	1	2	3	3	2	2	33

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
LEMBER

Responden	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	Total
129	2	2	1	2	4	4	1	1	1	2	2	2	4	3	3	3	37
130	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	3	3	3	4	3	3	38
131	2	2	3	2	3	3	1	1	1	2	1	1	3	3	2	3	33
132	2	2	4	2	3	2	1	1	2	1	2	1	3	3	4	4	37
133	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	42
134	2	2	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	3	4	2	2	33
135	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	40
136	2	2	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	3	3	3	3	32
137	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	37
138	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	36
139	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	36
140	2	2	2	1	3	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	34
141	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	4	3	3	3	3	3	38
142	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	3	2	2	29
143	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	27
144	4	3	2	3	4	3	2	2	3	2	4	1	2	3	2	1	41
145	3	4	2	1	2	3	1	1	3	4	2	1	3	4	1	3	38
146	2	3	1	1	3	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	36
147	2	3	2	1	3	4	1	1	3	3	1	2	4	2	1	2	35
148	4	3	1	2	2	4	1	1	3	4	2	1	4	3	3	2	40
149	3	4	2	1	3	3	2	2	2	3	1	2	4	2	2	2	38
150	4	3	2	1	4	3	2	2	3	4	1	2	4	3	1	3	42
151	3	4	3	2	3	2	2	2	4	3	1	2	4	4	2	1	42
152	2	3	2	1	3	4	3	3	3	2	3	1	3	3	1	2	39
153	3	4	1	2	3	2	1	1	3	2	1	2	4	3	1	2	35
154	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	3	2	2	4	2	1	29
155	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	2	4	1	2	30
156	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	3	1	2	26
157	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	3	2	4	2	2	1	30
158	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	4	3	2	4	2	2	32
159	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	3	3	3	2	37
160	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	3	1	3	3	3	3	29
161	1	1	3	1	1	4	2	2	1	1	2	1	1	1	4	4	30

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
LEMBER

Responden	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	Total
162	1	1	1	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	3	3	2	31
163	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	27
164	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	4	1	4	4	29
165	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	4	2	4	3	30
166	1	3	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	3	3	3	3	36
167	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	4	3	26
168	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	26
169	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	25
170	1	2	1	1	2	3	1	1	2	3	4	3	3	3	3	3	36
171	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	3	25
172	2	1	2	2	1	2	3	3	1	1	3	2	2	4	2	2	33
173	1	2	1	1	2	3	1	1	2	2	3	2	3	3	3	3	33
174	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	4	2	2	25
175	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	4	2	2	3	1	1	28
176	1	2	2	1	1	2	4	4	1	1	2	3	3	4	3	1	35
177	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	4	2	1	3	1	1	25
178	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	4	2	1	3	1	1	28
179	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	4	2	1	4	2	2	28
180	3	4	2	2	4	2	1	1	2	3	3	2	2	3	1	2	37
181	3	3	2	1	2	2	3	3	3	4	3	2	4	2	2	1	40
182	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	1	3	3	1	2	43
183	3	4	2	3	1	2	3	3	1	2	4	2	2	2	2	2	38
184	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	1	2	3	3	1	2	40
185	3	3	1	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	3	1	2	39
186	2	2	1	1	2	3	1	1	1	2	2	2	3	3	2	2	30
Jumlah	351	347	339	314	416	421	298	294	354	373	432	363	517	545	442	458	6264



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
LEMBER

ANGKET KUESIONER

Kuesioner Self-Control Dengan Impulsive Buying terhadap Perilaku Konsumtif

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

Program Studi :

Variabel Self-Control

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		Sangat Sesuai	Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai
1.	saya membuat skala prioritas untuk kebutuhan dan keinginan saya				
2.	saya hanya akan membeli barang yang dibutuhkan saja				
3.	saya suka membeli barang hanya untuk kesenangan sesaat				
4.	ketika saya melihat barang yang menarik perhatian, saya pasti akan membelinya walaupun harga barang tersebut mahal (tanpa menghiraukan harga)				
5.	saya akan memilih-milih terlebih dahulu ajakan teman untuk melakukan pembelian barang / produk di situs online.				
6.	saya mampu mengontrol diri (berpikir rasional) , ketika teman saya mencoba mempengaruhi untuk membeli barang.				
7.	saya mudah terpengaruh dengan hasil review (suatu barang) dari teman saya.				
8.	saya sulit untuk menghindari kegiatan berbelanja disaat				

	aplikasi online/ toko menawarkan diskon barang secara besar-besaran.				
9.	saya suka menyisihkan sebagian uang jajan saya, untuk mengantisipasi hal yang tidak diinginkan.				
10.	saya suka menyelesaikan tugas sebelum waktu deadline, untuk mengantisipasi tugas baru.				
11.	saya suka menunda pekerjaan saya, karena saya merasa hal itu bisa dikerjakan nanti.				
12.	saya jarang menyisihkan uang untuk dana darurat.				
13.	saya menjauhi lingkungan yang memiliki dampak buruk bagi diri saya.				
14.	saya yakin apa yang saya lakukan hari ini akan memiliki manfaat dikemudian hari.				
15.	saya sering merasa overthinking akan masa depan (Cita-cita, Financial, dll)				
16.	saya jarang memikirkan konsekuensi dikemudian hari atas tindakan yang saya lakukan saat ini.				
17.	saya mempertimbangkan tindakan saya terlebih dahulu sebelum melakukan suatu aktivitas.				
18.	keputusan yang saya ambil berdasarkan pada hasil pertimbangan yang matang.				
19.	saya suka terburu-buru dalam mengambil keputusan.				
20.	terkadang saya tidak bisa mengambil keputusan untuk diri saya sendiri.				

Variabel Impulsive Buying

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		Sangat Sesuai	Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai
1.	saya suka membeli barang tanpa berpikir panjang terlebih dahulu				
2.	Bila ada tawaran khusus (Diskon) saya cenderung berbelanja dalam jumlah banyak.				
3.	saya akan berfikir terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian.				
4.	Berapapun tawaran diskon yang ditawarkan kepada saya, saya tidak akan membeli barang tersbut jika benar-benar tidak dibutuhkan.				
5.	Melakukan observasi atau perbandingan produk terhadap suatu barang yang saya inginkan adalah hal yang sangat melelahkan untuk dilakukan.				
6.	saya selalu beranggapan bahwa produk yang mahal adalah produk yang memiliki kualitas bagus atau terbaik.				
7.	Observasi suatu produk adalah hal yang menyenangkan untuk dilakukan.				
8.	melihat review/komen konsumen terhadap suatu produk, adalah hal yang sering saya lakukan sebelum membeli barang di online shop.				
9.	saya suka melakukan check-out barang dalam jumlah yang banyak, ketika mendapatkan				

	penawaran diskon dan gratis ongkir.				
10.	saya mudah tergoda promo "buy 1 get 1" (beli satu dapat satu lagi), tanpa memikirkan harga.				
11.	ketika membeli suatu barang di online shop/ toko, saya akan melakukan perbandingan harga terlebih dahulu.				
12.	melakukan perbandingan harga merupakan suatu langkah yang bijak untuk menghemat biaya.				
13.	ketika melihat outfit/ pakaian yang bagus dan cocok bagi saya, saya merasa harus memilikinya.				
14.	mengikuti model pakaian yang trend merupakan hal yang wajib saya ikuti.				
15.	ketika melihat barang yang lucu saya tidak mempedulikannya, karena saya merasa tidak membutuhkan barang tersebut untuk saat ini.				
16.	Dalam melakukan pembelian barang saya cenderung berfikir rasional.				
17.	saya suka membeli barang secara mendadak.				
18.	ketika membeli suatu barang (outfite, skincare, dll), saya akan memutuskannya sendiri tanpa perlu meminta pendapat orang tua.				
19.	saya menghindari untuk melihat iklan-iklan product/barang yang ditawarkan dalam aplikasi belanja online.				
20.	Mendengarkan masukan dari orang tua sebelum melakukan				

	pembelian adalah hal yang wajib saya lakukan.				
--	---	--	--	--	--

Variabel Perilaku Konsumtif

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		Sangat Sesuai	Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat Tidak Sesuai
1.	saya cenderung membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan.				
2.	saya pasti akan membeli semua barang yang sama seperti di lingkungan saya (Pertemanan, saudara, dan lain-lain), walaupun sebenarnya saya tidak menyukai barang tersebut.				
3.	melakukan pembelian barang dengan proses berfikir terlebih dahulu, adalah kebiasaan saya.				
4.	mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli barang.				
5.	uang jajan saya lebih banyak dihabiskan untuk membeli jajanan / skincare.				
6.	saya menerima ajakan / masukan teman saya untuk membeli jajanan, walaupun saat itu saya merasa masih belum lapar.				
7.	saya menerima masukan teman atau orang tua untuk tidak mudah terpengaruh dengan iklan yang ada di aplikasi belanja online.				
8.	mempertimbangkan kemampuan keuangan saya, adalah kebiasaan saya sebelum membeli suatu barang.				

9.	saya mudah tergiur outfite kekinian / pun jajanan kekinian yang ada di lingkungan saya.				
10.	saya membeli produk yang dipromosikan oleh idola saya.				
11.	outfite terbaru/jajanan viral bukanlah suatu hal yang penting bagi saya.				
12.	saya tidak mudah tertarik dengan barang yang digunakan dan dipromosikan oleh idola saya.				
13.	saya merasa mantap dan percaya diri saat menggunakan produk yang ternama.				
14.	saya senang ketika mendapat pujian atas outfite yang saya pakai dan dinilai menarik				
15.	saya merasa terganggu ketika ada teman yang tanpa sengaja menilai jelek tampilan atau outfite saya.				
16.	saya merasa kurang suka ketika ada teman yang meniru tampilan atau outfite saya.				

Link Kuesioner : <https://docs.google.com/forms/d/14NGwu3zOpxNHcn3LNkCPRibUxGW-URaqNdJNqwppHu8/edit?usp=drivesdk>

Lampiran Data – Data dengan SPSS

1. Statistik Descriptive Self-control Dengan Impulsive Buying terhadap Perilaku Konsutif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Self Control	186	40.00	70.00	57.0376	6.01473
Impulsive Buying	186	26.00	64.00	40.4946	6.97350
Perilaku Konsumtif	186	21.00	56.00	33.6774	4.90926
Valid N (listwise)	186				

2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		186
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.45261470
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.041
	Negative	-.042
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

3. Uji Linieritas

a. Variabel *Self-Control* dan Perilaku Konsumtif

**ANOVA
Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
Perilaku Konsumtif * Self Control	Between Groups	(Combined)	916.058	28	32.716	1.450	.081
		Linearity	300.748	1	300.748	13.329	.000
		Deviation from Linearity	615.310	27	22.789	1.010	.459
	Within Groups	3542.587	157	22.564			
	Total	4458.645	185				

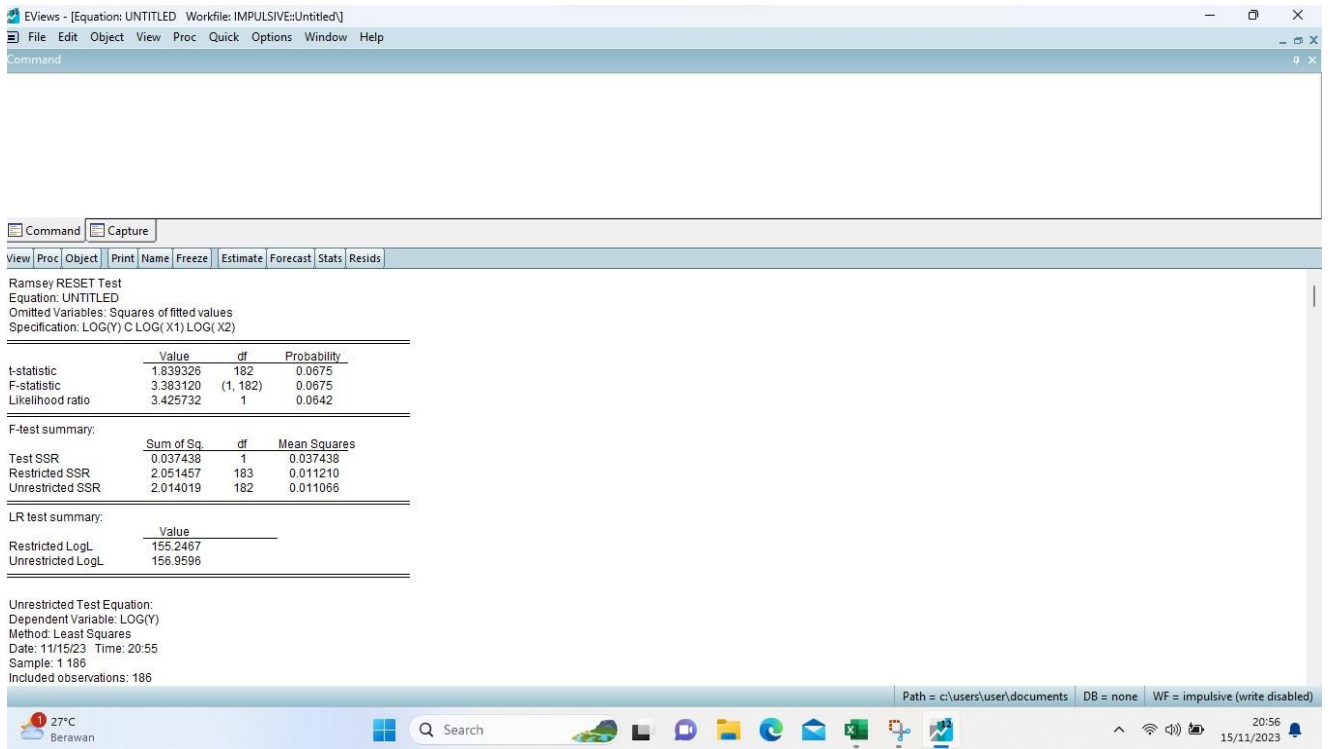
b. Variabel Variabel *Impulsive Buying* dan Perilaku Konsumtif

**ANOVA
Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
Perilaku Konsumtif * Impulsive Buying	Between Groups	(Combined)	2837.778	31	91.541	8.697	.000
		Linearity	2252.555	1	2252.555	214.017	.000
		Deviation from Linearity	585.223	30	19.507	1.853	.008
	Within Groups	1620.867	154	10.525			
	Total	4458.645	185				

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil linieritas sebesar 0,008, maka dapat diinterpretasikan $0,008 < 0,05$, sehingga Variabel Perilaku Konsumtif memiliki makna linier negative (tidak memiliki linier terhadap Impulsive Buying, sehingga dilakukan Transform Data dengan bantuan E-Views 12for windows, dengan menggunakan *Stability Diagnostic*, dan kemudian *Ramsey Test* yang di aplikasikan ke Transformasi *Log*.

Hasil Setelah di transformasi



4. Uji Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.711 ^a	.505	.500	3.47143	.505	93.493	2	183	.000

a. Predictors: (Constant), self control, impulsive buying

5. Uji T

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.587	3.566		3.530	0.001
	impulsive buying	0.504	0.040	0.716	12.729	0.000
	self control	0.012	0.046	0.014	0.256	0.798

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

6. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2253.344	2	1126.672	93.493	.000 ^b
	Residual	2205.301	183	12.051		
	Total	4458.645	185			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), IMPULSIVE BUYING, SELF CONTROL

7. Koefisien Determinasi



Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.505	.500	3.471

a. Predictors: (Constant), IMPULSIVE BUYING, SELF CONTROL



BIODATA PENULIS



A. Biodata Diri

Nama : Taradiva Maharani
NIM : 204103050044
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 09 Mei 2002
Alamat : Perumahan Bumi Tegal Besar , Jember, Jawa Timur.
E-mail : taradivamaharani32@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Tk. Arni
2. MI MIMA 01 K.H. Shiddiq Jember
3. MTSN 01 Jember
4. MAN 01 Jember
5. Uin Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

C. Riwayat Organisasi

1. ICIS UIN KHAS Jember
2. Asisten Laboratorium Psikologi Uin Khas Jember