

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi telah merambah ke seluruh umat manusia, termasuk generasi muda. Selain itu, era revolusi industri kelima atau industri 5.0 kini tengah berlangsung. Kehidupan dipenuhi dengan digitalisasi dan otomatisasi. Salah satunya adalah perdagangan global yang cepat, yang mengakselerasi pergerakan barang. Banyak pusat perbelanjaan (mall), tempat nongkrong yang terkenal, belanja online, perbankan elektronik, dan lain-lain mempengaruhi perilaku pada berbagai bidang usaha manusia, salah satunya adalah budaya masyarakat yang mengutamakan konsumsi (Mutiara dkk, 2024).

Indonesia menjadi salah satu negeri yang terlibat dalam era globalisasi, hal ini menyebabkan peningkatan perilaku konsumtif dan kemampuan masyarakat dalam membeli barang, hal ini menyebabkan *life style* yang berlebihan dan membuat banyak orang lupa dan sulit untuk mengontrol keinginan mereka (A. Hidayat & Kurniawan, 2016). Konsumen Indonesia saat ini cenderung melakukan pembelian impulsif atau tidak terencana. Ini terutama karena banyak orang yang berbelanja secara *online* karena dianggap mudah dan cepat (Faridathalla, 2016).

Tidak peduli jenis kelamin, perilaku pembelian impulsif dapat terjadi di masyarakat (Rini & Anasrulloh, 2022). Usia atau jenjang pendidikan juga tidak menentukan perilaku ini. Namun, tingkat mahasiswa memiliki tendensi lebih tinggi guna membeli barang secara tiba-tiba. Menurut Arysa (Hidayat & Kurniawan, 2016) hal ini disebabkan oleh kepekaan mahasiswa kepada sesuatu yang sedang trend dan kecenderungan untuk mengikuti fesyen populer. Namun, itu menyebabkan orang yang memakainya tidak puas, yang mendorong pembeli untuk terus membeli agar dikatakan mengikuti perkembangan zaman. Akibatnya, pola hidup konsumtif mahasiswa yang akhirnya menjadi dampak. Hal ini juga disebabkan oleh fakta bahwa mahasiswa adalah kelompok usia yang memiliki keinginan yang lebih tinggi untuk membeli barang ataupun jasa dibandingkan dengan kelompok usia lainnya.

Mahasiswa adalah masa remaja akhir, atau masa dewasa awal, di mana mereka memiliki tanggung jawab atas kehidupan mereka sendiri dan memasuki tahap dewasa. Hal ini sesuai dengan Monks (Putri, 2019) yang menyatakan "Mahasiswa" adalah deskripsi seseorang yang sedang mengikuti pendidikan tinggi. Mahasiswa diklasifikasikan pada usia 18 hingga 21 tahun dan 22 hingga 24 tahun, yang merupakan tahap perkembangan remaja akhir dan dewasa awal.

Mahasiswa telah memperoleh keyakinan bahwa mereka dapat mengatur keuangan mereka sendiri, sehingga mereka sering menunjukkan perilaku pembelian impulsif. Menurut Mangkunegara (Pratiwi, 2017) mahasiswa dianggap memiliki karakteristik berikut: tidak berpikir menyimpan uang, mudah terpengaruh, tidak realistis, romantis, dan mudah terbujuk. Menurut AC Nielsen, 93% konsumen Indonesia adalah pembeli rekreasi, yang berarti mereka berbelanja untuk kesenangan daripada kebutuhan (Hidayat & Kurniawan, 2016). Selain manfaat fungsionalnya, mahasiswa membeli barang karena nilai sosial dan emosionalnya. Mereka membeli barang karena kemampuan mereka untuk meluapkan emosi, namun disini dalam artian emosi yang positif, semacam kepercayaan diri, dikarenakan mereka percaya bahwa memakai barang merek tertentu dapat meningkatkan rasa kepercayaan diri mereka.

Mahasiswa yang tidak bisa mengendalikan diri dan akhirnya berbelanja untuk kesenangan sesaat tanpa mempertimbangkan akibatnya. Perilaku belanja mahasiswa dipengaruhi oleh dua faktor. Yang pertama adalah kurangnya disiplin diri mereka sendiri, dan yang kedua adalah keinginan untuk tampil menarik untuk memenuhi standar pergaulannya. Akibatnya, mahasiswa cenderung tergiur dengan barang-barang seperti pakaian yang terus berubah. Menurut Oktavia (Dewanti & Haryono, 2021) karena mereka selalu mengikuti tren mode dan berkeinginan tinggi untuk membeli sesuatu dengan cepat, mahasiswa lebih cenderung melakukan pembelian impulsif.

Karena sifatnya yang unik, labil, dan mudah terpengaruh, mahasiswa sering menjadi target untuk berbagai produk di industri. Akibatnya, ini menyebabkan perilaku membeli yang tidak wajar. Selain itu, orang yang paling mudah mengikuti perubahan yang terjadi dalam arus globalisasi saat ini adalah mahasiswa. Perubahan

yang memudahkan mahasiswa untuk berbelanja menghasilkan fenomena masyarakat yang menarik. Masyarakat berbelanja secara tidak terencana, yang juga disebut sebagai pembelian impulsif. Faktor internal yang berasal dari pelanggan dan faktor eksternal memiliki pengaruh atas pembelian impulsif. Faktor internal meliputi suasana hati, kurangnya kontrol diri, jenis gender, umur, dan hedonisme (Hardanis & Rositawati, 2015). Sedangkan penyebab dari luar, semacam konformitas dari *peer group*, diskon, dan promo (Afandi & Hartati, 2019).

Kontrol diri adalah komponen internal dari pembelian impulsif. Dengan memiliki kontrol diri atau pengendalian diri, mahasiswa dapat menghindari pembelian. Pengendalian diri adalah upaya seseorang untuk mencapai tujuan dan keinginan mereka. Menurut Hoyri (Rozaini & Ginting, 2019) kemampuan untuk bertindak sesuai prinsip moralitas, nilai, dan norma sosial untuk mencapai perilaku diinginkan dikenal sebagai pengendalian diri. Pengendalian diri adalah komponen penting dalam mencegah pembelian impulsif di kalangan mahasiswa.

Namun, konformitas teman sebaya adalah faktor eksternal dari pembelian impulsif. Mahasiswa akan lebih cenderung mengikuti norma dan standar teman sebayanya. Konformitas didefinisikan sebagai kecenderungan untuk mengikuti norma dan keinginan sesama anggota kelompok. Dalam kelompok teman sebaya, ada kewajiban yang tidak tertulis yang disebut "konformitas" yang dapat memengaruhi tindakan tertentu yang diambil karena kelompok anggota (Mulindra & Ariani, 2023).

Tekanan kelompok menyebabkan perubahan tingkah laku yang disebut konformitas, yang ditunjukkan oleh kecenderungan remaja untuk bertindak sesuai dengan kelompok mereka. Seseorang sering meniru teman sebayanya karena ingin diakui dan dihargai serta mendapatkan dukungan dari mereka. Jadi, orang akan membeli sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Ernayanti & Marheni (2019) mengatakan bahwa seseorang pada akhirnya, mereka akan membeli sesuatu secara naluri karena mereka ingin mengikuti kebiasaan dan aturan kelompok.

Teman sebaya bisa dianggap sebagai sumber yang membantu mengambil keputusan saat belanja barang. Didukung oleh Pratiwi (2017) yang menyatakan, bahwa pengaruh informasi berasal dari teman yang dapat dipercaya, menentukan

kebiasaan berbelanja seseorang dalam suatu kelompok. Sejalan dengan pernyataan Putri (2019) yang menjelaskan bahwa teman sebaya yang memiliki pengalaman belanja mampu memberi insentif yang kuat untuk melakukan pembelian, karena keinginan untuk menjadi seperti mereka. Dengan kata lain, semakin sering siswa mengetahui tentang suatu produk dari teman sebayanya, semakin besar kemungkinan mereka akan melakukan pembelian impulsif.

Pre-eliminatory study dilakukan di Universitas Islam 45 Bekasi kepada 10 mahasiswa, pada tanggal 11-12 November 2024. Penelitian ini penting karena dapat memberikan wawasan mendalam tentang faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif mahasiswa, khususnya dalam hal kontrol diri dan konformitas teman sebaya. Informasi dari pengkajian ini dikumpulkan melalui wawancara dengan pertanyaan yang dibuat dari aspek pembelian impulsif, aspek yang pertama yaitu spontanitas atau pembelian impulsif terjadi secara tiba-tiba atau tanpa ada keinginan sebelumnya. Kedua daya kompulsi, dan intensitas atau dorongan untuk mengesampingkan hal lain dan bertindak segera. Ketiga kegembiraan dan rangsangan atau keinginan tiba-tiba untuk membeli biasanya diikuti oleh emosional seperti kegembiraan, rasa gembira, keganasan. Dan yang terakhir dari aspek pembelian impulsif adalah ketidakpedulian terhadap konsekuensi atau keinginan untuk membeli dapat menjadi sesuatu yang tidak bisa dipungkiri.

Menurut hasil wawancara, 10 dari 10 mahasiswa memiliki kecenderungan pembelian impulsif yang tinggi. Dengan mempertimbangkan aspek spontanitas, 9 dari 10 mahasiswa menyatakan bahwa mereka membeli barang tanpa memiliki daftar belanjaan, atau membeli semua barang secara tiba-tiba, seperti yang dikatakan beberapa mahasiswa bahwa ia belanja yang menurutnya menarik saja dan tidak memiliki daftar belanjaan. Selain itu, 1 dari 10 mahasiswa memiliki daftar belanjaan, tetapi ia merasa bahwa barang yang ia beli tiba-tiba melebihi barang yang sudah ia daftarkan. Pada aspek kedua *power, compulsion, and intensity*, 10 dari 10 mahasiswa menyatakan bahwa mereka mengalami intensitas yang tinggi dalam berbelanja dan harus membeli apa pun yang tiba-tiba diinginkan tanpa pertimbangan yang matang, seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa “untuk intensitas sih cukup sering berbelanja dalam sebulan bisa lebih dari 5 kali”, satu

mahasiswa lainnya juga mengatakan “sering banget sih kak, tapi saya lebih ke baju atau peralatan olahraga aja”. Pada aspek ketiga *excitement and stimulation*, 10 dari 10 mahasiswa merasakan perasaan lega setelah membeli barang yang diinginkan, merasa puas atas apa yang dilakukan dan merasa senang, seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa ”seneng banget sih kaya akhirnya aku beli barang yang sangat aku suka gitu dan puas aja gitu jadi ga ada yang dipikirin”. Pada aspek terakhir *disregard for consequences*, 10 dari 10 mahasiswa mengatakan lebih memilih membeli barang yang diinginkan meskipun mendapat konsekuensi dilain hari, seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa ”tetap akan beli secepatnya, karena saya ga bisa tahan kalau soal itu, apapun yang terjadi harus beli”.

Salah satu faktor internal yang mempengaruhi pembelian impulsif adalah kontrol diri. Kontrol diri merupakan keterampilan mengendalikan tingkah laku dengan mempertimbangkan norma, moral, dan kaidah yang berlangsung, sehingga memunculkan tingkah laku yang positif. Kontrol diri memiliki beberapa aspek yaitu *self-discipline* yaitu sejauh mana seseorang disiplin dalam melakukan sesuatu. Kedua aspek *deliberate/non-impulsive* aspek ini menilai kemungkinan individu mengambil tindakan yang tidak sadar diri. Aspek ketiga *healthy habits* yaitu memiliki kebiasaan atau gaya hidup yang sehat. Aspek keempat *work ethic* yaitu menilai moral seseorang saat melakukan tugas harian. Seseorang yang menerapkan etika atau moral saat bekerja dapat menuntaskan tugas tanpa terpengaruh oleh situasi di luar pekerjaannya. Aspek yang terakhir *reliability* yaitu menilai kemampuan seseorang dalam menangani masalah. Seseorang yang percaya diri dapat melakukan rencana untuk mencapai tujuan jangka panjang (Tangney dkk, 2004).

Dalam wawancara tentang kontrol diri, dari aspek *Self - discipline* 10 dari 10 mahasiswa mengatakan bahwa mereka mengalami kesulitan untuk mengendalikan kebiasaan membeli sesuatu, jika mereka ingin membeli sesuatu mereka akan membelinya segera, seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa “ga gimana-gimana kalau mau beli ya beli, ga usah ditahan-tahan, ga bisa saya tahan gitu”. Pada aspek kedua *Deliberate/Non-Impulsive* mendapatkan hasil 10 dari 10 mahasiswa menyatakan bahwa mereka akan membeli barang tersebut

secepat mungkin karena dapat menyebabkan pikiran berlebihan jika tidak membeli barang tersebut sesegera mungkin, seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa “belilah kak, masa dimasukkin keranjang doang, kepikiran saya nanti yang ada malem itu ga bisa tidur”. Pada aspek ketiga *Healthy Habits* mendapatkan hasil bahwa 10 dari 10 mahasiswa mengatakan akan mengikut ajakan temannya seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa “eee kalo aku ikut-ikut sih kak, kaya beli lipstik yang sebenarnya ga dibutuhin itu kan termasuk ga baikkan, kaya mubazir gitu, Cuma aku tetep ikut-ikutan”. Pada aspek keempat *Work Ethic* mendapatkan hasil bahwa 10 dari 10 mahasiswa menunda pekerjaan yang harus dilakukannya, seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa “saya gas lah, tugas mah bisa nanti” “sering, saya sering nunda tugas demi liat tiktok atau sekedar liat olshop”. Pada aspek terakhir *Reliability* mendapatkan hasil 8 dari 10 mahasiswa tidak memiliki perencanaan hidup jangka panjang seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa “saat ini kayanya saya ga ada deh, saya ngikut alur hidup aja”.

Selain faktor internal yang mempengaruhi pembelian impulsif yaitu kontrol diri, ada juga faktor eksternal yang berpengaruh, salah satunya adalah konformitas teman sebaya. Konformitas teman sebaya adalah sebagai suatu bentuk perilaku individu yang dilakukan agar sesuai dengan norma, standar, atau nilai yang ditetapkan oleh kelompok sebaya bagi para anggotanya. Atau bisa diartikan seseorang yang melakukan perilaku dipengaruhi oleh perilaku temannya. Pada variabel konformitas teman sebaya diungkapkan melalui beberapa aspek yaitu kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan (Mardison, 2016).

Kekompakan adalah hubungan yang erat dengan kelompok acuan dibangun di atas perasaan saling suka antar anggota dan keinginan untuk meraih manfaat dari kelompok tersebut. Saling menyukai antar anggota, harapan untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan, serta loyalitas anggota akan memperkuat keharmonisan kelompok. Yang kedua kesepakatan merupakan loyalitas yang dituntut oleh kelompok acuan memaksa seorang individu untuk menyelaraskan pandangan mereka dengan pandangan kolektif. Yang terakhir ketaatan, penyesuaian diri dan ketaatan adalah fenomena yang mirip. Mereka berbeda karena pengaruh legitimasi yang berlawanan dengan paksaan atau dorongan sosial lainnya

dan kadang-kadang ada si pemegang otoritas. Tuntutan grup acuan membuat seseorang melakukan tindakan, terlepas dari keinginan mereka sendiri (Mardison, 2016).

Lebih dalam terkait konformitas teman sebaya, dari aspek pertama kekompakkan mendapatkan hasil bahwa 8 dari 10 mahasiswa mengatakan akan mengikuti apa yang temannya rekomendasikan, lebih menyesuaikan diri dengan teman-temannya, dan mereka juga memperhatikan teman yang lain saat terlihat berbeda, seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa “Aku sama yang lain kasih perhatian takutnya kenapa-kenapa dia nya, karena kita ga akan biarin satu sama lain merasa sendirian”. 2 dari 10 mahasiswa mengatakan memiliki pendapat dan akan mempertahankan pendapatnya jika menurutnya benar dan semua orang berhak atas pendapatnya masing-masing, seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa “Kan setiap orang berhak ya atas pendapatnya, jadi ya lebih baik sesuaiin sama diri masing-masing aja, kan tiap orang bebas berpendapat”. Pada aspek kedua kesepakatan 9 dari 10 mahasiswa mengatakan jika ia akan mengikuti suara terbanyak untuk mencapai kesepakatan bersama, seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa “kalo aku sih ya ngalah aja, ikut suara paling banyak”. 1 dari 10 mahasiswa mengatakan bahwa jika ia merasa benar atas pendapatnya ia akan mengikuti diri sendiri dan menghiraukan kesepakatan kelompoknya. Pada aspek terakhir ketaatan 10 dari 10 mahasiswa mengatakan memilih mengikuti pendapat temannya yang lain meskipun berbeda dengan pendapatnya seperti yang dikatakan salah satu mahasiswa “ee mungkin contohnya kaya kemarin saya ke dufan, saya sebenarnya ga mau ikut karena panas, Cuma karena teman saya pada maksa saya dan malah kaya nyindir saya meskipun keliatan bercanda, ya mau ga mau saya ikut, karena mereka maksa meskipun saya punya pilihan lain”.

Menurut penelitian sebelumnya oleh Sholikhah & Dhania (2017) yang mengkaji hubungan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku *impulsive buying* pada 80 subjek, hasil pengkajian mengindikasikan adanya relasi yang amat relevan antara kedua variabel. Dengan skor efektivitas regresi sejumlah 0,371, gaya hidup hedonis serta konformitas teman sebaya memegang total pengaruh sebanyak 37,1% terhadap tendensi bertindak

impulsif, sisanya sebanyak 62,9% dipengaruhi karena penyebab lain yang tidak terkuak pada studi ini.

Penelitian sebelumnya oleh Muharam dkk (2023) yang melibatkan 114 mahasiswa di Kota Semarang, membahas pengaruh fomo dan konformitas teman sebaya terhadap *impulsive buying*. Hasil pengkajian menunjukkan bahwa fomo dan konformitas teman sebaya secara simultan memengaruhi perilaku impulsif dalam pembelian. Penelitian ini mengungkapkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan pada perilaku pembelian impulsif di kalangan pelajar di Semarang sebesar 52%.

Menurut temuan studi yang dilakukan Ardianti & Megasari (2021) dengan judul pengaruh intensitas informasi teman sebaya, literasi ekonomi, dan kontrol diri terhadap *impulsive buying* dengan jumlah sampel 75 mahasiswa. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang artinya intensitas penjelasan teman sebaya, pengetahuan ekonomi, dan kendali atas dorongan untuk membeli, yang semuanya mempengaruhi perilaku pembelian. Variasi ketiga variabel independen bertanggung jawab atas 59,3% dari pembelian impulsif.

Berdasarkan temuan pengkajian yang dibuat Pratiwi (2017) yang berjudul pengaruh literasi ekonomi, kelompok teman sebaya, dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif dengan melibatkan 61 mahasiswa, disimpulkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif, kelompok teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif, kontrol diri berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif.

Menurut beberapa pengkajian lebih dahulu yang sudah disebutkan sebelumnya, pengkaji dapat menyatakan bahwa sudah banyak penelitian yang dilakukan mengenai tema pembelian impulsif. Setelah melakukan identifikasi, peneliti menemukan berbagai perbedaan antara studi sebelumnya dan studi saat ini. Perbedaan tersebut terdapat perbedaan variabel, karakteristik responden dan tempat pelaksanaan penelitian. Berdasarkan pemaparan diatas, maka fokus Studi ini yakni perihal hubungan antara kontrol diri dan konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi. Hal ini dilakukan berdasarkan pada fakta yang berasal dari hasil tanya jawab yang dilakukan oleh

peneliti bersama beberapa partisipan mahasiswa mengindikasikan adanya mahasiswa yang berperilaku kecenderungan pembelian impulsif tinggi.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan berikut dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya yaitu:

1. Bagaimana gambaran kontrol diri, konformitas teman sebaya dan pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?
2. Bagaimana hubungan kontrol diri dengan pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?
3. Bagaimana hubungan konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?
4. Bagaimana pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?
5. Bagaimana pengaruh konformitas teman sebaya terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan keterangan mengenai latar belakang dan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan studi ini ialah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana gambaran deskriptif kontrol diri, konformitas teman sebaya dan pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi
2. Mengetahu bagaimana hubungan kontrol diri dengan pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?
3. Mengetahui bagaimana hubungan konformitas teman sebaya dengan pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi?
4. Mengetahui bagaimana pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi
5. Mengetahui bagaimana pengaruh konformitas teman sebaya terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Perolehan studi ini diharapkan dapat menjadi panduan serta memperkaya penelitian sebelumnya. Mereka juga dapat mengajarkan peneliti di masa depan tentang pengaruh kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Diharapkan studi ini mampu memberikan informasi perihal *impulsive buying* serta membantu mahasiswa menurunkan *impulsive buying*.

b. Bagi Universitas

Diharapkan studi ini mampu memberikan informasi dan temuan baru untuk menyelidiki komponen yang berpengaruh terhadap pembelian impulsif mahasiswa.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hal ini dimaksudkan agar para peneliti selanjutnya mampu menggunakannya sebagai referensi untuk bahan pertimbangan saat menyelidiki pengaruh kontrol diri dan konformitas teman sebaya terhadap pembelian impulsif.