

HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PRODUK *FASHION* PADA SISWA SMA NEGERI 2 ACEH BARAT DAYA

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**MASDIANA
NIM. 170901102**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1443 H**

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING*
PRODUK *FASHION* PADA SISWA SMA NEGERI 2 ACEH BARAT
DAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)**

Oleh

**Masdiana
NIM. 170901102**

Disetujui Oleh :

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Pembimbing I

Pembimbing II


**Jasmadi, S.Psi., MA., Psikolog
NIP. 197609122006041001**


**Harri Santoso, S.Psi., M.Ed
NIDN. 1327058101**

**HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING*
PRODUK *FASHION* PADA SISWA SMA NEGERI 2 ACEH BARAT
DAYA**

SKRIPSI

**Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus Serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Psikologi (S. Psi)**

Diajukan Oleh :

**MASDIANA
NIM. 170901102**

**Pada Hari/Tanggal : Jum'at, 15 Juli 2022
16 Dzulhijjah 1443 H**

Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

**Jasmadi, S.Psi., MA., Psikolog
NIP. 197609122006041001**

**Harri Santoso, S.Psi., M.Ed
NIDN. 1327058101**

Penguji I

Penguji II

**Dr. Safrilsyah, S.Ag., M.Si
NIP. 197004201997031001**

**Vera Nova, S.Psi., M.Psi., Psikolog
NIDN. 2009028201**

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry



**Dr. Salami, MA
NIP. 196512051992032003**

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya :

Nama : Masdiana

NIM : 170901102

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Prodi : Psikologi UIN Ar-Raniry

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak pernah terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 27 Juni 2022
Yang menyatakan,



Masdiana
NIM. 170901102

KATA PENGANTAR

Assalamu'alikum Warahmatullahi wabarakaatuh

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga skripsi yang berjudul “Hubungan Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* Produk Fashion pada Siswa SMA 2 Aceh Barat Daya”. Shalawat beserta salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, atas segala perjuangannya sehingga kita dapat merasakan indahya hidup di bawah naungan islam. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, bimbingan berbagai pihak, keluarga dan teman-teman terdekat secara langsung atau pun tidak langsung, baik moral maupun material. Pertama sekali peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang teramat dalam kepada kedua orang tua tercinta Ibunda Ramayana dan ayahda tercinta Mudasir yang selalu mencurahkan kasih sayang dan cinta yang tiada henti-hentinya. Selanjutnya penelitian mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry ibu Dr. Salami, MA yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada semua mahasiswa Psikologi.
2. Wakil Dekan I bidang akademik dan kelembagaan Bapak Jasmadi, S.Psi., MA., Psikolog serta merupakan pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini yang telah memberikan bimbingan dan arahan dan bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membantu mahasiswa.
3. Wakil Dekan II bidang Administrasi dan keuangan Bapak Muhibuddin, S.Ag., M.Ag yang membantu dalam administrasi mahasiswa.

4. Wakil Dekan III bidang kemahasiswaan dan kerjasama Bapak Dr. Fuad, S.Ag, M.Hum yang telah memberi dukungan dan mengurus administrasi mahasiswa.
5. Ketua Prodi Psikologi UIN Ar-Raniry Bapak Dr. Safrilsyah, S.Ag., M.Si serta merupakan penguji I dalam penyusunan skripsi ini dan yang telah memberi dukungan dan membantu peneliti dalam memproses pengajuan SK, jadwal siminar komprehensif sehingga penulis dapat melakukan ujian sidang munaqasyah.
6. Sekretaris Prodi Psikologi UIN Ar-Raniry Bapak Barmawi, S.Ag., M.Si yang telah memberikan dukungan dan banyak membantu Peneliti dalam proses administrasi.
7. Penasehat Akademik Ibu Vera Nova, S.Psi, M.Psi, Psikolog serta penguji II yang telah memberikan dukungan, motivasi dan telah banyak membantu meluangkan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi Psikologi.
8. Pembimbing II Bapak Harri Santoso, S.Psi, M.Ed yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi ini.
9. Seluruh dosen beserta staf Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry atas segala dukungan dan kesediannya membimbing seluruh mahasiswa dan mahasiswi.
10. Terima Kasih kepada SMA 2 Negeri Aceh Barat Daya yang telah memberikan izin penelitian, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

11. Terima kasih kepada SMA 2 Kota Banda Aceh yang telah memberi izin untuk melakukan uji coba penelitian, sehingga penelitian skripsi bisa terlaksanakan dan penulis bisa menyelesaikan skripsi.
12. Terimakasih kepada saudara tercinta kakak Misrawati, adek Hasnidar, adek Husna Wati, adek Hidayatul Najwa, maklot Nasrida Yanti dan adek Hayatun Nufus yang selalu memberi dukungan, semangat, motivasi dan menemani dari awal mengerjakan skripsi sampai dengan selesai penulisan.
13. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan Nuzulia Ulfa, Ayumi Yulia dan yang tercinta Erlinda, penuliskan ucapkan atas bersedia selalu bersama dari mahasiswa baru hingga sampai dengan sekarang, yang selalu membantu dan memotivasikan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
14. Kepada semua pihak yang telah membantu peneliti, semoga Allah membalas semua kebaikan kalian.

Semoga Allah berikan pahala yang tak henti-hentinya kepada semua pihak sebagai balasan atas segala kebaikan dan bantuan yang diberikan. Dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari masih banyak kekurangan, sehingga diharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 27 Juni 2022

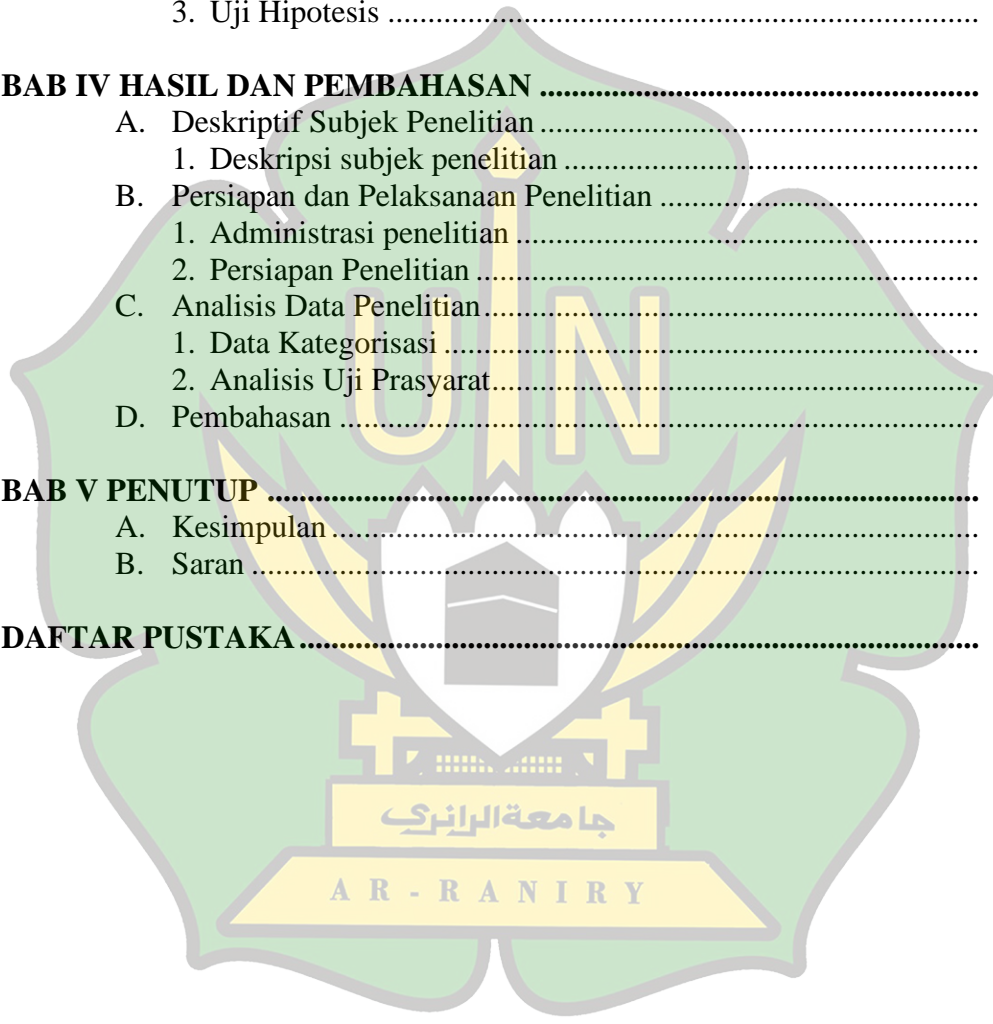
Peneliti,

Masdiana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN	ii
LEMBARAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Keaslian Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. <i>Impulsive Buying</i>	15
1. Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	15
2. Aspek-Aspek <i>Impulsive Buying</i>	16
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	19
B. Kontrol Diri.....	25
1. Pengertian Kontrol diri.....	25
2. Aspek- Aspek Kontrol Diri.....	27
3. Faktor-faktor yang memengaruhi kontrol diri.....	30
C. Hubungan Kontrol Diri dengan <i>Impulsive Buying</i>	31
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	35
B. Identifikasi Variabel Penelitian	35
C. Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian	36
1. <i>Impulsive Buying</i>	36
2. Kontrol diri.....	37
D. Subjek Penelitian	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Persiapan Alat Ukur Penelitian	39
a. Skala <i>Impulsive Buying</i>	40
b. Skala Kontrol Diri	41

F.	Validitas, Uji Beda Aitem, dan Reliabilitas Alat Ukur.....	42
1.	Uji Validitas	42
2.	Uji Daya Beda Aitem	44
3.	Uji Reliabilitas	45
G.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	46
1.	Teknik Pengolahan Data	46
2.	Analisis Data	48
a.	Uji Prasyarat	48
3.	Uji Hipotesis	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A.	Deskriptif Subjek Penelitian	50
1.	Deskripsi subjek penelitian	50
B.	Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian	52
1.	Administrasi penelitian	52
2.	Persiapan Penelitian	55
C.	Analisis Data Penelitian	61
1.	Data Kategorisasi	61
2.	Analisis Uji Prasyarat	64
D.	Pembahasan	67
BAB V	PENUTUP	71
A.	Kesimpulan	71
B.	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Populasi.....	37
Tabel 3.2	Skor Skala <i>Favorable</i> dan Skor Skala <i>Unfavorable</i>	39
Tabel 3.3	Blue Print Skala <i>Impulsive Buying</i>	40
Tabel 3.4	Blue Print Skala Kontrol Diri.....	42
Tabel 3.5	Koefesien Reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i>	45
Tabel 4.1	Data Demografi Subjek Penelitian Kategorisasi Jenis Kelamin ...	50
Tabel 4.2	Data Demografi Subjek Penelitian Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.4	Data Demografi Subjek Penelitian Sering Melakukan Pembelian <i>Online</i>	51
Tabel 4.5	Koefesiensi CVR Skala <i>Impulsive Buying</i>	52
Tabel 4.6	Koefesiensi CVR Skala Kontrol Diri.....	56
Tabel 4.7	Koefesiensi Daya Beda Aitem Skala <i>Impulsive Buying</i>	57
Tabel 4.8	Blue Print Skala <i>Impulsive Buying</i>	58
Tabel 4.9	Koefesiensi Daya Beda Aitem Skala Kontrol Diri	59
Tabel 4.10	Blue Print Skala Kontrol Diri	60
Tabel 4.11	Deskripsi Data Penelitian Skala <i>Impulsive Buying</i>	61
Tabel 4.12	Kategorisasi Skala <i>Impulsive Buying</i>	62
Tabel 4.13	Deskripsi Data Penelitian Skala Kontrol Diri	63
Tabel 4.14	Kategorisasi Skala Kontrol Diri	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas sebaran	65
Tabel 4.16	Hasil Uji Linearitas Hubungan	66
Tabel 4.17	Uji Hipotesis.....	66



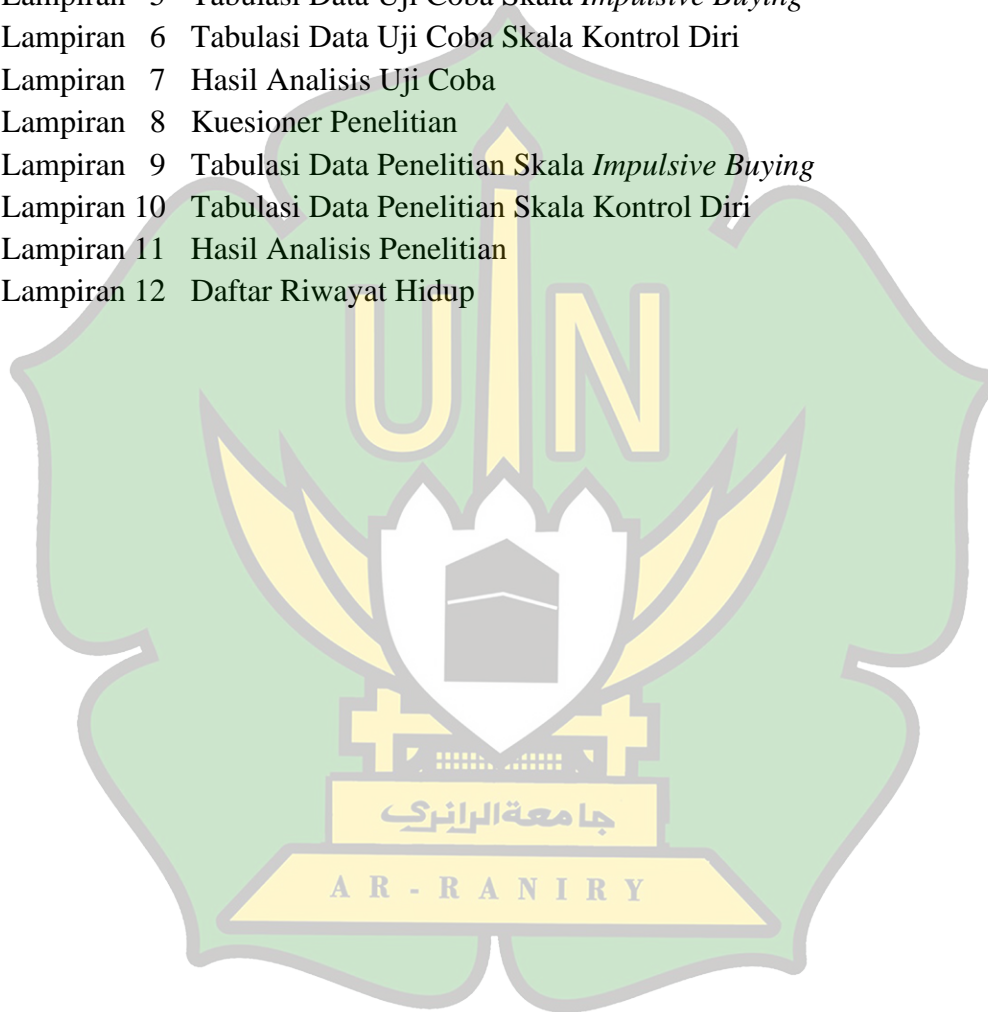
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 kerangka konseptual 33



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry tentang Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 Surat Penelitian dari Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry
- Lampiran 3 Surat izin Penelitian dari Lembaga/Tempat Penelitian
- Lampiran 4 Kuesioner *Try Out* Penelitian
- Lampiran 5 Tabulasi Data Uji Coba Skala *Impulsive Buying*
- Lampiran 6 Tabulasi Data Uji Coba Skala Kontrol Diri
- Lampiran 7 Hasil Analisis Uji Coba
- Lampiran 8 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 9 Tabulasi Data Penelitian Skala *Impulsive Buying*
- Lampiran 10 Tabulasi Data Penelitian Skala Kontrol Diri
- Lampiran 11 Hasil Analisis Penelitian
- Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup



HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PRODUK *FASHION* PADA SISWA SMA NEGERI 2 ACEH BARAT DAYA

ABSTRAK

Impulsive Buying adalah melakukan sesuatu tanpa perencanaan ketika terdapat stimulus yang berasal dari rangsangan internal atau eksternal. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi *impulsive buying* salah satunya kontrol diri. Ketika individu bisa mengendalikan diri dengan baik maka individu tersebut juga akan bisa mengendalikan perilaku *impulsive buying*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada Siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya. Pendekatan dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi *product moment* dari *pearson*. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 532 siswa dengan sampel 213 siswa, penentuan sampel berdasarkan teknik *purposive sampling*. penelitian ini menggunakan skala kontrol diri berdasarkan teori Tangney, Baumeister dan Boone (dalam Rusdi & Subandi, 2020), sedangkan skala *impulsive buying* berdasarkan teori Coley dan Burgess (2003). Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* produk *fashion* pada siswa SMA 2 Aceh Barat Daya dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar $-0,482$ dengan $p=0,000$, Sehingga hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah *impulsive buying* pada siswa SMA 2 Aceh Barat Daya, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi *impulsive buying* pada siswa.

Kata Kunci : Kontrol Diri, *Impulsive Buying*, Siswa

جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONTROL AND IMPULSIVE
BUYING OF FASHION PRODUCTS IN STUDENTS SMA 2 ACEH BARAT
DAYA**

ABSTRACT

Impulsive buying is doing something without planning when there is a stimulus that comes from internal or external stimuli. Many factors can influence impulsive buying, one of which is self-control. When individuals can control themselves well then the individual will also be able to control impulsive buying behavior. This study aims to examine the relationship between self-control and impulsive buying in SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya students. The approach in this study uses a quantitative approach with the Pearson product moment correlation method. The total population in this study was 532 students with a sample of 213 students, the number of samples was based on the purposive sampling technique. This study uses a self-control scale based on the theory of Tangney, Baumeister and Boone (in Rusdi & Subandi, 2020), while the impulsive buying scale is based on the theory of Coley and Burgess (2003). The results showed that there was a very significant negative relationship between self-control and impulsive buying of fashion products in SMA 2 Aceh Barat Daya students with a correlation coefficient (r) of -0.482 with $p = 0.000$, so this indicates that the higher the self-control, the higher the self-control. Increased impulsive buying is low in SMA 2 Aceh Barat Daya students, on the contrary, impulsive buying is higher for students.

Keywords: Self Control, Impulsive Buying, Students

A R - R A N I R Y

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Siswa adalah salah satu komponen manusiawi yang menempati posisi sentral dalam proses belajar mengajar dimana di dalam proses belajar mengajar, siswa sebagai pihak yang ingin meraih cita-cita, memiliki tujuan dan kemudian ingin mencapainya secara optimal. Siswa akan menjadi faktor penentu, sehingga dapat mempengaruhi segala sesuatu yang diperlukan untuk mencapai tujuan belajarnya (Siadari, 2016)

Masa remaja menawarkan banyak kesempatan untuk pertumbuhan, tidak hanya dari dimensi fisik, tetapi juga dari dalam kompetensi kognitif dan emosional, otonomi, harga diri, dan intimasi. Survei nasional pada 1.400 siswa SMA mengungkapkan bahwa melakukan hal-hal yang berani hanya sebagai *tren* (Papalia & Feldman, 2017). *Tren* yang semakin hari semakin berkembang membuat remaja semakin *impulsif* dalam membeli barang-barang yang menunjang dirinya khususnya *fashion*.

Ada temuan yang cukup menarik dari fenomena berbelanja *online* di Negara Indonesia. Merujuk pada hasil rekapitulasi *e-commerce* dari shopee sepanjang tahun 2017, diketahui bahwa ada kecenderungan di mana remaja sering terlibat belanja *online*. Dimana jumlah berbelanja *online* semakin meningkat 5 kali lipat. Barang-barang belanja *online* yang sering mereka beli kebanyakan adalah barang-barang *fashion*. Hal ini menyatakan bahwa aktivitas digital di kalangan remaja makin berkembang seiring dengan produktivitas dan kemampuan

ekonomi yang mendukung mereka. Adapun pakaian dan aksesoris fashion masih menjadi prosuk yang paling banyak dibeli (Lestari, 2018) .

Sebelum melakukan pembelian suatu produk biasanya konsumen selalu merencanakan terlebih dahulu tentang barang apa yang akan dibelinya, jumlah, harga, tempat pembelian, dan lain sebagainya. Namun demikian ada kalanya proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen timbul begitu saja saat ia melihat suatu barang atau jasa, karena ketertarikannya, selanjutnya ia melakukan pembelian pada barang atau jasa yang bersangkutan. Model atau tipe pembelian tersebut dinamakan tipe pembelian yang tanpa direncanakan atau *impulsive buying*. Perubahan fenomena pemasaran seperti ini, banyak sekali konsumen yang berbelanja tanpa disertai pertimbangan secara matang (Theresia, 2014).

Kacen dan Lee (dalam Anin, Rasimin, & Atamimi, 2008) menyatakan bahwa gaya belanja yang lebih spontan juga dapat diantisipasi untuk sewaktu-waktu muncul, misalnya saat hasrat untuk membeli terasa begitu kuat sehingga menjadi pemicu timbulnya *impulsive buying*. Tingkah laku belanja yang spesifik ini merupakan fenomena perilaku konsumen yang keberadaannya tidak pernah surut, melibatkan pembelian berbagai produk dan muncul dalam berbagai situasi. Dahulu berbelanja hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi saat ini belanja juga sudah menjadi gaya hidup, sehingga belanja tidak hanya untuk membeli kebutuhan pokok yang diperlukan, namun belanja dapat pula menunjukkan status sosial seseorang, karena belanja berarti memiliki materi.

Di masa pandemi covid-19 membuat pemerintah menerapkan kewajiban pembatasan aktivitas yang dimulai pada Bulan Maret 2020. Meski Covid-19 melumpuhkan aktivitas fisik, di sisi lain, ini juga membuat penjualan *online* meningkat tajam (Pink, 2020). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) (dalam Pink, 2020) menyebutkan bahwa meskipun terbatas aktivitas yang terjadi dimasyarakat sehari-hari namun penjualan dimasa pandemi malah melonjak tajam bila dibandingkan dengan penjualan di Bulan Januari 2020. Pada Bulan Maret 2020, penjualan *online* melonjak 320% dari total penjualan *online* awal tahun. Lonjakan semakin tajam terjadi di penjualan *online* April 2020 tercatat meningkat 480% dari Januari 2020.

Perilaku *impulsive buying* sedikit menggunakan proses kognitif dan lebih melibatkan faktor emosi. Seperti yang dinyatakan Santrock dimana masa remaja adalah masa semakin meningkatnya atau berkembangnya kognitif anak, yaitu pemikiran operasional formal dan pengambilan keputusan (Arisandy, 2017)

Fitri (dalam Diba, 2013) menyatakan remaja hanya akan membeli produk-produk yang menggoda yang sebenarnya tidak dibutuhkan dengan alasan sering tidak tahan melihat barang bagus, ingin segera membelinya, dan seperti merasa dibius dan tidak dapat berfikir jernih sehingga yang terdapat di dalam benaknya individu hanya ingin memuaskan keinginan belanja.

Sholihah dan Kuswardani (dalam Kely, 2015) pada masa remaja, mereka sedang pada tahap mencari idenditas sehingga mereka menciptakan sesuatu hal yang yang berbeda, baik dari sisi gaya pakaian, gaya rambut, cara berdandan, maupun bertingkah laku. Remaja juga cenderung untuk memiliki keingintahuan

yang lebih akan hal-hal yang baru sehingga mereka tidak ragu untuk mencobanya. Selain itu, remaja biasanya mudah dipengaruhi oleh iklan, mudah terpengaruhi oleh perubahan, serta cenderung boros dalam menggunakan uang. Hal ini mengakibatkan remaja menjadi sasaran yang potensial bagi produsen maupun pemasar.

Subjek yang dipilih dalam penelitian ini adalah siswa SMA 2 Aceh Barat Daya di Kecamatan Manggeng Karena Merupakan SMA yang banyak orang luar masuk ke SMA 2 Aceh Barat Daya di karenakan SMA tersebut tidak dibatasi berapa jumlah siswa yang masuk, maka banyak siswa yang berminat bersekolah di SMA 2 Aceh Barat Daya, selain itu menurut hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti sebagian besar siswa SMA 2 Aceh Barat Daya adalah pengguna aktif media sosial, sehingga peluang untuk melakukan pembelian *online* pun besar

Menurut Sumartono (dalam Septila & Aprilia, 2017) mengatakan perilaku membeli tidak hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi hasrat dan konsep diri serta tuntutan gaya hidup. Penyebab dari kemunculan kondisi seperti ini adalah adanya stimulus lingkungan yang membangkitkan dan mengoptimalkan fungsi hasrat tersebut. Namun terkadang pembeli yang didasari oleh hasrat justru menghilangkan pengendalian diri sehingga terjadinya pembelian yang tidak seharusnya dilakukan. Burkley (dalam Afandi & Hartati, 2017) mengatakan kontrol diri yang lemah juga akan menyebabkan seseorang mudah terpengaruhi oleh stimulus. Pentingnya kontrol diri menahan keinginan seseorang dalam berperilaku menjadi salah satu alasan untuk melakukan penelitian ini.

Sarwono dan Prihartono (dalam Widiyanto & Prasilowati, 2015) mengemukakan bahwa teknik yang memudahkan akses dan publikasi informasi adalah menggunakan interaksi sosial melalui sosial media. Diseminasi informasi melalui sosial media selain mulai meningkat karena tingginya ikatan sosial dari pengguna juga merupakan cara baru yang lebih efektif dalam pencarian informasi. Dalam penyebaran informasi inilah, kemenarikan desain *website* menjadi salah satu pemandu yang handal guna mendorong calon konsumen untuk mengunjungi akun yang ada seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Buka Lapak dan banyak lainnya. Oleh karenanya semakin menarik desain *website* diharapkan mampu memantapkan keputusan berbelanja *online*. Selain itu kemenarikan desain *website* akan memengaruhi keinginan seseorang dalam melakukan belanja *online*. Tidak hanya itu, proses jual beli *online* juga tersedia di berbagai macam media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, Line sehingga sangat banyak ditemui jual beli *online* dimasa sekarang ini.

Penelitian Ju dan Subianto (dalam Febriana , 2017) menyebutkan karena meningkatnya akses media sosial mengakibatkan terjadinya banyak pembelian suatu barang yang tidak terencana, dimana hal ini merupakan pengaruh dari promosi dan iklan-iklan berupa foto dan video suatu produk yang dimunculkan saat seseorang sedang mengakses media sosialnya, sehingga konsumen yang awalnya tidak memiliki tujuan untuk melakukan pembelian apapun menjadi terpengaruh untuk membeli. Pembelian seperti ini disebut juga dengan *impulsive buying*.

Menurut Mappiare (dalam Pranoto & Mahardayani, 2010) penampilan *fashion* dalam kesehariannya, *fashion* merupakan salah satu hal yang tidak boleh dilupakan dalam menunjang penampilan. Sama halnya dengan remaja yang cukup mementingkan *fashion* untuk menunjang penampilannya sehingga membuat remaja akan lebih mudah melakukan *impulsive buying* pada produk *fashion*.

Engel dan Blackwell (dalam Widawati, 2011) menjelaskan *impulsive buying* merupakan suatu perilaku pembelian yang muncul tanpa dilandasi oleh adanya kebutuhan serta rencana pembelian yang terarah. Artinya, perilaku tersebut dapat muncul secara spontan, belum tentu dilandasi oleh adanya kebutuhan, serta proses terjadinya tidak diikuti oleh tahapan-tahapan seperti halnya proses pembelian model umum yang ada.

Menurut Hoch dan Loewenstein (dalam Sari, 2014) Pembelian impulsif yaitu terjadi ketika terdapat perasaan positif yang sangat kuat yang kemudian diikuti oleh sikap pembelian. Pembeli yang sangat impulsif cenderung tanpa berfikir dalam melakukan pembelian, untuk secara emosional tertarik terhadap objek, dan hanya untuk segera memenuhi kepuasan dan keinginan.

Rook dan Fisher (dalam Arifianti & Gunawan, 2020) menyebutkan bahwa pembelian spontan merupakan suatu keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan/konsumen secara spontan atau seketika setelah melihat barang dagangan. Artinya tidak ada rencana membeli sebelumnya.

Untuk selanjutnya, peneliti melakukan wawancara pada 4 siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya, berikut hasil kutipan wawancara

Wawancara 1

“sering kak,,suka kak,,aku sering belanja online biasa lihat barang model terbaru, pesan pun gampang ngak ribet langsung ke tokohnya juga ada tapi lebih sering online jaman sekarang kak,,tidak kak,,karena kalau aku buka ig melihat story di ig yang di posting itu bagus aku langsung pesan kak pokoknya kalau aku iseng-iseng buka aplikasi shopi aku juga tiba-tiba membeli barang yang lucu-lucu kak, ,sering, aku sering beli barang walaupun udah ada,,senang kak cewek pasti senang belanja kak,, ya karena barang itu menarik aku lihat kak aku pun sering tiba-tiba aja kepengen beli pas lihat gambar-gambar bagus di posting di IG, di WA, FB,,ngak kak hehe langsung beli kalau aku kak..ngak kak malahan langsung pakek barang yang udah aku beli tapi kalau pesanan yang datang ngak sesuai dengan gambar baru nyesel kak ”(WS, 16 tahun, siswi SMA 2 ABDYA, 21 Februari 2021).

Wawancara 2

“sering lah kak siapa sih yang ngak mau belanja,,suka banget kak, apa lagi model terbaru,,adek online kak kalau offline jarang kak semua udah rame belanja lewat media sosial adek banyak mengikuti beberapa olshop kak ,,ngak kak,,karena ketika adek lihat barang yang adek inginkan itu pasti beli walaupun sebelumnya ngak ada niat untuk beli sebab adek sering update di sosial media biar tahu model terbaru kak dan pun sering diskon kak,,beli lagi kak mungkin beda tipis tapi beli juga kak,,senang kali kak,,apa ya, bingung juga pokoknya kalau adek tertarik dengan barang itu adek langsung beli kak,,ngak kak, adek ngak mikir lagi tu kalau belanja langsung aja adek beli,,ngak kak tapi ada sih sesekali kalau pesanan ngak kayak ke inginan soalnya kalau adek sering belanja online kak jadi sering ngak sesuai ”(AS, 17 tahun, siswi SMA 2 ABDYA, 21 Februari 2021)

Wawancara 3

”sering kak,,suka juga kak,,aku sering online kak sekarang banyak menjual barang lewat hp kak,, tergantung kak ada direncanakan ada ngak,,ketika barang itu lucu di mata aku atau lagi ngetren langsung tu aku beli,,kalau aku ni kak beli lagi walaupun udah punya,,barang yang ngak penting aja aku beli kayak cincin padahal udah ada tu beberapa tapi aku beli lagi kak,,boneka juga kalau tas baju jangan di Tanya lagi hahah,,senang kak,,ngak kak,,tiba-tiba ingin aja gitu kak mungkin aku pun sering lihat status olshop orang makanya aku ke pengen beli,,ada kak kalau pesannya ngak sesuai dengan gambar yang di posting kalau digambar tu bagus fotonya eh pas datang udah jelek” (RJ, 17 tahun, siswi SMA 2 ABDYA, 23 Februari 2021)

Wawancara 4

Sering,,suka kak,,aku online kak sering promosi kak kalau lewat hp kita beli,,tidak kak,,karena ketika lihat story orang tu misalnya sepatu model baru itu aku pesan kak tapi ada juga aku rencanakan,,senang pastinya kak,,karna baju nya lagi ngetren kak ataupun apa lah yang ngetren itu pasti beli,,ngak kak, aku ngak mikir kalau lihat gambar di hp bagus dan aku tertarik dengan gambarnya,,ada sih kak kalau pesannya ngak sesuai dengan gambar yang di hp”(HW, 16 tahun, siswi SMA 2 ABDYA, 16 Juni 2021)

Dari cuplikan wawancara di atas siswa pertama memperlihatkan bahwa siswa sering berbelanja dilihat dari subjek sering berbelanja, suka belanja, jika berbelanja subjek tidak merencanakan sebelumnya artinya siswa spontan belanja tanpa berfikir terlebih dahulu serta siswa juga senang belanja. Siswa ke dua juga sering berbelanja dan senang ketika berbelanja serta siswa merasa kesal ketika barang yang dipesan tidak sesuai dengan keinginannya, siswa ke tiga juga sering belanja barang yang lagi *ngetren* sekarang dan sering membeli barang yang tidak dibutuhkan. Siswa yang ke empat sering berbelanja ketika melihat *story* di media sosial karena kelihatan menarik menurut siswa maka dari itu muncul rasa keinginan untuk membeli suatu barang tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap siswa SMA 2 Aceh Barat Daya di atas menyimpulkan bahwa perilaku berbelanja cenderung siswa suka berbelanja baik *online* ataupun *offline*, akan tetapi siswa lebih sering berbelanja melalui media sosial seperti membeli barang lewat facebook, instagram, whatsapp, shoppi, lazada dan sejenisnya. Siswa juga sangat senang berbelanja model terbaru, mereka juga membeli barang sesuai dengan keinginan mereka sendiri serta mereka selalu *update* di media sosial untuk melihat produk *fashion* yang lagi *ngetrend* dilingkungannya siswa juga membeli barang yang

sebelumnya tanpa direncanakan di karenakan mereka sering membuka *story* atau *status* di wa, ig, fb yang sering *update* barang terbaru walaupun barang tersebut tidak dibutuhkan karena tertarik meraka membelinya. Maka dari itu tanpa di sadari siswi tersebut sudah melakukan *impulsive buying* dengan sering melihat barang yang sering *update* di media sosial.

Pembelian dalam *impulse buying* ini tidak didasarkan pada kebutuhan tetapi pembelian yang dilakukan karena ketertarikan suatu barang. Pertimbangan emosional dominan dalam tipe ini. Perilaku itu sebagai perilaku tidak terkendali (*out-of-control*) (Arifianti & Gunawan, 2020). Salah satu faktor-faktor yang mempengaruhi *impulsive buying* yaitu kontrol diri.

Thompson (dalam Arisandy, 2017) menyatakan bahwa unsur utama yang menjadi poin penting dalam manifestasi kontrol diri ialah keyakinan individu terhadap dirinya dalam mencapai hasil yang diinginkan dengan cara mengendalikan emosi dan dorongan dari dalam dirinya. Di saat inilah mereka bisa atau tidak melakukan pemantauan terhadap dirinya. Individu dengan kontrol yang tinggi cenderung memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. A R - R A N I R Y

Glietman (dalam Thalib, 2010) mengatakan bahwa kontrol diri merujuk ada kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu yang ingin tanpa terhalangi baik oleh rentangan maupun kekuatan yang berasal dari dalam diri individu. Individu yang memiliki kemampuan kontrol diri akan membuat keputusan dan mengambil langkah tindakan yang efektif untuk menghasilkan sesuatu yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan.

Hurlock (dalam Sari & Handayani, 2019) menjelaskan bahwa kontrol diri memberikan dua pengaruh bagi konsumen, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal memiliki pengaruh kontrol diri seseorang dengan usia dan kematangan. Sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orang tua akan menentukan bagaimana kemampuan kontrol diri seseorang. Dengan demikian dapat disimpulkan remaja yang memiliki kontrol diri yang tinggi dapat menurunkan perilaku pembelian impulsif pada remaja.

Berdasarkan paparan yang telah peneliti sampaikan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan kontrol diri dengan *impulsive buying* pada pada remaja SMA 2 Aceh Barat Daya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang telah peneliti uraikan, maka peneliti akan merumuskan satu masalah yang akan diteliti lebih lanjut yaitu apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada Siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada pada Siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya.

D. Manfaat Penelitian

Keberhasilan penelitian ini akan memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan menjadi ilmu yang bermanfaat untuk semua orang yang membaca dan memperkaya wawasan ilmu psikologi terutama di bidang Psikologi Industri dan Organisasi, secara perilaku konsumen sebagai masukan empiris terkait Hubungan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada pada Siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya .

2. Praktis

Seara praktis peneliti ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi siswa, sebagai subjek penelitian diharapkan siswa dapat mengendalikan diri untuk tidak dapat membeli secara tiba-tiba sehingga tidak mudah terpengaruh dengan *fashion* model sekarang dengan cara mencari informasi dengan cara teliti barang yang akan dibeli.

b. Bagi guru, menambahkan pengetahuan guru dalam menangani dan lebih diperhatikan penampilan siswa agar siswa menggunakan penampilan yang sesuai dengan peraturan sekolah sehingga.

c. Bagi sekolah, bisa menambahkan ilmu pengetahuan mengenai hubungan kontrol diri dengan *impulsive buying* sehingga bisa memberikan seminar atau materi tentang *impulsive buying* dan kontrol diri supaya siswa dapat menerima secara langsung mengenai *impulsive buying*.

d. Bagi peneliti dan pembaca dapat menambah ilmu pengetahuan dan sebagai wawasan mengenai hubungan antara kontrol diri dan *impulsive buying* pada pada Siswa.

E. Keaslian Penelitian

Berdasarkan survey literatur yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa hasil peneliti yang dapat menunjukkan bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu:

Penelitian Hurriyati dan Arisandy, (2017) yang berjudul “Hubungan Kontrol Diri dengan *Impulsive buying* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi di Perguruan Tinggi Wilayah Palembang yang melakukan Belanja Online” penelitian ini dilakukan di Palembang dengan populasi 700 mahasiswai jumlah sampel 339 mahasiswi Fakultas Psikologi yang didapat melalui teknik *purposive* sampling. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada subjek, lokasi penelitian dan teknik metode sampel yang akan diteliti.

Penelitian Henrietta, (2013) yang berjudul “Impulsif pada Dewasa Awal di Yogyakarta” penelitian ini di lakukan di Yogyakarta dengan subjek penelitian 395 dewasa awal yang bersedia mengikuti penelitian dan jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Pembelian impulsif dalam penelitian ini dideskripsikan berdasar jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan

status pernikahan. perbedaan penelitian ini yang akan diteliti terletak pada subjek, lokasi, teknik pengolahan data dan penelitian ini tidak melihat hubungan.

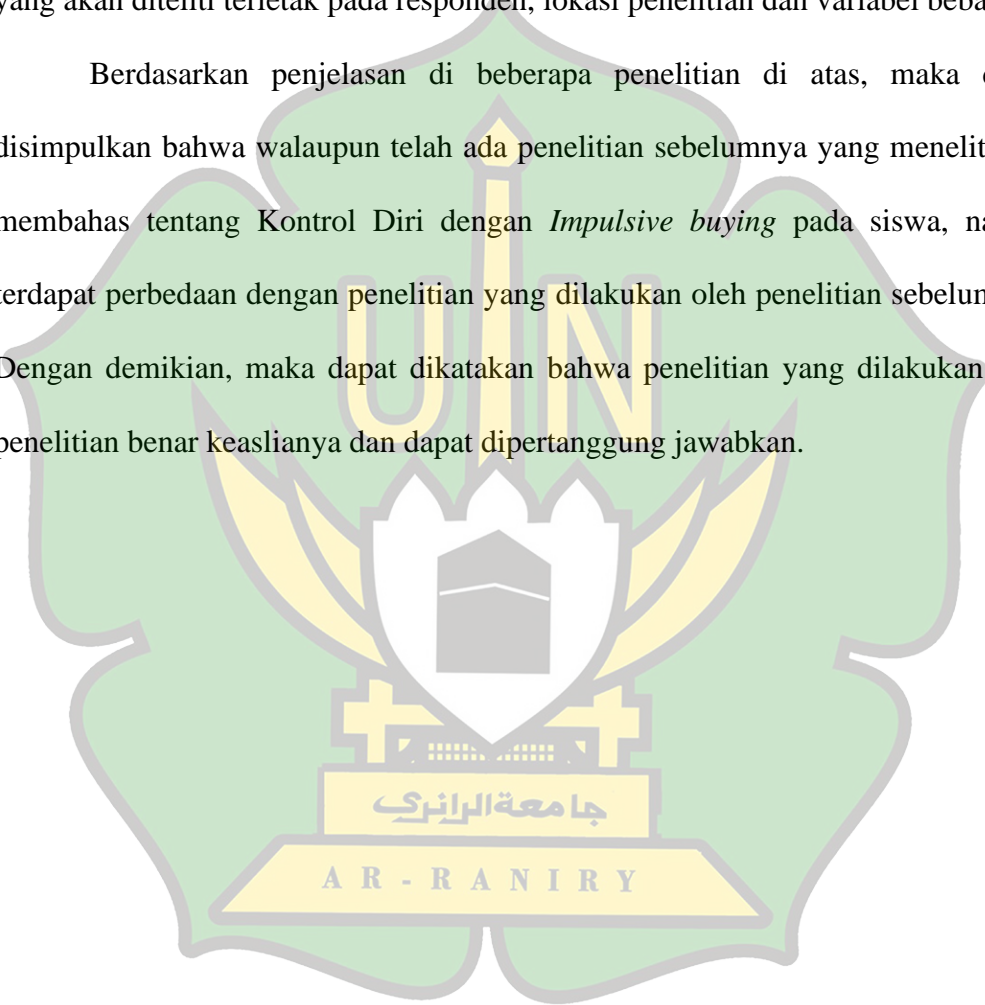
Penelitian Nio dan Aprilia (2019) yang berjudul “Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan *impulsive buying* pada mahasiswi” penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode korelasional. penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Negeri Padang, dengan jumlah sampel sebanyak 95 orang. Teknik pengambilan yang digunakan adalah teknik *incidental sampling*, data yang dianalisis menggunakan teknik korelasi *product moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan kecenderungan *impulsive buying*. perbedaan penelitian ini yang akan diteliti terletak pada responden, lokasi penelitian dan teknik pengambilan sampel.

Penelitian Sari dan Handayani, (2019) yang berjudul “Kontrol diri dan pembelian impulsif pakaian pada remaja penggemar K-POP” penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa di Semarang, dengan jumlah subjek 130 subjek yang tinggal di Geruk Indah yang diambil dengan teknik *asampling random proporsional*. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dan pembelian impulsif pakaian pada remaja penggemar K-pop. perbedaan penelitian ini yang akan diteliti terletak pada responden, lokasi penelitian dan teknik pengambilan sampel.

Penelitian Siregar dan Rini, (2019) yang berjudul “Regulasi diri dan *Impulsive buying* terhadap produk Fashion pada remaja perempuan yang

berbelanja online” penelitian ini merupakan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada remaja dengan responden penelitian ini 100 orang remaja perempuan dengan rentang usia 18-21 tahun. Teknik pengambilan data analisis dengan menggunakan *Pearson's Product Moment Correlation*. perbedaan penelitian ini yang akan diteliti terletak pada responden, lokasi penelitian dan variabel bebas.

Berdasarkan penjelasan di beberapa penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa walaupun telah ada penelitian sebelumnya yang meneliti dan membahas tentang Kontrol Diri dengan *Impulsive buying* pada siswa, namun terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa penelitian yang dilakukan oleh penelitian benar keasliannya dan dapat dipertanggung jawabkan.



BAB II LANDASAN TEORI

A. *Impulsive Buying*

1. Pengertian *Impulsive Buying*

Rook dan Gardner (dalam Muruganantham & Bhakat, 2013) mendefinisikan *impulsive buying* sebagai perilaku yang tidak direncanakan melibatkan pengambilan keputusan yang cepat dan kecenderungan untuk segera mendapatkan produk tersebut. Selama melakukan *impulsive buying*, konsumen akan mengalami keinginan sesaat, kuat dan gigih. Hal ini ditandai dengan dorongan membeli sebagai suatu yang tidak diinginkan, dan reaksi yang tidak reflektif yang terjadi segera setelah terkena rangsangan oleh suatu stimulus (Rook, 1987).

Impulsive buying dapat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk membeli secara spontan, refleksi, atau kurang melibatkan pikiran, segera, dan kenetik. Individu yang sangat impulsif lebih mungkin terus mendapatkan stimulus pembelian yang spontan, daftar belanja lebih terbuka, serta menerima ide pembelian yang tidak direncanakan secara tiba-tiba (Anin, Rasimin, & Atamimi, 2008). Septa dan Aprilia (2017) mengatakan *impulsive buying* adalah proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen tanpa mempertimbangkan kebutuhan suatu produk dan tidak melewati tahap suatu produk serta sangat kental unsure emosionalnya.

Verplanken dan Herabadi (2001) mendefinisikan bahwa *impulsive buying* secara umum berasal dari keinginan kuat pada kepribadian yang tanpa perencanaan dan pertimbangan yang matang.

Menurut Coley dan Burgess (2003) pembelian impulsif terkait erat dengan refleks atau spontan yang berasal dari rangsangan internal atau eksternal berasal dari lingkungan. Tindakan ataupun reaksi terhadap rangsangan yang diproses secara afektif, kognitif atau dengan kombinasi keduanya. Kombinasi pikiran dan emosi, yang diciptakan dan dirasakan oleh konsumen inilah yang menyebabkan pembelian impulsif.

Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli, di atas maka peneliti menggunakan definisi yang dikemukakan oleh Coley dan Burgess bahwa pembelian impulsif terkait erat dengan refleks atau respon yang berasal dari rangsangan internal atau eksternal berasal dari lingkungan. Tindakan ataupun reaksi terhadap rangsangan yang diproses secara afektif, kognitif atau dengan kombinasi keduanya. Kombinasi pikiran dan emosi, yang diciptakan dan dirasakan oleh konsumen inilah yang menyebabkan pembelian impulsif. Alasan peneliti menggunakan teori ini karena menjelaskan pengertian dan aspek yang disampaikan secara kompleks dan sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

2. Aspek-Aspek *Impulsive Buying*

Menurut Coley dan Burgess (2003) terdapat dua aspek *impulsive buying* yang dimana terdiri dari enam sub-aspek, diantaranya adalah *cognitive deliberation, unplanned buying, disregard for the future, irresistible urge to buy,*

positive buying emotion, mood management. keenam aspek tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Affective*, merupakan suatu proses psikologis dalam membeli yang berkaitan dengan emosi, keadaan perasaan, maupun suasana hati seseorang. Proses ini terdiri dari tiga bagian, yaitu:

1) *Irresistible urge to buy*, merupakan keadaan seseorang dalam membeli sesuatu yang didorong oleh keinginan untuk segera dipenuhi, yang kuat untuk segera dipenuhi dan sangat memaksa sehingga sulit bagi konsumen untuk menolak.

2) *Positive buying emotion*, merupakan keadaan seseorang yang mengacu pada keadaan suasana hati positif untuk memuaskan diri sendiri yang didorong oleh pembelian impulsif.

3) *Mood management*, merupakan kondisi seseorang yang membeli secara impulsif yang didorong oleh keinginan untuk mengubah dan mengelola perasaan atau suasana hati.

b. *Cognitive*, merupakan proses psikologis seseorang konsumen dalam membeli yang berkaitan dengan pemikiran, pemahaman, dan penginterpretasian.

1) *Cognitive deliberation*, merupakan kondisi seseorang konsumen membeli yang di dorong oleh keinginan untuk membeli secara tiba-tiba untuk bertindak tanpa pertimbangan atau evaluasi konsekuensinya.

2) *Unplanned buying*, merupakan kondisi seseorang pembeli yang mengacu pada kurangnya perencanaan yang jelas.

3) *Disregard for the future*, merupakan kondisi seseorang secara langsung memilih dengan kurang perhatian atau pertimbangan tentang masa depan.

Adapun Verplanke dan Herabadi (2001) mengemukakan dua aspek pembelian impulsif, yakni kognitif dan aspek afektif.

a. Aspek kognitif

Aspek Kognitif adalah kecenderungan seseorang memiliki kekurangan perencanaan atau memikirkan dan pertimbangan matang dalam pembelian. Hal ini meliputi tidak mempertimbangkan harga maupun kegunaan suatu barang, tidak melakukan evaluasi terhadap suatu pembelian, dan tidak melakukan perbandingan antara produk yang diinginkan dengan produk lain yang dibutuhkan.

b. Aspek afektif

Aspek afektif adalah kecenderungan seseorang untuk lebih mengedepankan pembelian melalui perasaan, yang dapat menyebabkan emosi pasca pembelian, seperti kepuasan, gembira, kesenangan, kurang kontrol, hingga penyesalan yang datang bersamaan.

Berdasarkan kedua aspek tersebut, dapat disimpulkan bahwa aspek *impulsive buying* adalah aspek kognitif dan aspek afektif. Dalam *impulsive buying* aspek kognitif adalah konsumen yang kurang atau tidak memiliki perencanaan dalam melakukan suatu pembelian sehingga pada saat konsumen melakukan *impulsive buying* konsumen tidak memikirkan resiko dan tujuan dari pembelian produk tersebut. Sedangkan, aspek afektif adalah konsumen yang melakukan

impulsive buying didasari atas emosi, misalnya tertarik dan menyukai pada produk, serta timbul rasa senang dan adanya desakan untuk segera memiliki produk tersebut, serta setelah membeli produk itu konsumen mengalami penyesalan.

Berdasarkan beberapa teori aspek diatas peneliti menggunakan aspek yang dikemukakan oleh Coley dan Burgess (2003) yang memiliki enam sub aspek yaitu *cognitive deliberation, unplanned buying, disregard for the future, irresistible urge to buy, positive buying emotion, mood managemen*. Peneliti menggunakan aspek-aspek ini karena penjelasan yang di sampaikan sesuai dengan peneliti yang akan dilakukan oleh peneliti dan aspeknya lebih spesifik.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Impulsive Buying*

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar individu yang mempengaruhi *Impulsive Buying*

1) Suasana Toko

Melihat toko, merupakan komponen utama dalam proses *impulsive buying*. Saat melihat barang-barang yang ada di toko, konsumen akan cenderung menemukan lebih banyak rangsangan, yang akan cenderung meningkatkan kemungkinan mengalami *impulsive buying*. (Beatty & Ferrell, 1998)

2) Penampilan Produk

Penampilan produk seperti barang yang di panjangkan di tokoh itu lucu-lucu yang sudah dikreasikan semenarik mungkin dan adanya musik juga berpengaruh secara eksternal pada pelanggan (Verplanken & Herabadi, 2001).

3) Harga Produk

Gupta (dalam Muruganatham & Bhakat, 2013) menyatakan bahwa pada ukuran toko-toko besar, display produk dan harga produk yang menjadi rangsangan utama dalam toko. Pada ukuran toko-toko kecil, harga produk merupakan faktor utama yang menarik *impulsive buying*.

Kesimpulannya faktor eksternal yang dapat mempengaruhi munculnya *impulsive buying* adalah lingkungan seperti lingkungan toko dan lingkungan pemasaran (marketing), promosi penjualan, merchandise ritel, stimulus sensoris, dan pelayanan toko.

b. Faktor Internal

Faktor Internal berasal dalam diri individu yang dapat mempengaruhi *impulsive buying*

1) Spontan

Chang, Eckman, dan Yan (2011) juga berpendapat bahwa konsumen yang memiliki respon emosi yang lebih positif pada lingkungan ritel lebih mungkin untuk melakukan *impulsive buying*. Michael & dkk (dalam Muruganatham & Bhakat, 2013) *Impulsive buying* atau membeli dengan sedikit atau tanpa perencanaan sebelumnya juga merupakan bentuk keterlibatan yang rendah dalam pengambilan keputusan.

2) Kontrol diri

Youn dan Faber (2000) menunjukkan bahwa *impulsive buying* mungkin berasal dari sifat-sifat konsumen seperti impulsif, kenikmatan berbelanja, atau kurangnya kontrol diri.

3) Motivasi

Selain itu, Hausman (2000) berpendapat bahwa *impulsive buying* merupakan kebutuhan hedonis yang termotivasi oleh pencapaian yang lebih tinggi, kebutuhan yang dikelompokkan dari teori Maslow 'hierarki kebutuhan. Upaya tersebut untuk memenuhi urutan tertingginya kebutuhan untuk berbagai jenis perilaku *impulsive buying*.

4) Kontrol diri

individu yang memiliki kontrol diri yang rendah, kurang dapat menahan setiap stimulus yang dapat mendukung pembelian *impulsive buying*, mudah terpengaruh dan tidak dapat mengelola diri dengan baik. Sedangkan orang memiliki kontrol diri yang baik akan membeli produk sesuai dengan kebutuhan jangka panjang (Baumeister, 2002).

Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor internal yang dapat mempengaruhi munculnya *impulsive buying* adalah kontrol diri.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *impulsive buying* menurut Vannia (2013) antara lain yaitu:

a. Faktor Personal R - R A N I R Y

1) Kecenderungan Pembelian *impulsive*

Pembeli impulsif lebih cenderung membeli secara spontan atau tergesa-gesa dan tanpa pemikiran, pembelian yang dilakukan hanya berdasarkan emosi mereka. Individu dengan *impulsive buying* cenderung tidak pernah membuat daftar belanja barang yang akan mereka beli. Pembeli impulsif lebih sering bertindak pada respon pembeli yang mendadak dan tidak terduga.

2) Kontrol diri dan kehendak yang lemah

Impulsive buying pembelian impulsif adalah hasil dari dorongan yang tak tertahankan untuk membeli barang tertentu. Namun terkadang keinginan itu dapat ditahan dalam beberapa situasi, seperti tidak adanya dana, dan sebagainya. Salah satu penyebab keinginan yang tidak dapat ditahan adalah adanya kontrol diri yang lemah.

3) Pengaruh budaya pada pembelian impulsif

Dalam budaya kolektivis, kepentingan diberikan antara individu untuk norma-norma dan tugas dalam kelompok dan manfaat masyarakat, dan orang-orang melihat diri mereka sebagai bagian dari dalam kelompok, seperti komunitas kerja, sedangkan dalam budaya individualis, orang dimotivasi oleh kesejahteraan dan kesuksesan mereka sendiri, dan menganggap diri mereka mandiri. Individu dari budaya kolektivis juga cenderung menyembunyikan emosinya, sedangkan individu dari budaya individualis tidak.

Terdapat penelitian yang menyebutkan bahwa budaya berpengaruh terhadap *impulsive buying* pada budaya kolektif dan individualis. Masyarakat dari budaya kolektif lebih cenderung tidak mengalami *impulsive buying* dibanding masyarakat dari budaya individualis. Kebebasan seseorang tidak mempengaruhi individu dari budaya kolektif untuk melakukan *impulsive buying*, namun kebebasan seseorang mempengaruhi individu dengan budaya individualis.

4) Orientasi belajar pelanggan

Orientasi belanja dalam hal ini membedakan pembeli menjadi dua tipe yaitu tipe hedonic yang hanya membeli untuk kepuasan pribadi dan tidak fokus

kepada apa yang dibutuhkan, dan utilitarian, tipe pembeli yang memfokuskan pembelian hanya kepada barang yang dibutuhkan. Menurut penelitian tipe pembeli hedonic lebih cenderung terjerumus kepada pembelian impulsif, karena tipe pembeli hedonic lebih mempunyai kriteria yang longgar dan ketat dalam membeli.

5) Pembelanjaan pelanggan dan perilaku ekonomi

Dalam faktor ini lebih pada mempertimbangkan beberapa faktor yang ada dalam kehidupan individu, misalnya status sosial ekonomi, gaya hidup, latar belakang keluarga, dan jenis kelamin berpengaruh pada perilaku *impulsive buying*

b. Faktor situasional

1) Suasana hati

Suasana hati berdampak pada keputusan konsumen dalam membeli barang. Pada kondisi suasana negatif seperti stres seseorang akan lebih rentan terkena *impulsive buying*, karena stres menghambat cara pengambilan keputusan. Begitupun dalam kondisi positif. Suasana hati positif juga berdampak besar terhadap *impulsive buying* karena gairah yang berlebih pada suasana hati positif merupakan penyebab utama dalam *impulsive buying*.

2) Faktor temporal

Tekanan waktu merupakan faktor penting dalam situasi di mana ada sedikit waktu yang tersedia bagi konsumen, atau di mana mereka mulai merasa tidak sabar dengan situasi konsumsi. Dalam situasi ini konsumen terlibat dalam

pembelian impulsif dan hanya mencari sesuatu untuk dibeli tanpa pertimbangan dan evaluasi barang tersebut.

3) Faktor atmosfer

Seperti disebutkan sebelumnya, atmosfer sebuah toko memiliki kepentingan yang pasti dalam situasi konsumsi. Dekorasi, bau, warna, suara, dan stimulasi visual adalah bagian dari dimensi yang membangkitkan efek tertentu pada pembeli dan mengarahkan pembelian mereka ke arah negatif atau positif.

4) Pagaruh konsumen bersama

Kehadiran atau ketidakhadiran konsumen lain kemungkinan besar akan memiliki pengaruh positif atau negatif terhadap keputusan untuk melakukan pembelian. kepadatan orang dan lebih jauh lagi keramaian di lingkungan pembelian dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen dengan membuat suasana berbelanja menjadi terlalu tegang. Kerumunan orang dapat memiliki efek negatif pada suasana hati konsumen dan oleh karena itu kata berkerumun hanya digunakan dalam situasi di mana kepadatan di lingkungan pembelian membuat suasana hatinya berubah secara negatif.

5) Ketepatan A R - R A N I R Y

Perilaku *impulsive buying* individu dipengaruhi oleh nilai-nilai normatif dalam masyarakat. Dalam beberapa situasi, individu dengan tingkat *impulsive buying* tinggi akan dapat menahan keinginan yang kuat untuk memilih, berdasarkan layak atau tidaknya kondisi saat ini.

6) Faktor penjualan, promosi, dan bebas pajak

Pembelian harga dan promosi berpengaruh terhadap *impulsive buying*. Individu yang kurang mengerti akan kualitas produk atau barang karena kurangnya pengetahuan, cenderung melihat harga sebagai penentu.

7) Faktor rangsangan barang di toko

Faktor ini menjadi faktor yang mempengaruhi *impulsive buying* konsumen karena konsumen tidak mampu memproses semua barang yang dilihat dan selalu mencoba untuk terus mengamati semua barang. Oleh karena itu, untuk menarik minat konsumen perlu barang-barang yang berbeda sebagai stimulus sehingga terlihat menarik.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat dua faktor *impulsive buying* yaitu faktor personal dan faktor situasi. Faktor personal adalah faktor yang terdapat dalam diri individu sedangkan faktor situasional adalah faktor yang berasal dari luar atau eksternal yang berpengaruh terhadap perilaku *impulsive buying*.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol diri

Ghufron dan Risnawati (2017) mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu kemampuan individu untuk membaca kondisi diri dengan lingkungannya. Selain itu, juga kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain,

menyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain, dan menutupi perasaannya.

Menurut Tangney, dkk (2004) Kontrol Diri adalah kemampuan untuk mengesampingkan atau mengubah respon dalam seseorang, seperti menyela perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri dari bertindak atau melakukan hal tersebut. Kontrol diri atau *self-control* adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku impulsif (Chaplin, 2011).

Messina dan Messina (dalam Gunarsa, 2004) menyatakan bahwa kontrol diri adalah seperangkat tingkah laku yang berfokus pada keberhasilan mengubah diri pribadi, keberhasilan menangkai pengrusakan diri (*self-destructive*), perasaan mampu pada diri sendiri, perasaan mandiri (*autonomy*) atau bebas dari pengaruh orang lain, kebebasan menentukan tujuan, kemampuan untuk memisahkan perasaan dan pikiran rasional, serta seperangkat tingkah laku yang berfokus pada tanggung jawab atas diri pribadi.

Menurut Skinner (dalam Alwisol, 2019) mengatakan kontrol diri merupakan bukan mengontrol kekuatan di dalam "self", tetapi bagaimana *self* mengontrol variabel-variabel luar yang menentukan tingkah laku. Tingkah laku tetap ditentukan oleh variabel luar, dapat dikontrol melalui berbagai cara, yaitu menghindar, penjenahan, stimuli yang tidak disukai dan memperkuat diri.

Menurut Mahoney dan Thoresen (dalam Ghufon & Risnawati, 2017) kontrol diri merupakan jalinan yang secara utuh (*integrative*) yang dilakukan individu terhadap lingkungannya. Individu dengan kontrol tinggi sangat

memerhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Individu cenderung akan mengubah perilakunya sesuai dengan permintaan situasi sosial yang kemudian dapat mengatur kesan yang dibuat perilakunya lebih responsif terhadap petunjuk situasional, bersikap hangat, dan terbuka.

Berdasarkan beberapa definisi para ahli di atas peneliti menggunakan definisi yang dikemukakan oleh Tangney, bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk mengesampingkan atau mengubah respon dalam seseorang, seperti menyela perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri dari bertindak atau melakukan hal tersebut. Alasan peneliti menggunakan teori ini karena menjelaskan pengertian dan aspek yang disampaikan secara kompleks dan sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

2. Aspek- Aspek Kontrol Diri

Menurut Averill (dalam Thalib, 2010) menyatakan secara umum, kontrol diri dibedakan atas tiga kategori utama yaitu:

a. Mengontrol perilaku (*behavior control*)

Mengontrol perilaku merupakan kemampuan untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku dibedakan atas dua komponen, yaitu:

1) Kemampuan mengatur pelaksanaan (*regulated administration*), yaitu menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan, dirinya sendiri atau orang lain atau sesuatu di luar dirinya. Individu dengan kemampuan

mengontrol diri dengan baik akan mampu mengatur perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya.

2) Kemampuan mengatur stimulus (*stimulus modifiability*), merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan, yaitu mencegah atau menjauhi stimulus, menghentikan stimulus sebelum waktunya berakhir, dan membatasi intensitanya.

b. Kontrol kognitif (*Cognitive control*)

Mengontrol kognitif merupakan cara seseorang dalam menafsirkan, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif. Mengontrol kognisi merupakan kemampuan dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan untuk mengurangi tekanan.

1) Kemampuan untuk memperoleh informasi (*information again*). Informasi yang dimiliki individu mengenai suatu keadaan akan membuat individu mampu mengantisipasi keadaan melalui berbagai pertimbangan objektif.

2) Kemampuan melakukan penilaian (*appraisal*). Penilaian yang dilakukan individu merupakan usaha untuk menilai dan menafsirkan suatu keadaan dengan memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.

c. Mengontrol keputusan (*Decesional control*)

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan individu untuk memilih dan menentukan tujuan yang diinginkan. Kemampuan mengontrol keputusan akan berfungsi baik bilamana individu memiliki kesempatan, kebebasan, dan berbagai alternatif dalam melakukan suatu tindakan.

Sedangkan Menurut Tangney, dkk (dalam Rusdi & Subandi, 2020) menyatakan ada lima aspek Kontrol Diri yaitu:

a. Disiplin Diri (*Self-disciplin*)

Self-discipline, yaitu mengacu pada kemampuan individu dalam melakukan disiplin diri. Hal ini berarti individu mampu memfokuskan diri saat melakukan tugas. Individu dengan *self-discipline* mampu menahan dirinya dari hal-hal lain yang dapat mengganggu konsentrasinya.

b. Aksi Sengaja/ Tidak Impulsif (*Deliberate/non-impulsive*)

Deliberate/non-impulsive, yaitu kecenderungan individu untuk melakukan sesuatu dengan pertimbangan tertentu, bersifat hati-hati, dan tidak tergesa-gesa. Ketika individu sedang bekerja, ia cenderung tidak mudah teralihkan. Individu yang tergolong *non-impulsive* mampu bersifat tenang dalam mengambil keputusan dan bertindak.

c. Kebiasaan Sehat (*Healthy habits*)

Healthy habits, yaitu kemampuan mengatur pola perilaku menjadi kebiasaan yang menyehatkan bagi individu. Oleh karena itu, individu dengan *healthy habits* akan menolak sesuatu yang dapat menimbulkan dampak buruk bagi dirinya meskipun hal tersebut menyenangkan. Individu dengan *healthy habits* akan mengutamakan hal-hal yang memberikan dampak positif bagi dirinya meski dampak tersebut tidak diterima secara langsung.

d. Etika Bekerja (*Work ethic*)

Work ethic, yaitu yang berkaitan dengan penilaian individu terhadap regulasi diri mereka dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Individu mampu

menyelesaikan tugasnya dengan baik tanpa dipengaruhi oleh hal-hal di luar tugasnya meskipun hal tersebut bersifat menyenangkan. Individu dengan *work ethic* mampu memberikan perhatiannya pada tugas yang sedang dilakukan.

e. Keandalan (*Reliabilit*)

Reliability, yaitu dimensi yang terkait dengan penilaian individu terhadap kemampuan dirinya dalam pelaksanaan rancangan jangka panjang untuk pencapaian tertentu. Individu ini secara konsisten akan mengatur perilakunya untuk mewujudkan setiap perencanaannya.

Berdasarkan teori aspek-aspek Kontrol Diri di atas maka penelitian memilih teori yang dikemukakan oleh Tangney, dkk.

3. Faktor-faktor yang memengaruhi kontrol diri

Gufon dan Risnawati (2017) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri dari internal yaitu dalam diri individu dan faktor eksternal yaitu lingkungan individu.

a. Faktor internal

Faktor internal yang ikut berperan terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang maka, semakin baik kemampuan mengontrol dirinya.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Persepsi remaja terhadap penerapan disiplin orang tua yang semakin demokratis cenderung diikuti tingginya kemampuan mengontrol dirinya.

C. *Hubungan Kontrol Diri dengan Impulsive Buying*

Menurut Vannia (2013) salah satu yang mempengaruhi *impulsive buying* yaitu Kontrol diri dimana pembelian impulsif adalah hasil dari dorongan yang tak tertahankan untuk membeli barang tertentu. Namun terkadang keinginan itu dapat ditahan dalam beberapa situasi, seperti tidak adanya dana, dan sebagainya. Salah satu penyebab keinginan yang tidak dapat ditahan adalah adanya kontrol diri yang lemah.

Baumester (dalam Afandi & Hartati, 2017) mengatakan Lemahnya kontrol diri seseorang dapat diakibatkan oleh keadaan *ego depleted* yang merupakan sebuah kondisi dimana seseorang mengalami kelelahan dan penipisan kemampuan kontrol diri kembali. Goldfried dan Merbaum (dalam Ghufroon & Rissnawita, 2017) menyatakan kontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu ke arah konsekuensi positif. Kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti yang diinginkan.

Fitri mengatakan (dalam Larasati & Budiani, 2014) bahwa sebagian masyarakat melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhannya lagi, tetapi karena ingin memenuhi hasrat yang timbul dalam dirinya. Aktivitas belanja seperti ini disebut dengan pembelian didasari oleh sikap impulsif, yang artinya mereka berbelanja tanpa ada rencana dan kurang disertai oleh pertimbangan yang matang.

Applebaum adalah orang yang pertama yang menunjukkan bahwa pembelian impulsif berasal dari paparan konsumen terhadap stimulus di toko, baik langsung maupun tidak langsung (dalam Ruswanti, 2016). Banteng & hoch (dalam Ruswanti, 2016) menambahkan bahwa pembelian impulsif dimulai oleh sensasi dan persepsi konsumen yang mendorong oleh rangsangan eksternal yang salah satunya kontrol diri, dan kemudian di ikuti oleh dorongan tiba-tiba untuk membeli.

Hasil penelitian sebelumnya dari Afandi dan Hartati (2017) yang berjudul “Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja akhir. Hasil dan analisis di dalam penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian dapat di terima, yaitu terdapat peran negatif kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada remaja akhir tinggi kemampuan kontrol diri seseorang, maka kecenderungan pembelian impulsif akan semakin rendah dan sebaliknya, bila kemampuan kontrol diri seseorang rendah maka kecenderungan pembelian impulsif akan tinggi.

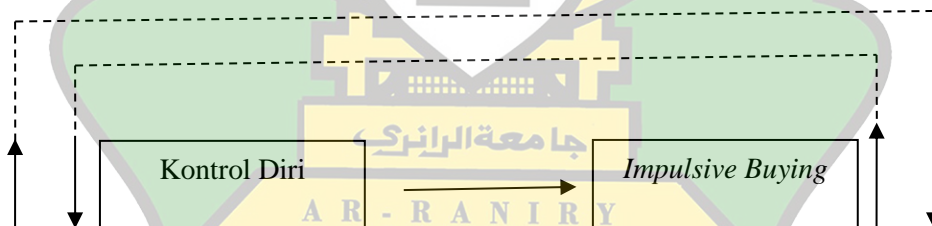
Penelitian selanjutnya dari penelitian Larasati dan Budiani (2014) yang berjudul “Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan Pembelian Secara Online”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan sampel sebanyak 180 mahasiswi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara dua variabel dengan arah hubungan yang negatif, ini berarti semakin tinggi kontrol diri individu maka semakin semakin rendah

pembelian impulsifnya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa ada hubungan antara kontrol diri dengan produk pakaian pembelian impulsif. Maka kerangka konsep dapat digambarkan sebagai berikut:

Berdasarkan uraian di atas peneliti menyimpulkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu faktor dari *Impulsive Buying*. Pembelian yang dilakukan seseorang secara spontan seseorang yang tidak dapat mengontrol diri atau mengendalikan diri sehingga cenderung tidak bisa mempertimbangkan secara matang ketika membeli sesuatu barang hal ini mengakibatkan terjadinya pembelian secara tiba-tiba atau spontan.

Berikut adalah kerangka konseptual yang menunjukkan hubungan negatif antara kontrol diri dengan *impulsive buying*, dimana semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah *impulsive buying* begitu juga sebaliknya.

Kerangka konseptual hubungan Kontrol diri dengan *impulsive buying*



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan dari kerangka konseptual di atas maka, peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan *Impulsive buying* produk *fashion* pada siswa SMA 2 Aceh Barat Daya. Artinya semakin tinggi kontrol diri, maka akan semakin rendah *Impulsive buying* begitu juga sebaliknya semakin rendah kontrol diri, maka akan semakin tinggi *Impulsive buying* produk *fashion* pada siswa.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena analisisnya pada data-data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan diolah dengan metoda analisis statistika (Azwar, 2017). Adapun metode penelitian yang digunakan adalah analisis korelasional. korelasional adalah untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan yang ada diantara variabel-variabel. Dengan kata lain penelitian ini mempelajari sejauh mana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2017). Penelitian ini menggunakan judul hubungan antara Kontrol Diri dengan *Impulsive buying* Produk *Fashion* pada siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan selanjutnya dapat ditarik kesimpulannya (Siyoto & Sodik, 2015). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Karlinger (dalam Siyoto & Sodik, 2015) mengatakan bahwa variabel bebas atau sering disebut dengan variabel independent merupakan

variabel mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat atau dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (X) : Kontrol diri
2. Variabel Terikat (Y) : *Impulsive Buying*

C. Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian

1. *Impulsive Buying*

pembelian impulsif yaitu terkait erat dengan refleks atau respon yang berasal dari rangsangan internal atau eksternal berasal dari lingkungan. Tindakan ataupun reaksi terhadap rangsangan yang diproses secara afektif, kognitif atau dengan kombinasi keduanya. Kombinasi pikiran dan emosi, yang diciptakan dan dirasakan oleh konsumen inilah yang menyebabkan pembelian impulsif.

Impulsive buying dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala yang dikembangkan dari aspek-aspek *Impulsive buying* yang dikemukakan oleh Coley dan Burgess (2003) yaitu: Aspek kognitif yang mana terdapat 3 komponen yaitu *cognitive deliberation, unplanned buying, disregard for the future* dan aspek afektif juga mempunyai 3 komponen yaitu, *irresistible urge to buy, positive buying emotion, mood management*.

2. Kontrol diri

Kontrol Diri adalah kemampuan untuk mengesampingkan atau mengubah respon dalam seseorang, seperti menyela perilaku yang tidak diinginkan dan menahan diri dari bertindak atau melakukan hal tersebut.

Kontrol diri dalam penelitian ini diukur menggunakan skala yang merujuk pada aspek-aspek kontrol diri menurut Tangney, dkk (dalam Rusdi & Subandi, 2020) yaitu: *self-discipline, deliberate/non-impulsive, healthy habits, work ethic, reliability.*

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

populasi penelitian didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Sebagai suatu populasi, kelompok subjek tersebut harus memiliki beberapa ciri atau karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek lainnya (Azwar, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya yang berstatus aktif proses belajar mengajar yaitu berjumlah 532 siswa pada kelas X,XI.

Tabel 3. 1
Jumlah Populasi

Kelas	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah populasi siswa
X	104	153	262
XI	111	159	270
Total			532

2. Sampel

Menurut Azwar (2017) sampel adalah sebagian dari subjek populasi, dengan kata lain sampel adalah bagian dari populasi. Setiap bagian dari populasi merupakan sampel, terlepas dari apakah bagian itu mewakili karakteristik populasi secara lengkap atau tidak. Jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik secara *purposive sampling*, teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Maksudnya sampel yang digunakan atau diambil bukan berdasarkan strata, random (acak), akan tetapi didasarkan pada suatu tujuan.

Alasan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena sampel dalam penelitian ini mempunyai kriteria khusus, dilihat dari jumlah dari siswa yang mengisi di bagian kriteria yang di tentukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Siswa/ Siswi yang aktif di media sosial, memiliki aplikasi seperti instagram/ Facebook/ Shopee/ Whatsapp dan sejenisnya.
2. Siswa/ Siswi Yang berbelanja *online*

Sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan tingkat kesalahan 5% yang terdapat dalam tabel penentuan jumlah sampel dari keseluruhan populasi yang dikembangkan oleh Isaac dan Micheal maka ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 213 siswa, yang di sebarakan skala kepada siswa lebih dari 213 yaitu 220.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah berbentuk alat ukur yang akan dibagikan langsung kepada seluruh responden. Alat ukur yang akan dibagikan kepada responden berbentuk skala.

1. Persiapan Alat Ukur Penelitian

Tahap awal dalam penelitian adalah mempersiapkan alat ukur untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini yaitu menggunakan alat ukur skala psikologi yaitu skala *likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang kemudian disebut dengan variabel penelitian (Sugiyono, 2017).

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain, terdapat 4 (empat) jawaban yaitu sangat setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS), (Sugiyono, 2017).

Tabel 3. 2
Skor Skala favorable dan skor skala unfavorable

Jawaban	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Berikut adalah skala yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Skala *Impulsive Buying*

Impulsive buying diukur dengan menggunakan skala *Impulsive buying* yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Coley dan Burgess (2003), yaitu: aspek afektif juga mempunyai 3 komponen yaitu, *irresistible urge to buy*, *positive buying emotion*, *mood management* dan Aspek kognitif yang mana terdapat 3 komponen yaitu *cognitive deliberation*, *unplanned buying*, *disregard for the future*.

Tabel 3. 3
Blue Print Skala Impulsive Buying

No	Aspek	Sub Aspek	Aitem		Total
			F	UF	
1	Affective, merupakan suatu proses psikologis dalam membeli yang berkaitan dengan emosi, keadaan perasaan, maupun suasana hati seseorang. Proses ini terdiri dari tiga bagian	a. <i>Irresistible urge to buy</i> , merupakan keadaan seseorang dalam membeli sesuatu yang didorong oleh keinginan untuk segera dipenuhi, yang kuat untuk segera dipenuhi dan sangat memaksa sehingga sulit bagi konsumen untuk menolak	1, 13, 25, 35, 44	7, 19, 30, 40, 47	10
		b. <i>Positive buying emotion</i> , merupakan keadaan seseorang yang mengacu pada keadaan suasana hati positif untuk memuaskan diri sendiri yang didorong oleh pembelian impulsif.	2, 14, 26, 36	8, 20, 31, 41	8
		c. <i>Mood management</i> , merupakan kondisi seseorang yang membeli secara impulsif yang didorong oleh keinginan untuk mengubah dan mengelola perasaan atau suasana hati.	3, 15, 27, 37	9, 2, 32, 48	8

2	<i>Cognitive</i> , merupakan proses psikologis seseorang konsumen dalam membeli yang berkaitan dengan pemikiran, pemahaman, dan penginterpretasian	<i>a. Cognitive deliberation</i> , merupakan kondisi seseorang konsumen membeli yang di dorong oleh keinginan untuk membeli secara tiba-tiba untuk bertindak tanpa pertimbangan atau evaluasi konsekuensinya. <i>b. Unplanned buying</i> , merupakan kondisi seseorang pembeli yang mengacu pada kurangnya perencanaan yang jelas. <i>c. Disregard for the future</i> , merupakan kondisi seseorang secara langsung memilih dengan kurang perhatian atau pertimbangan tentang masa depan.	4, 16, 28, 38, 45,46	10, 22, 33, 42, 49, 50	12
			5, 17, 29, 39	11, 23, 34, 43	8
			6, 18	12, 24	4
		Total	25	25	50

Keterangan:
F= *Favourable*
UF= *Unfavourable*

b. Skala Kontrol Diri

Kontrol Diri diukur dengan menggunakan skala Kontrol Diri yang disusun berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Tangney, dkk (dalam Rusdi & Subandi, 2020) yaitu: *self-discipline, deliberate/non-impulsive, healthy habits, work ethic, reliability*.

Tabel 3. 4
Blue Print Skala Kontrol Diri

No	Aspek	Aitem		Total
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	<i>Self-discipline</i>	1,11,21,31,39,48,56,58	6,16,26,35,44,52,59,60	16
2	<i>Deliberate non-impulsive</i>	2,12,22,32,40,49,41,57	7,17,27,36,47,53,61,62	16
3	<i>Healthy habits</i>	3,13,23,33,42,50	8,18,28,37,46,54	12
4	<i>Work ethic</i>	4,14,24,34,43,51	9,19,29,38,47,55	12
5	<i>Reliability</i>	5,15,25	10,20,30	6
Total		31	31	62

F. Validitas, Uji Beda Aitem, dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Uji Validitas

Linn & Gronlund (dalam Retnawati, 2016) menjelaskan validitas mengacu pada kecukupan dan kelayakan interpretasi yang dibuat dari penilaian, berkenaan dengan penggunaan khusus. Aritonang (dalam Endra, 2017) mengatakan validitas adalah suatu instrumen yang berkaitan dengan kemampuan instrumen tersebut untuk mengukur atau mengungkap karakteristik dari variabel yang dimaksud untuk diukur.

Menurut Azwar (2012) relevansi aitem dengan indikator keberlakuan dan dengan tujuan ukur sebenarnya sudah dapat dievaluasi lewat nalar dan akal sehat yang mampu menilai apakah isi skala memang mendukung konstruk teoretik yang diukur. proses ini disebut dengan validitas logik sebagai bagian dari validitas isi dalam validitas isi pengujian akan dilakukan oleh beberapa penilai yang kompeten (*expert judgement*), bukan hanya keputusan akal sehat mengenai relevansi dan

juga keselarasan aitem dengan tujuan ukur skala tidak hanya didasarkan pada penilaian penulis soal sendiri.

Menurut Nunnally dan Fernandes (dalam Retnawati, 2016) validitas isi suatu instrumen adalah sejauh mana butir-butir dalam instrumen itu mewakili komponen-komponen dalam keseluruhan kawasan isi objek yang hendak diukur dan sejauh mana butir-butir itu mencerminkan ciri perilaku yang hendak diukur.

Komputasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah komputasi *CVR (content validity ratio)*. Data yang digunakan untuk menghitung *CVR (content validity ratio)* diperoleh dari hasil penilaian sekelompok ahli yang disebut *subject matter experts (SME)*. *Subject matter experts (SME)* diminta untuk menyatakan apakah isi suatu aitem dikatakan esensial untuk mendukung tujuan apa yang hendak diukur (Azwar, 2012).

Angka *CVR* diinterpretasikan secara relatif dalam rentang -1.00 sampai dengan + 1.00. Semua aitem yang memiliki *CVR* yang negatif atau dengan 0 (nol) harus dieliminasi, sedangkan aitem-aitem yang *CVR* nya positif diartikan memiliki validitas isi dalam kadar tertentu (Azwar, 2017). Adapun statistik *CVR* dirumuskan sebagai berikut:

$$CVR = \frac{2n_e}{n-1}$$

Keterangan:

n_e = Banyaknya SME yang menilai suatu aitem “esensial”

n = Banyaknya SME yang melakukan penilaian

2. Uji Daya Beda Aitem

Dalam penelitian ini melakukan Uji daya beda aitem dengan cara uji coba Daya diskriminasi aitem yaitu sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur. Pengujian daya diskriminasi aitem dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan distribusi skor skala itu sendiri. (Azwar, 2017). Sebelum peneliti melakukan analisis reliabilitas, peneliti terlebih dahulu melakukan analisis daya beda aitem yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing aitem dengan nilai total aitem. Uji beda aitem adalah sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki atribut dengan yang tidak memiliki atribut yang akan diukur (Azwar, 2017). Perhitungan daya beda aitem menggunakan koefisien korelasi *product moment* dari Pearson. Berikut rumus korelasi product moment:

$$r_{ix} = \frac{\sum ix - (\sum i)(\sum x)/n}{\sqrt{[\sum i^2 - (\sum i)^2/n][\sum x^2 - (\sum x)^2/n]}}$$

keterangan :

i = Skor aitem

x= Skor skala

n = Banyaknya responden/ subjek

Kriteria dalam pemilihan aitem yang peneliti gunakan adalah berdasarkan aitem total yaitu batasan $r_{ix} \geq 0,25$. Semua aitem yang mencapai koefisien korelasi atau daya beda aitem minimal 0,25 daya bedanya dianggap memuaskan dan signifikan sedangkan aitem yang memiliki harga r_{ix} kurang dari 0,05 maka dianggap memiliki daya beda aitem yang rendah (Azwar, 2012)

3. Uji Reliabilitas

Azwar (2017) mengatakan pengertian reliabilitas mengacu kepada keterpercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Pengukuran dikatakan tidak cermat bila eror pengukurannya terjadi secara random. Antara skor individu yang satu dengan yang lain terjadi eror yang tidak konsisten dan bervariasi sehingga perbedaan skor yang diperoleh lebih banyak ditentukan oleh eror, bukan oleh perbedaan yang sebenarnya.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* menggunakan program IMB SPSS. Koefisien reliabilitas ($r_{xx'}$) berada dalam rentang angka dari 0 sampai dengan 1,00 sekalipun bila koefisien reliabilitas semakin tinggi mendekati angka 1,00 berarti pengukuran semakin reliabel (Azwar, 2017).

Menurut Duli (2019), kategori reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Koefisien Reliabilitas Cronbach's Alpha

Nilai	Keterangan
<0.200	Sangat Rendah
0.2-0.399	Rendah
0.4-0.599	Sedang
0.6-0.799	Tinggi
0.8.-1.00	Sangat Tinggi

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Menurut fatihudin (2015) tahap-tahap pengolahan data adalah sebagai berikut :

a. *Editing*

Editing yaitu memeriksa data dengan kejelasan dan kelengkapan pengisian instrument pengumpulan data. Penelitian melakukan pemeriksaan identitas respon, interpretasi skor dan jawaban dalam kuesioner penelitian, kemudian penelitian akan mengecek kembali kejelasan penulisan pada kolom interpretasi tertentu yang diperlukan. Diadakan editing terhadap kuesioner yang telah diisi oleh responden dengan maksud untuk mencari kesalahan-kesalahan di dalam kuesioner atau juga kurang adanya keserasian di dalam pengisian. Apabila data tidak sesuai dengan apa yang ditetapkan maka data tersebut tidak dapat digunakan kecuali bukan kriteria dalam penelitian. jika tidak mengisi bagian kriteria atau bukan yang termasuk dalam kriteria penelitian maka tidak diambil, sama sekali tidak mengisi identitas juga tidak diambil, akan tetapi jika tidak mengisi tanggal/hari itu diambil oleh peneliti dan

c. *Coding*

Coding yaitu merupakan proses identifikasi dan kualifikasi dari setiap pernyataan yang terdapat dalam instrument pengumpulan data menurut variabel yang diteliti. Tahap *coding* dilakukan setelah tahap *editing* dilakukan yaitu pemberian kode-kode atau angka-angka tertentu pada kolom. Variabel yang dinyatakan pada kuesioner harus berkaitan dengan keterangan-keterangan tertentu

yang diperlukan. Seperti jawaban *favourable* sangat setuju diberi kode 4 , setuju 3, tidak setuju berkode 2, sangat tidak setuju berkode 1. Begitu juga untuk jawaban dan *unfavourable* yang berkode kebalikan dari *favourable*.

d. Kalkulasi

Kalkulasi yaitu menghitung data yang telah terkumpulkan dengan cara menambah, mengurangi, membagi, mengkali atau lainnya. Memilih cara menghitung data tersebut tentu saja sudah disesuaikan dengan tujuan penelitian dan model analisis yang dipakai dalam penelitian ini. Kalkulasi dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan *Excel*.

Kemudian menambahkan dan masing-masing aspek menggunakan program *excel* untuk mencari hasil total setiap aspek dari kedua variabel yang berasal dari aitem yang tersisa dengan menggunakan rumus SUM pada *excel*. Setelah total di dapatkan kemudian mengkalkulasi data korelasi, normalitas dan linearitas.

e. Tabulasi

Tabulasi data yaitu mencatat atau *entry* data ke dalam tabel induk penelitian. Kuesioner yang telah diisi oleh responden bisa langsung dimasukkan ke dalam program komputer dan dihitung sendiri oleh komputer secara otomatis data yang di dapatkan diperoleh dari program yang telah dikalkulasi di *excel* dan hasil pengolahan datanya akan keluar sesuai dengan yang telah dipilih programnya yang menggunakan program SPSS *statistic*. Hasil pengelolaan data tersebut bisa keluar (output) dalam bentuk persentase, rata-rata, simpangan, baku, tabel, diagram, grafik dan lain sebagainya.

2. Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hasil penelitian. Tujuannya adalah untuk memperoleh kesimpulan dari hasil penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah program *statistical package for social science (SPSS)* versi 16 for windows.

a. Uji Prasyarat

Uji prasyarat yang harus dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1) Uji Normalitas Sebaran

Uji Normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Uji normalitas sebaran merupakan teknik yang digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2017). Untuk menguji normalitas ini peneliti menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov* dari program SPSS. Data yang dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$ begitu pula sebaliknya jika signifikansinya $< 0,05$ maka dikatakan distribusi tidak normal (Hanief & Himawanto, 2017)..

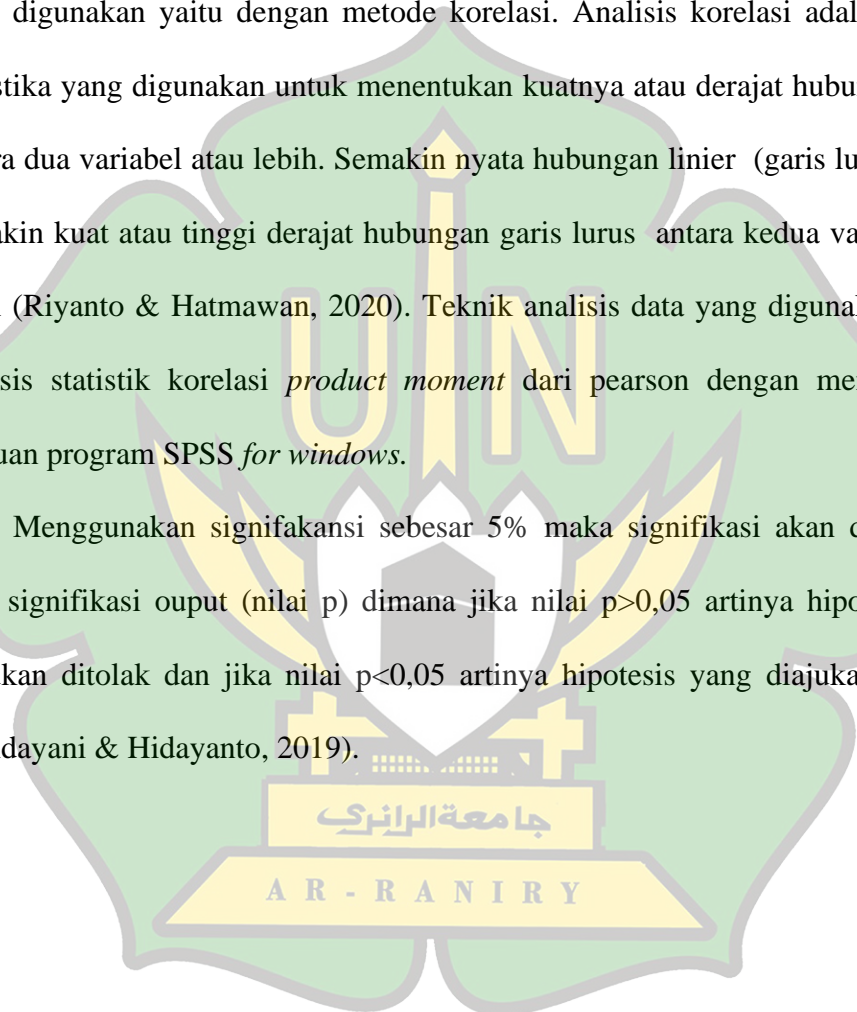
2) Uji Linieritas Hubungan

Setelah dilakukan uji normalitas kemudian dilakukan uji linieritas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel secara signifikan mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Pengujian linieritas dalam penelitian ini menggunakan *deviation from linearity* yang terdapat pada program SPSS. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang dapat ditarik garis lurus bila nilai signifikansi dengan linieritas lebih dari 0,05 (Priyatno, 2011).

3. Uji Hipotesis

Langkah kedua yang dilakukan oleh peneliti setelah uji asumsi dilakukan adalah uji hipotesis. hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan *impulsive buying*, maka teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan metode korelasi. Analisis korelasi adalah metode statistika yang digunakan untuk menentukan kuatnya atau derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Semakin nyata hubungan linier (garis lurus), maka semakin kuat atau tinggi derajat hubungan garis lurus antara kedua variabel atau lebih (Riyanto & Hatmawan, 2020). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik korelasi *product moment* dari pearson dengan menggunakan bantuan program SPSS *for windows*.

Menggunakan signifikansi sebesar 5% maka signifikansi akan dilihat dari nilai signifikansi output (nilai p) dimana jika nilai $p > 0,05$ artinya hipotesis yang diajukan ditolak dan jika nilai $p < 0,05$ artinya hipotesis yang diajukan diterima (Handayani & Hidayanto, 2019).



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Subjek Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya di kecamatan Manggeng terdapat dua kelas yang terhitung yaitu kelas satu dan dua dengan jumlah sampel 213. Peneliti melakukan penelitian ini selama 1 hari pada tanggal 17 Mei 2022. Data demografi sampel yang diperoleh dari penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

a. Subjek berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa jumlah sampel siswa laki-laki sebanyak 53 orang (25%) dan jumlah sampel perempuan sebanyak 160 orang (75%). Dapat dikatakan bahwa sampel yang mendominasi dalam penelitian ini adalah sampel dengan kategori berjenis kelamin perempuan. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 1
Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Jenis Kelamin

Deskripsi Sampel	Jumlah	Presentase
Laki-laki	53	25%
Perempuan	160	75%
Jumlah	213	100%

b. Berdasarkan Usia Subjek

Berdasarkan hasil rentang usia dalam penelitian ini, subjek terdiri dari siswa dengan rentang usia 14-18 tahun. Tabel menunjukkan usia yang mendominasi dalam penelitian ini ialah pada kategori 16 tahun yang berjumlah 90 orang (42%). Selanjutnya usia 17 tahun sebanyak 59 orang (28%), usia 15 tahun sebanyak 50 orang (24%), usia 18 tahun sebanyak 13 orang (6%) dan usia 14 tahun sebanyak 1 orang (0%).

Tabel 4. 2
Data Demografi Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Deskripsi Sampel	Usia	Jumlah (n)	Presentase
Usia	14	1	0%
	15	50	24%
	16	90	42%
	17	59	28%
	18	13	6%
Jumlah		213	100%

c. Subjek berdasarkan kelas

Berdasarkan kategori kelas, subjek yang berdominasi adalah kelas XI sebanyak 108 orang (51%) dan kelas X sebanyak 105 orang (49%).

Tabel 4. 3
Demografi Subjek Penelitian Berdasarkan Kategori Kelas

Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah (n)	Presentase
Kelas	X	105	49%
	XI	108	51%
Jumlah		213	100%

d. Durasi melakukan pembelian *Online*

Berdasarkan data penelitian ditinjau dari berdasarkan seringnya melakukan pembelian *online*, siswa yang melakukan pembelian *online* sebanyak 1 kali dalam sebulan berjumlah 133 siswa (62%), selanjutnya yang melakukan pembelian *online* sebanyak 2 kali dalam sebulan berjumlah 51 siswa (24%) dan yang melakukan pembelian *online* sebanyak lebih dari 2 kali dalam sebulan berjumlah 29 siswa (14%). Oleh karena itu dapat disimpulkan lebih banyak siswa yang melakukan pembelian *online* sebanyak 1 kali dalam sebulan

Tabel 4. 4

Data Demografi Subjek Penelitian Berdasarkan Durasi Melakukan Pembelian Online

Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah	Presentase
Durasi melakukan pembelian <i>Impulsive Buying</i>	1 kali dalam sebulan	133	62%
	2 kali dalam sebulan	51	24%
	Lebih dari 2 kali dalam sebulan	29	14%
Jumlah		213	100%

B. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

1. Administrasi penelitian

Sebelum penelitian ini dilaksanakan terlebih dahulu peneliti melakukan observasi di lokasi penelitian. Pada tanggal 15 februari 2021 peneliti melakukan survei awal untuk menemukan fenomena atau studi kasus. Pada tanggal 18 oktober 2021 pengambilan jumlah siswa dan data-data siswa di bagian tata usaha

SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya yang bertujuan untuk mengetahui secara intensif tentang latar belakang, keadaan sekarang atau fenomena yang terjadi di lokasi. Semua jumlah-jumlah dan data-data yang di dapatkan oleh peneliti melalui wawancara dengan wakil kepala sekolah atau beberapa guru tentang siswa yang masih aktif di SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya. Pada tanggal 1 Desember 2021 peneliti mengajukan surat penelitian secara *online* di SIAKAD Mahasiswa UIN Ar-Raniry kemudian pengajuan surat penelitian kepada SMA 2 Banda Aceh pada tanggal 15 Desember 2021 untuk meminta izin melakukan uji coba penelitian kepada sekretaris kepala sekolah. Uji coba dilakukan setelah 1 hari pembagian raport, pengajuan surat penelitian yang kemudian di arahkan kepada guru bagian pengajaran. Pada tanggal 29 Maret 2022 dan tanggal 11 April 2022 peneliti mengajukan surat penelitian kepada Dinas Pendidikan dan pada SMA 2 Aceh Barat Daya.

a. Pelaksanaan Uji Coba

Pada tahap ini peneliti mempersiapkan alat ukur yang sudah dirancang oleh peneliti, kemudian alat ukur yang sudah direncanakan di uji cobakan kepada siswa yang berjumlah 62 siswa agar tidak terjadi kesalahan ketika penelitian. Uji coba penelitian ini berlangsung di SMA 2 Banda Aceh dengan subjek 62 siswa yang suka rela mengikuti uji coba penelitian, uji coba dilakukan pada tanggal 4 januari 2022. Data uji coba yang sudah terkumpul tidak akan digunakan lagi untuk hasil penelitian.

Pelaksanaan uji coba penelitian di lakukan pada saat siswa tidak ada mengikuti mata pelajaran, saat melakukan uji coba terdapat 4 kelas yang tidak masuk guru pengajar di mana setiap kelas berisi 15 siswa yang di bantu oleh guru bimbingan konseling dalam memberi arahan dan pembagian skala dengan aitem yang berjumlah 112 aitem yang terdiri dari 50 aitem *impulsive buying* dan 62 aitem kontrol diri. pengisian skala oleh siswa 15-20 menit, setelah diisi siswa mengembalikan semua skala yang telah di bagikan, semua kempali kepada peneliti tanpa ada yang hilang. Setelah semua skala terkumpul peneliti akan melakukan analisis data dan melaukan skoring dengan bantuan *statistical package for social science (SPSS) versi 16 for windows*. Selanjutnya setelah menghilangkan aitem yang gugur yaitu dengan nilai dibawah 0,25 peneliti melakukan penelitian dengan menyebarkan angket dengan tidak memasukkan lagi aitem yang telah gugur saat uji coba

b. Pelaksanaan penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan setelah uji coba, di mana menggunakan metode skala yang di sebarakan ke 220 siswa, dari 220 skala yang di sebarakan terkumpul sesuai dengan yang telah di bagikan. Data yang diambil oleh peneliti hanya 213 yang tidak terpilih berjumlah 7 subjek karena setelah melakukan pemeriksaan ada data siswa yang tidak lengkap mengisi pertanyaan di identitas atau ada yang tidak masuk dalam kreteria sampling. Pertanyaan yang tidak di isi di identitas yaitu sebanyak 3 subjek dan tidak pernah berbelanja *online* sebanyak 4 subjek. Dalam membagikan skala peneliti menggunakan media tulis/ manual yang berlokasi di SMA 2 Aceh Barat Daya pada tanggal

17 Mei 2022. Skala di sebarakan sebelum ujian semester genap siswa kelas X dan XI sedangkan kelas XII sudah mengikuti ujian sehingga data kelas XII tidak diambil sebagai subjek dalam penelitian ini karena sudah lulus. Peneliti melakukan penelitian ini masuk setiap kelas dari kelas satu sampai kelas dua dimana setiap kelas berjumlah maksimal 35 siswa akan tetapi tidak semua jumlah siswa atau subjek akan diambil tetapi subjek nya yang pernah berbelanja *online* saja. Skala disebarakan oleh penelitian sebanyak 84 aitem, 35 *impulsive buying* dan 49 aitem skala kontrol diri pembagian skala di bantu oleh ketua kelas dan diawasi oleh guru pengajaran. Setelah semua diisi oleh siswa, siswa menyerahkan kembali skala kepada ketua kelas yang ada di kelas masing-masing kemudian semua skala di serahkan kembali ke peneliti semua terkumpul sesuai dengan yang dibagikan oleh peneliti kepada ketua kelas. Data dalam penelitian ini hanya diambil sebanyak 213 siswa SMA 2 Aceh Barat Daya.

2. Persiapan Penelitian

a. Hasil validasi alat ukur

Hasil komputasi *content validity ratio* alat ukur *impulsive buying* dan kontrol diri yang peneliti gunakan diestimasi dan dikuantifikasi lewat pengujian terhadap isi skala melalui *expert judgement* untuk memeriksa apakah masing-masing aitem dapat menggambarkan ciri perilaku yang dapat diukur. Oleh karena itu, untuk mencapai validitas tersebut maka skala yang telah disusun dinilai oleh tiga orang *expert judgement*. Hasil *CVR* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 5
Koefisien CVR Skala Impulsive Buying

No	Koefisien CVR	No	Koefisien CVR	No	Koefisien CVR
1	1	19	1	37	1
2	1	20	1	38	1
3	1	21	1	39	1
4	1	22	1	40	1
5	1	23	1	41	1
6	1	24	1	42	1
7	1	25	1	43	1
8	1	26	1	44	1
9	1	27	1	45	1
10	1	28	1	46	1
11	1	29	1	47	1
12	1	30	1	48	1
13	1	31	1	49	1
14	1	32	1	50	1
15	1	33	1		
16	1	34	1		
17	1	35	1		
18	1	36	1		

Tabel 4. 6
Koefisien CVR Skala Kontrol diri

No	Koefisien CVR	No	Koefisien CVR	No	Koefisien CVR
1	1	23	1	41	1
2	1	24	1	42	1
3	1	25	1	43	1
4	1	26	1	44	1
5	1	27	1	45	1
6	1	28	1	46	1
7	1	29	1	47	1
8	1	30	1	48	1
9	1	31	1	49	1
10	1	32	1	50	1
11	1	33	0,3	51	1
12	1	34	1	52	1
13	1	35	1	53	1
14	1	36	1	54	1
15	1	37	0,3	55	1
16	1	38	1	56	1
17	1	39	1	57	1
18	1	40	1	58	1
19	1	37	1	59	1

20	1	38	1	60	1
21	1	39	1	61	1
22	1	40	1	62	1

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penilaian *SME* pada alat ukur *impulsive buying* memperlihatkan bahwa seluruh aitem skala *impulsive buying* menunjukkan nilai diatas nol (0) yang berarti seluruh aitem dinyatakan valid. Sedangkan pada skala kontrol diri hasil yang diperoleh dari penilaian *SME* menunjukkan nilai diatas nol (0) sehingga semua aitem adalah esensial dan dinyatakan valid.

b. Hasil analisa daya beda Aitem alat ukur

Hasil analisis daya beda aitem masing-masing skala *impulsive buying* dan kontrol diri dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7
Koefisiensi Daya Beda Aitem Skala Impulsive Buying

No	Rix	No	Rix	No	rix
1	0,135	19	0,339	37	0,195
2	-0,046	20	-0,101	38	0,591
3	0,398	21	0,054	39	0,580
4	0,416	22	0,515	40	0,145
5	0,241	23	0,263	41	-0,057
6	0,573	24	0,346	42	0,348
7	0,222	25	0,447	43	0,083
8	-0,156	26	0,437	44	0,518
9	0,075	27	0,652	45	0,352
10	0,464	28	0,729	46	0,702
11	0,245	29	0,663	47	0,450
12	0,648	30	0,316	48	0,406
13	0,246	31	-0,040	49	0,390
14	0,515	32	0,536	50	0,554
15	0,517	33	0,544		
16	0,424	34	0,361		
17	0,531	35	0,476		
18	0,397	36	0,308		

Berdasarkan tabel 4.7 dari 50 aitem diperoleh 35 aitem yang terpilih dan 15 aitem yang tidak terpilih (1,2,5,7,8,9,11,13,20,21,31,37,40,41,43). Selanjutnya 35 aitem terpilih kemudian dilakukan uji reliabilitas dan dilanjutkan untuk data penelitian. Berdasarkan hasil analisis daya beda aitem, maka peneliti memaparkan blue print terakhir dari skala *impulsive buying* pada tabel 4.8.

Tabel 4.8
Blue Print Akhir Skala Impulsive Buying

No	Aspek	Sub Aspek	Aitem		Total
			Favourable	Unfavourable	
1	Affective, merupakan suatu proses psikologis dalam membeli yang berkaitan dengan emosi, keadaan perasaan, maupun suasana hati seseorang. Proses ini terdiri dari tiga bagian	a. <i>Irresistible urge to buy</i>	15, 24, 29	11, 20, 32	6
		b. <i>Positive buying emotion</i>	6, 16, 25	-	3
		c. <i>Mood management</i>	1, 7, 17	21, 33	5
2	Cognitive, merupakan proses psikologis seseorang konsumen dalam membeli yang berkaitan dengan pemikiran,	a. <i>Cognitive deliberation</i>	2, 8, 18, 26, 30, 31	4, 12, 22, 28, 34, 35	12
		b. <i>Unplanned buying</i>	9, 19, 27	13, 23	5
		c. <i>Disregard for the future</i>	3, 10	5, 14	4

pemahaman,
dan
penginterpretasian

Total	19	16	35
--------------	-----------	-----------	-----------

Tabel 4.9
Koefisiensi Daya Beda Aitem Skala Kontrol Diri

No	Rix	No	Rix	No	rix
1	0,212	23	0,398	45	-0,072
2	0,246	24	0,331	46	0,442
3	0,176	25	0,343	47	0,695
4	0,511	26	-0,186	48	0,414
5	0,382	27	0,398	49	0,437
6	0,251	28	0,629	50	0,503
7	0,418	29	0,614	51	0,438
8	0,296	30	0,412	52	0,568
9	0,559	31	0,576	53	0,258
10	0,433	32	0,486	54	0,636
11	0,515	33	0,454	55	0,763
12	0,422	34	0,576	56	0,177
13	0,216	35	0,565	57	0,551
14	0,496	36	0,583	58	0,328
15	0,555	37	0,119	59	0,518
16	0,260	38	0,305	60	-0,042
17	0,628	39	0,470	61	-0,176
18	0,391	40	0,388	62	-0,136
19	0,252	41	0,186		
20	0,392	42	0,527		
21	0,544	43	0,476		
22	0,565	44	-0,112		

Berdasarkan tabel 4.8 dari 62 aitem diperoleh 49 aitem yang terpilih dan 13 aitem yang tidak terpilih (1,2,3,13,26,37,41,44,45,56,60,61,62). Selanjutnya 49 aitem terpilih kemudian dilakukan uji reliabilitas dan dilanjutkan untuk data penelitian. Berdasarkan hasil analisis daya beda aitem, maka peneliti memaparkan blue print terakhir dari skala kontrol diri pada tabel 4,10.

Tabel 4. 10
Blue Print Akhir Skala Kontrol Diri

No	Aspek	Aitem		Total
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	<i>Self-discipline</i>	8, 17, 26, 33, 48	3, 12, 30, 39, 43, 49	11
2	<i>Deliberate non-impulsive</i>	9, 18, 27, 34, 40, 47	4, 13, 22, 31, 44	11
3	<i>Healthy habits</i>	19, 28, 35, 41	5, 14, 23, 37, 45	9
4	<i>Work ethic</i>	1, 10, 20, 29, 36, 42	6, 15, 24, 32, 38, 46	12
5	<i>Reliability</i>	2, 11, 21	7, 16, 25	6
Total		24	25	49

a. Hasil Analisis Reliabilitas alat ukur

Hasil uji reliabilitas pada skala *impulsive buying* diperoleh nilai $\alpha = 0.864$ artinya skala ini dapat dikatakan reliabel dengan koefisien yang tinggi. Selanjutnya peneliti melakukan analisis tahap kedua dengan membuang 15 aitem yang tidak terpilih (daya beda rendah) dan hasil yang diperoleh adalah $\alpha = 0.910$ maka alat ukur *impulsive buying* dalam penelitian ini reliabel dengan koefisien sangat tinggi. Pada skala kontrol diri diperoleh nilai $\alpha = 0.902$ artinya alat skala ini dapat dikatakan reliabel dengan koefisien yang sangat tinggi. Selanjutnya peneliti melakukan analisis tahap kedua dengan membuang 13 aitem yang tidak terpilih (daya beda rendah) dan hasil yang diperoleh adalah $\alpha = 0.929$ maka alat ukur kontrol diri pada penelitian ini reliabel dengan koefisien yang sangat tinggi.

C. Analisis Data Penelitian

1. Data Kategorisasi

Pembagian kategori sampel yang digunakan peneliti merupakan kategori berdasarkan model distribusi normal dengan kategori jenjang (ordinal). Kategori jenjang ordinal merupakan kategorisasi yang menepatkan individu kedalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum suatu atribut yang di ukur.

a. Skala *Impulsive Buying*

Peneliti menguraikan analisis secara deskriptif terhadap skala *impulsive buying* berupa analisis hipotetik untuk melihat kemungkinan yang terjadi dilapangan, serta analisis empirik untuk melihat keadaan yang sebenarnya terjadi dilapangan. Deskripsi data hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Deskripsi Data Penelitian Skala *Impulsive Buying*

Variabel Penelitian	Data Hipotetik				Data Emprik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
<i>Impulsive Buying</i>	140	35	87,5	17,5	111	45	75,7	10,5

Keterangan Rumus Skor hipotetik:

- 1) Skor maksimal (Xmaks) adalah hasil perkalian jumlah skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.
- 2) Skor minimal (Xmin) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah adalah pembobotan pilihan jawaban.
- 3) Mean (M) dengan rumus $\mu = (\text{skor maks} + \text{skor min}) / 2$
- 4) Standar deviasi (SD) dengan Rumus $s = (\text{skor maks} - \text{skor min}) / 6$

Keterangan:

M= Mean Empirik pada skala

SD= Standar deviasi

X= Rentang butir

Berdasarkan hasil uji statistik data penelitian pada tabel di atas, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa skor total minimum adalah 35, maksimum 140, nilai mean 87,5 dan standar deviasi 17,5. Sedangkan data empirik menunjukkan bahwa skor total minimum adalah 45, maksimum 111, mean 75,7, dan standar deviasi 10,5. Deskripsi data penelitian tersebut dijadikan sebagai batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan menggunakan metode kategorisasi jenjang (ordinal).

Berikut rumus pengkategorisasian pada skala *impulsive buying*

$$\begin{aligned} \text{Rendah} &= X < (M - 1,0 \text{ SD}) \\ \text{Sedang} &= (M - 1,0 \text{ SD}) \leq X < (M + 1,0 \text{ SD}) \\ \text{Tinggi} &= (M + 1,0 \text{ SD}) \leq X \end{aligned}$$

Keterangan :

M = Mean empirik data
SD = Standar deviasi
X = Rentang butir pernyataan

Tabel 4. 12
Kategorisasi Skala Impulsive Buying

Kategori	Interval	Frekuensi (n)	Precentage (%)
Rendah	$X < 65,2$	34	16%
Sedang	$65,2 \leq X < 86,2$	150	70%
Tinggi	$86,2 \leq X$	29	14%
Jumlah		213	100

Berdasarkan kategorisasi variabel *impulsive buying* secara keseluruhan di atas menunjukkan bahwa *impulsive buying* memiliki kategorisasi sedang yaitu sebanyak 150 subjek (70%), sedangkan sisanya berada pada kategori rendah sebanyak 34 subjek (16%), dan kategori tinggi berjumlah 29 subjek (14%).

b. Kontrol diri

Peneliti menguraikan analisis secara deskriptif terhadap skala Kontrol diri berupa analisis hipotetik untuk melihat kemungkinan yang terjadi dilapangan, serta analisis empirik untuk melihat keadaan yang sebenarnya terjadi dilapangan.

Deskripsi data hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13
Deskripsi Data Penelitian Skala Kontrol Diri

Variabel Penelitian	Data Hipotetik				Data Emprik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Kontrol diri	196	49	122	24,8	183	106	140,3	15,6

Keterangan Rumus Skor hipotetik:

- 1) Skor maksimal (Xmaks) adalah hasil perkalian jumlah skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.
- 2) Skor minimal (Xmin) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah adalah pembobotan pilihan jawaban.
- 3) Mean (M) dengan rumus $\mu = (\text{skor maks} + \text{skor min}) / 2$
- 4) Standar deviasi (SD) dengan Rumus $s = (\text{skor maks} - \text{skor min}) / 6$

Keterangan:

M= Mean Empirik pada skala

SD= Standar deviasi

X= Rentang butir

Berdasarkan hasil uji statistik data penelitian pada tabel di atas, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa skor total minimum adalah 49, maksimum 196, nilai mean 122 dan standar deviasi 24,8. Sedangkan data empirik menunjukkan bahwa skor total minimum adalah 106, maksimum 183, mean 140, 3 dan standar deviasi 15,6. Deskripsi data penelitian tersebut dijadikan sebagai batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga

kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan menggunakan metode kategorisasi jenjang (ordinal).

Berikut rumus pengkategorisasian pada skala Kontrol diri

$$\begin{aligned} \text{Rendah} &= X < (M - 1,0 \text{ SD}) \\ \text{Sedang} &= (M - 1,0 \text{ SD}) \leq X < (M + 1,0 \text{ SD}) \\ \text{Tinggi} &= (M + 1,0 \text{ SD}) \leq X \end{aligned}$$

Keterangan :

M = Mean empirik data
SD = Standar deviasi
X = Rentang butir pernyataan

Tabel 4. 14
Kategorisasi Skala Kontrol diri

Kategori	Interval	Frekuensi (n)	Precentage (%)
Rendah	$X < 124,7$	29	14%
Sedang	$124,7 \leq X < 155,9$	152	71%
Tinggi	$155,9 \geq X$	32	15%
Jumlah		213	100

Berdasarkan kategorisasi variabel kontrol diri secara keseluruhan di atas menunjukkan bahwa Kontrol diri memiliki kategorisasi sedang yaitu sebanyak 152 subjek (71%), sedangkan sisanya berada pada kategori rendah berjumlah 29 subjek (14%), dan kategori tinggi sebanyak 32 subjek (15%).

2. Analisis Uji Prasyarat

Langkah pertama yang dilakukan untuk menganalisa data penelitian yaitu dengan cara menguji prasyarat yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas dan uji lineritas.

a. Uji Normalitas sebaran

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini normalitas menggunakan program (*SPSS*) versi 16 for windows.

Tabel 4. 15
Hasil Uji Normalitas Sebaran

Variabel Penelitian	Koefisien K-SZ	ρ
<i>Impulsive buying</i>	0,785	0,569
Kontrol diri	1,043	0,227

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas diatas, diperoleh nilai *kolmogorov smirnov* (koefien *K-S-Z*) sebesar untuk variabel *Impulsive buying* 0,785 dan nilai signifikasi (ρ) sebesar 0,569 lebih besar dari nilai signifikasi (ρ) tabel 0,05 ($p>0,05$). Data ini menjelaskan bahwa variabel *impulsive buying* berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan nilai (koefiensi *K-S-Z*) pada variabel kontrol diri sebesar 1,043 dan nilai signifikasi (ρ) sebesar 0,227. Artinya penelitian ini generilisasi yaitu dimana skala penelitian ini bisa di bagikan kepada semua populasi penelitian.

b. Uji linieritas Hubungan

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel x dan y yaitu *impulsive buying* dengan kepercayaan diri memiliki hubungan yang linier atau tidak. kaidah yang digunakan untuk mengetahui linieritas kedua hubungan yaitu variabel bebas dan variabel terikat adalah jikan $p>0,05$ maka hubungan linier, sebaliknya jika $p<0,05$ maka hubungannya tidak linier (Widhiarso, 2010).

Tabel 4. 16
Hasil Uji linieritas Hubungan

Variabel Penelitian	Devition from linierity	ρ
<i>Impulsive buying</i> Kontrol diri	1,016	0,458

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji linieritas hubungan yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program *statistical paekage for social science (spss) versi 16 for windows*, diperoleh linieritas dengan $F=1,016$ dengan $p=0,458$ ($p>0,05$). Hal ini berarti kedua skala memiliki sifat linier dan tidak menyimpang digaris lurus sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara *impulsive buying* dengan kontrol diri.

c. Uji Hipotesis

Setelah uji prayarat terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah uji hipotesis yang dilakukan dengan analisis korelasi *product moment* dari *pearson*. Hal ini dikarenakan kedua variabel penelitian berdistribusi normal dan linier. Metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara *impulsive buying* dengan kontrol diri pada siswa SMA 2 Aceh Barat Daya Kabupaten Aceh Barat Daya.

Hasil analisis hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 17
Hasil Uji Hipotesis Data Penelitian

Variabel Penelitian	r	ρ
<i>Impulsive buying</i> Kontrol diri	-0,482	0,000

Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa koefisiensi korelasi (r) = -0,482 dengan signifikansi 0,000. Hal ini menandakan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara Kontrol diri dengan *Impulsive Buying*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah *impulsive buying*, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi *impulsive buying*. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi = 0,000 lebih kecil dari signifikansi tabel ($p < 0,05$) yang artinya hipotesis penelitian diterima, sedangkan sumbangan relatif hasil penelitian kedua variabel dapat dilihat pada tabel berikut.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *impulsive buying* dengan kontrol diri pada siswa SMA 2 Aceh barat daya. Berdasarkan analisis hipotesis data maka diperoleh hasil koefisien korelasi (r) sebesar -0,482, dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,000, artinya ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* pada siswa SMA 2 Aceh Barat Daya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah *impulsive buying* pada siswa SMA 2 Aceh Barat Daya. Sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pula *impulsive buying* pada siswa SMA 2 Aceh Barat Daya.

Berdasarkan analisis deskriptif secara empirik dari skala *impulsive buying* diketahui siswa memiliki *impulsive buying* mempunyai kategori rendah sebanyak 34 subjek (16%) dan kategori tinggi sebanyak 29 subjek (14%). Berdasarkan analisis deskriptif secara empirik dari skala kontrol diri diketahui bahwa siswa

yang memiliki kategori rendah sebanyak 29 subjek (14%) dan kategori tinggi sebanyak 32 subjek (15%). Dapat diartikan semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah *impulsive buying* pada siswa SMA 2 Aceh Barat Daya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Larasati & budiani (2014) dengan judul hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pakaian pada mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang melakukan pembelian secara online. Hasil dan analisis di dalam penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis penelitian. Hasil analisis korelasi *karl pearson* $r = -0,496$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara dua variabel dengan arah hubungan yang negatif, ini berarti semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah pembelian impulsifnya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa ada hubungan antara kontrol diri dengan produk pakaian pembeli impulsif di Universitas Negeri Surabaya Psikologi pada mahasiswa yang melakukan pembelian secara *online*.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Arisandy (2017) dengan judul Kontrol Diri ditinjau dari *Impulsive buying* pada Belanja Online. Berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah nilai $F = 0.0497$ dengan nilai signifikansi (p) = $0,001$ atau dengan $p < 0,01$. Ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara kontrol diri dan *impulsive buying*. Besarnya nilai sumbangan kontrol diri (variabel bebas) terhadap *impulsive buying* (variabel terikat) adalah 18.12% yang berarti bahwa masih terdapat 81.88% dari faktor lainnya yang mempengaruhi *impulsive buying* tetapi variabel tidak diteliti oleh peneliti.

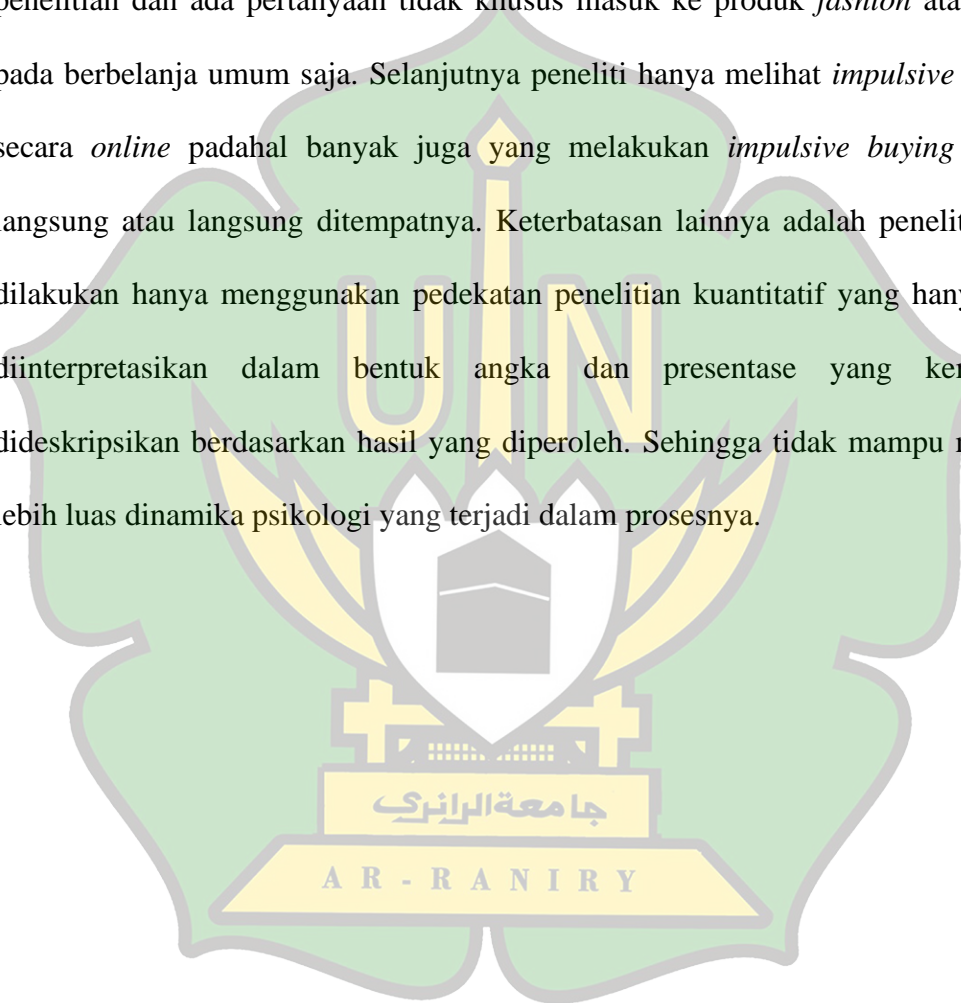
Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Handayani (2019) yang berjudul Kontrol diri dan pembelian impulsif pakaian pada remaja penggemar K-POP penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa hipotesis diterima dengan nilai korelasi sebesar $r = -0.724$ ($p < .05$) yang berarti terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dan pembelian impulsif pakaian pada remaja penggemar K-POP dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kontrol diri remaja penggemar K-POP maka semakin rendah pembelian impulsif.

Sejalan dengan Fitria dan Handayani (2019) menyatakan remaja yang memiliki *impulsive buying* rendah, mempunyai kontrol diri yang tinggi, sehingga remaja memiliki tingkat kontrol diri yang baik di dalam berbelanja. Ditambahkan oleh Utami dan Sumaryanto (dalam Arsandy, 2017) *impulsive buying* dapat ditekan dengan kontrol diri yang kuat.

Berdasarkan penelitian di atas menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut *impulsive buying* dengan kontrol diri merupakan dua hal yang saling berhubungan, sehingga kontrol diri mempunyai kontribusi besar dalam mempengaruhi *impulsive buying* pada siswa, karena kontrol diri yang tinggi dapat menurunkan *impulsive buying* pada siswa yang menyebabkan siswa dalam membeli suatu barang.

Penelitian ini memiliki beberapa kendala, yaitu ada beberapa siswa tidak mengisi di bagian tanggal/hari, kendala selanjutnya yaitu waktu mengambil data lama karena saat melakukan try out siswa libur semester ganjil di tambah jangka

waktu libur bulan ramdhan sehingga tidak sesuai saat melakukan penelitian mengakibatkan siswa kelas XII tidak di gunakan lagi karena sudah lulus.. Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya ada beberapa aitem pertanyaan yang tidak di tanyakan secara jelas sesuai dengan kreteria yang diambil dalam penelitian dan ada pertanyaan tidak khusus masuk ke produk *fashion* atau lebih pada berbelanja umum saja. Selanjutnya peneliti hanya melihat *impulsive buying* secara *online* padahal banyak juga yang melakukan *impulsive buying* secara langsung atau langsung ditempatnya. Keterbatasan lainnya adalah penelitian ini dilakukan hanya menggunakan pedekatan penelitian kuantitatif yang hanya bisa diinterpretasikan dalam bentuk angka dan presentase yang kemudian dideskripsikan berdasarkan hasil yang diperoleh. Sehingga tidak mampu melihat lebih luas dinamika psikologi yang terjadi dalam prosesnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini memiliki koefisien korelasi sebesar -0,482 dengan $\rho = 0,000$, yang menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dan *impulsive buying* pada siswa SMA 2 Aceh Barat Daya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah *impulsive buying* pada SMA 2 Aceh Barat Daya, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pula kontrol diri pada SMA 2 Aceh Barat Daya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti dapat menyarankan beberapa sebagai berikut:

1. Bagi Siswa

Bagi siswa peneliti menyarankan siswa lebih mempertimbangkan terlebih dahulu ketika membeli suatu barang dengan secara tidak tergesa-gesa, bersifat hati-hati dan mampu menahan diri untuk tidak membeli secara tiba-tiba.

2. Bagi guru

Diharapkan kepada guru pengajar atau guru wali kelas untuk meningkatkan kontrol diri siswa lebih baik dengan cara membimbing siswa

dalam hal ke disiplin, membimbing dalam mengambil keputusan dengan baik dan benar.

3. Bagi Sekolah

Penelitian ini dapat memberi informasi bagi pihak sekolah mengenai hubungan *impulsive buying* dengan kontrol diri produk *fashion* pada siswa, sehingga pihak sekolah dapat memberi solusi untuk menurunkan *impulsive buying* siswa yang sering berbelanja dengan cara meningkatkan kontrol diri pada siswa dengan cara membuat seminar atau memberikan edukasi tentang hubungan *impulsive buying* dan kontrol diri.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya, agar dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi, khususnya yang berkaitan dengan masalah *impulsive buying* dengan kontrol diri dan juga diharapkan dapat meneliti faktor-faktor lain selain kontrol diri agar dapat pengetahuan dunia penelitian. diharapkan juga untuk peneliti selanjutnya melakukan penelitian tidak di hari libur dan jangan siswa sudah mengikuti ujian semester genap tepatnya penelitian dilakukan di awal semester supaya mudah mengambil data secara lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2017). Pembelian Impulsive pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol diri. *Gajah Mada Journal of Psychology*, hlm 123-130.
- Alwisol. (2019). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Anin, A., Rasimin, & Atamimi, N. (2008). Hubungan Self Monitoring dengan Impulsive Buying terhadap Produk Fashion pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, Vol.32, No.2, 181 – 193.
- Arifianti, R., & Gunawan, W. (2020). Perilaku Impulsive Buying dan Interaksi Sosial dalam Pembelian di Masa Pandemi . *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, Vol.12 No.1, 44-60.
- Arisandy, D. (2017). Kontrol Diri ditinjau dari Impulsive Buying. *Jurnal Ilmiah PSYCHE*, Vol.11, No. 1, 63-74.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baumeister, R. F. (2002). Reflections and Reviews. Yielding to Temptation: Self Control Failure, Impulsive Purchasing, and Customer Behavior. *Journal of Consumer Research*, Vol.28, 670-676.
- Beatty, S. E., & Ferrell, E. M. (1998). Impulsive Buying: Modeling. Its Precursors. *Journal of Retailing*, Vol. 74 No.2 hlm. 169-191.
- Chang, H. J., Eckman, M., & Yan, R. N. (2011). Application of The StimulusOrganism-Response Model to The Retail Environment: The Role of Hedonic Motivation in Impulse Buying Behavior. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol.21, No.3, 233-249.
- Chaplin, J. (2011). *Kamus Psikologi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Coley, A., & Burgess, B. (2003). Gender differences in Cognitive and Affective Impulsive Buying. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 7(3), 282-295.

- Diba, D. S. (2013). Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsive pada Remaja berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin di Samarinda. *Jurnal Psikoborneo, Vol 1, No 3 3*, 185-191.
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Berdasarkan Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Endra, F. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akutansi*. Sidoarjo: Zifatma.
- Febriana, D. M. (2017). Hubungan Persepsi Pola Asuh Permisif dengan Online Impulsive Buying pada Mahasiswa. (Skripsi), Universitas of Muhammadiyah.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. (2017). *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Gunarsa, S. D. (2004). *Dari Anak Sampai Usia Lanjut: Bunga Rampai Psikologi Perkembangan*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Handayani, W. P., & Hidayanto, N. A. (2019). *Konsep CB-SSem dan SEM-PLS Disertai dengan Contoh Kasus*. Depok: PT. Rajagrafikaindo Persada.
- Hanief, N. Y., & Himawanto, W. (2017). *Statistik Pendidikan*. Yogyakarta : deepublish.
- Hausman, A. (2000). Multi-Method Investigation of Consumer Motivation in Impulsive Buying Behavior. *Journal Of Consumer Marketing*, hlm403-419.
- Henrietta. (2013). Impulsive Buying pada Dewasa Awal di Yogyakarta. *jurnal psikologi*, 1-6.
- Kely, E. (2015). Gaya Hidup Hedonis dan Impulsive Buying pada Kalangan Remaja Putri. *Jurnal Sketsa Bisnis, Vol. 1, No. 2*, 1-16.
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). Hubungan antar Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Character, Vol.3, No.3*, 1-7.

- Lestari, M. (2018, Februari Selasa). *Pembeli Online dari anak SMA Meningkatkan 5 kali Lipat*. Dipetik Desember Kamis, 2021, dari detikinet: <https://inet.detik.com/business/d-3853086/pembeli-online-dari-anak-sma-meningkat-5-kali-lipat>
- Muruganantham, G., & Bhakat, R. S. (2013). A Review of Impulse Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 5, No. 3, 149-160.
- Nio, S. R., & Aprilia, L. (2019). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Kecenderungan Impulsive Buying pada Mahasiswi. *Riset Psikologi*, 1-11.
- Papalia, D. E., & Feldman, R. D. (2017). *Menyelami Perkembangan Manusia*. Jakarta: Selemba Humanika.
- Pink, B. (2020, Juni Selasa). *BPS Catat Penjual Online Melonjak Tajam selama Pandemi Corona*. Dipetik Januari Kamis, 2021, dari Kontan.co.id: <Http://www.Kontan.co.id/new/bps-catat-penjual-online-melonjak-tajam-selama-pendemi-corona>
- Pranoto, W., & Mahardayani, I. H. (2010). Perilaku Konsumen Remaja Menggunakan Produk Fashion Bermerek ditinjau dari Kepercayaan Diri. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*, Volume I, No 1, 9-11.
- Priyatno. (2011). *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Priyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatma Publishing.
- Retnawati, H. (2016). *Validitas Raliabilitas dan Karakteristik Butir*. Yogyakarta: Paratama.
- Riyanto, S., & Hatmawan, FA. A. (2020). *metode riset penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, Vol.14, No. 2, 149-199.
- Rusdi, A., & Subandi. (2020). *Psikologi Islam: Kajian Teoritik dan Penelitian Empirik*. Yogyakarta: CV. ISTANA AGENCY.
- Ruswanti, E. (2016). The Impact of the Impulsive Buying dimension And Cherry Picking: An Emirical Study. *Journal of indonesion Economy And Business*, Vol.31, No.1, 82-98.

- Sari, A. E. (2014). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. XIII, No. 1, 55-73.*
- Sari, F., & Handayani, N. S. (2019). Kontrol Diri dan Pembelian Impulsif Pakaian pada Remaja Penggemar K-POP. *Jurnal Psikologi, Vol.12, No.2, 179-188.*
- Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). Impulse Buying pada Mahasiswa di Banda Aceh. *Jurnal Psikoogi, Vol.2, No.2, 170-183.*
- Siadari, C. (2016, Februari Rabu). *Kumpulan Pengertian Menurut Para Ahli*. Dipetik Januari Sabtu, 2021, dari Kumpulan Pengertian.com: <http://www.Kumpulanpengertian.com/2016/02/pengertian-siswa-menurut-para-ahli.html?m=1>
- Siregar, N. F., & Rini, K. Q. (2019). Regulasi Diri dan Impulsive Buying terhadap Produk Fashion pada Remaja Perempuan yang berbelanja Online. *Jurnal Psikologi, Vol.I, No 1, 213-224.*
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Media Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality, 72(2), 272-322.*
- Thalib, B. S. (2010). *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Theresia, V. M. (2014). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pembelian Impulsif pada Remaja Gereja GMIM Wilayah Manado Winangun (studi di manado Town Square). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol.2, No.4, 60-73.*
- Vannia, E. (2013). Impulsive Buying Behavior of Young Males in an Airport Environment. *Degree Thesis International Business, 1-40.*
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulsive Tendency: Feeling and no Thinking. *Journal of Personality,, S72-S83.*
- Widawati, L. (2011). Analisis Perilaku "Impulsive Buying" dan "Locus of Control" pada Konsumen di Carrefour Bandung. *MIMBAR, Vol.XXXVII, N.2, 125-132.*

Widhiarso, W. (2010). *Uji Linieritas Hubungan* . Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.

Widiyanto, I., & Prasilowati, S. L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *JMK, VOL. 17, NO. 2*, 109–112.

Youn, S., & Faber, R. J. (2000). Impulsive Buying: it's Relation Personality Traits and Cues. *Advances in Consumer Research*, hlm 179-185.





SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI UIN AR-RANIRY
Nomor : B-637/Un.08/FPsi/Kp.00.4/06/2022
TENTANG
PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2021/2022
PADA FAKULTAS PSIKOLOGI UIN AR-RANIRY

DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI

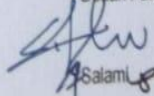
- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi Mahasiswa Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 pada Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry, dipandang perlu menetapkan pembimbing skripsi;
b. Bahwa nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap diberi tugas sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No.20 tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 40 Tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;
12. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor: 01 Tahun 2015, tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Dekan dan Direktur PPs di lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
13. Hasil Penetapan Ketua Prodi Psikologi tanggal 30 April 2021.
14. Hasil Masukan dari Dosen Pembimbing, dan ditetapkan kembali oleh Ketua Prodi Psikologi UIN Ar-Raniry pada tanggal 7 Juni 2022.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi tentang Pembimbing Skripsi.
- Pertama** : Menunjuk Saudara
- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| 1. Jasmadi, S.Psi., MA., Psikolog | Sebagai Pembimbing Pertama |
| 2. Harri Santoso, S.Psi., M.Ed | Sebagai Pembimbing Kedua |
- Untuk membimbing Skripsi:
- Nama : Masdiana
NIM/Prodi : 170901102 / Psikologi
Judul : Hubungan antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* Produk Fashion pada Siswa SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya
- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021.
- Keempat** : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan, sesuai dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan Surat Keputusan ini.
- Kelima** : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 13 Juni 2022 M
13 Dzulqaidah 1443 H

Dekan Fakultas Psikologi,


Salami

- Tambahan
1. Rektor UIN Ar-Raniry;
 2. Kabag. Keuangan dan Akuntasi UIN Ar-Raniry;
 3. Pembimbing Skripsi;
 4. Yang bersangkutan.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS PSIKOLOGI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B-325/Un.08/FPsi.I /PP.00.9/3/2022
Lamp :-
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,
Cabang Dinas Pendidikan Aceh Wilayah Kab. Aceh Barat Daya

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **MASDIANA / 170901102**
Semester/Jurusan : X / Psikologi
Alamat sekarang : Baitulsalam, baet.

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Psikologi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Hubungan antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying Produk Fashion pada Siswa SMA 2 Aceh Barat Daya**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 14 April 2022
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Berlaku sampai : 28 Mei 2022

Jasmadi, S.Psi., M.A., Psikolog.



PEMERINTAH ACEH
DINAS PENDIDIKAN
CABANG DINAS WILAYAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA

Jl. Bukit Hijau Komplek Perkantoran Pemerintah Kabupaten Aceh Barat Daya, Blang Pidie
Telp./Fax. (0659) 9494035 Email : cabdinabdya@gmail.com

Blangpidie, 25 April 2022

Nomor : 800 /T.1/ 169 /2022
Lampiran : -
Hal : Surat Izin Penelitian

Yang terhormat,
Kepala SMAN 2 Aceh Barat Daya
di- Tempat

Kepala Cabang Dinas Pendidikan Wilayah Kabupaten Aceh Barat Daya memberikan izin kepada :

Nama : **Masdiana**
NIM : 170901102
Jurusan : Psikologi
Semester : X (genab)
Judul : Hubungan antara control diri dengan impulsive buying produk fashion pada siswa SMAN 2 Aceh Barat Daya

untuk melakukan Penelitian pada sekolah Saudara dengan catatan **tidak** mengganggu proses belajar mengajar dan tetap mematuhi protokol kesehatan. Mengenai waktu pelaksanaan agar dapat dikoordinasikan.

Izin ini diberikan merujuk Surat dari UIN AR-RANIRY: B-325/ Un.08/ Fpsi.I/ PP.009/ 3/ 2022 tanggal 14 April 2022 perihal tersebut pada pokok surat.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas bantuan dan kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

KEPALA CABANG,
Drs. NASRUN, M.M
PEMBINA Tk.I
NIP. 196708011993031003





PEMERINTAHAN ACEH
DINAS PENDIDIKAN
SMA NEGERI 2 ACEH BARAT DAYA
Jln. TR. Iskandar No. 02. Manggeng, Aceh Barat Daya Kode Pos 23762
Telp (0569) 92093 Fax. (0569) 92093
Email : smandua_abdya@yahoo.com smannmgabdaya@yahoo.com



SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

NOMOR :422 / 273 /2022

Kepala Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 2 Aceh Barat Daya, Menerangkan bahwa :

Nama : **MASDIANA**
NIM : 170901102
Semester : X (Genap)
Jurusan /Program : Psikologi

Telah Melakukan Penelitian dengan judul “ **Hubungan Antara Control Diri dengan Impulsive Buying Produk Fashion Di SMA Negeri 2 Aceh Barat Daya** ”, sejak tanggal, 14 April s/d 10 Mei 2022.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Manggeng, 10 Mei 2022

Kepala Sekolah,



MARZUKI, S.Pd, M.Pd

NIP. 19800414 200504 1 001

KUESIONER TRYOUT PENELITIAN

Assalamualaikum wr.wb
Dengan hormat,
Saya yang beridentitas di bawah ini:

Nama : Masdiana
Nim : 170901102
Fakultas/Prodi : Psikologi/Psikologi
Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-raniry

Memohon bantuan dan kesedian adik-adik sekalian untuk mengisi skala penelitian berikut dalam rangka tugas akhir saya. Pada pernyataan ini tidak ada jawaban benar atau salah, yang benar adalah adik-adik menjawab dengan jujur. Oleh karena itu saya berharap adik mengisi dengan jujur, spontan, dan sesuai dengan kondisi saat ini. Jawaban dan data yang adik-adik berikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk penelitian.

Saya mengucapkan banyak terima kasih atas kerjasama adik-adik dalam penelitian ini. Semoga penelitian ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Semoga adik-adik sehat selalu apa yang dicita-cita kan tercapai.

Hormat saya,

Masdiana

PERSETUJUAN RESPONDEN

Saya sebagai responden menyetujui untuk membagikan informasi tentang diri saya dengan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

IDENTITAS

Nama/Inisial :

Jenis kelamin :

Usia :

Kelas :

Pekerjaan Orang Tua :

Demikianlah pernyataan ini saya buat untuk di gunakan seperlunya.

Banda Aceh, 2021

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

PETUNJUK PENGISIAN

Karakteristik Partisipan:

1. Siswa/ Siswi yang memiliki aplikasi seperti instgram/ Facebook/ Shopee/ Whatsapp dan sejenisnya.
2. Minimal 1 kali dalam sebulan
 - Berapa kali adik-adik berbelanja *online* dalam satu bulan?

Tandai satu Oval saja

- 1 kali dalam sebulan
 2 kali dalam sebulan
 lebih dari 2 kali sebulan

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan yang menggambarkan segala sesuatu tentang diri adik-adik sekalian. Baca dan pahami setiap pernyataan yang ada. Kemudian berilah tanda Checklist (√) pada kolom jawaban yang disamping pernyataan ini yang telah disediakan, yang paling sesuai dengan keadaan adik-adik saat ini.

Adapun pilihan jawaban tersebut adalah :

SS= jika adik-adik **Sangat Setuju** dengan pernyataannya

S= jika adik-adik **Setuju dengan** pernyataannya

TS=jika adik-adik **Tidak Setuju** dengan pernyataannya

STS=jika adik-adik **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataannya

Usahakan untuk tidak melewati satu nomor pun dalam memberi jawaban pada pernyataan-pernyataan ini.

Berikan tanda √ (Checklist) pada jawaban yang Adik-adik anggap paling sesuai.

Contoh pengisian kuensioner:

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu membeli barang tanpa perencanaan		√		

Jika adik-adik ingin menggantikan jawaban, adik-adik bisa berikan tanda X (silang) pada kolom jawaban yang adik anggap salah dan berikan tanda √ (Checklist) pada kolom yang adik anggap paling sesuai.

Contoh Koreksi Jawaban:

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu membeli barang tanpa perencanaan		✗		√

😊😊 SELAMAT MENGERJAKAN 😊😊

جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y

UJI COBA SKALA *IMPULSIVE BUYING*

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya harus membeli barang yang saya inginkan				
2	Saya merasa senang membeli barang yang saya inginkan selama ini				
3	Saya langsung membeli barang yang saya suka agar merasa senang				
4	Saya langsung ingin membeli barang yang bagus ketika lewat sekilas di media social				
5	Saya tidak membuat catatan apapun tentang barang yang akan saya beli				
6	Saya tetap membeli barang yang ditawarkan secara tiba-tiba oleh teman saya meskipun tidak dipakai				
7	Saya dapat menahan diri dalam berbelanja				
8	Perasaan saya biasa saja walaupun sudah membeli barang yang saya inginkan				
9	Berbelanja secara tiba-tiba tidak mengubah perasaan saya				
10	Saya tidak langsung membeli barang meskipun saya ingin membelinya				
11	Saya membuat catatan belanjaan sebelum membeli barang				
12	Saya tidak membeli barang secara tiba-tiba apalagi yang tidak dipakai untuk masa depan				
13	Saya harus segera mendapatkan barang yang lagi <i>ngetrend</i> sesuai dengan keinginan saya				
14	Hati saya menjadi senang setelah membeli barang meskipun tidak dibutuhkan				
15	Saya menghibur diri dengan membeli barang yang saya sukai				
16	Saya langsung ingin membeli barang yang sedang diskon				
17	Saya tidak mempunyai tujuan yang jelas ketika membeli barang				
18	Ketika ada iklan tentang produk <i>fashion</i> saya langsung membelinya meskipun barang tersebut dapat terpakai atau tidak				
19	Saya bisa menahan diri tidak membeli walaupun keluaran terbaru				
20	Setelah membeli barang hati saya bertambah buruk				
21	Membeli barang yang saya sukai tidak				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
	mempengaruhi perasaan saya				
22	Saya tidak langsung tergoda dengan penawaran harga meskipun saya inginkan				
23	saya memilih barang yang telah saya rencanakan untuk dibeli				
24	Saya tidak membeli secara tiba-tiba dengan iklan yang menarik walaupun barangnya sangat berguna untuk yang akan datang				
25	Saya harus membeli barang yang saya sukai meskipun pinjam uang pada orang lain				
26	Membeli beberapa barang diluar rencana membuat saya lebih puas				
27	Saya tetap membeli barang meskipun suasana hati tidak baik				
28	Saya sering membeli barang tanpa pertimbangan terlebih dahulu				
29	Saya membeli barang tidak direncanakan sebelumnya				
30	Saya tidak membeli jika tidak ada uang meskipun barang itu saya sukai				
31	Saya merasa biasa saja membeli barang yang sudah direncanakan				
32	Saya tidak membeli barang dalam keadaan suasana hati yang tidak baik				
33	saya membeli barang dengan pertimbangan yang matang				
34	Saya membeli barang sesuai dengan perencanaan sebelumnya				
35	Saya harus membeli barang yang lucu-lucu karena saya sangat ingin membelinya				
36	Saya tidak melihat harganya berapa tapi saya puas dengan barang yang saya beli				
37	Saya merasa lebih baik ketika membeli banyak barang diskon				
38	Saya membeli barang tanpa melihat kualitasnya				
39	Saya membeli barang tanpa alasan				
40	Saya tidak membeli barang meskipun lucu jika saya tidak punya uang				
41	Saya tidak puas dengan barang yang saya beli karena harganya mahal				
42	saya melihat kualitas suatu barang yang akan dibeli				
43	Saya membeli dengan alasan tertentu				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
44	Saya marah ketika tidak diberikan uang untuk membeli sesuatu yang saya inginkan				
45	saya tidak memikirkan konsekuensi produk yang akan saya beli				
46	saya sering membeli barang dengan spontan tanpa memikirkan konsekuensi				
47	Saya bersikap tenang meskipun tidak bisa membeli suatu barang yang saya inginkan				
48	Saya tidak merasa sedih walaupun melewatkan barang diskon				
49	Saya mengetahui akibat produk barang yang akan saya beli sehingga tidak langsung dibeli				
50	Saya tidak langsung membeli barang yang saya lihat karena saya tahu konsekuensinya				



UJI COBA SKALA KONTROL DIRI

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu bangun tepat waktu				
2	Ketika mengambil keputusan saya selalu memikirkan dampak dari keputusan yang saya ambil				
3	Saya tidak sering membeli makanan siap saji				
4	Saya mampu mentaati peraturan sekolah				
5	Saya membuat perencanaan untuk mencapai target				
6	Saya tidak peduli bila saya telat bangun				
7	Saya tidak memikirkan dampak keputusan yang saya ambil				
8	Saya sering beli makanan siap saji				
9	Saya sering melanggar peraturan sekolah				
10	Saya tidak memiliki perencanaan untuk pencapaian yang saya inginkan				
11	Saya selalu membuat catatan kecil untuk kegiatan sehari-hari agar tidak lupa				
12	Saya selalu mengulang pelajaran agar mudah menjawab ketika ujian				
13	Setelah bangun subuh saya tidak tidur lagi				
14	Saya mampu mencari bahan tambahan untuk belajar agar mendapatkan nilai yang bagus				
15	Saya menepati janji yang saya buat				
16	Terkadang saya lupa dengan kegiatan yang akan dilakukan				
17	Saya tidak memikirkan konsekuensi saat ujian sehingga saya tidak mengulang pelajaran yang sudah dibahas				
18	Saya selalu tidur setelah sholat subuh				
19	Saya selalu mengandalkan bahan pelajaran yang diberikan oleh guru saja				
20	Saya sering melanggar janji yang sudah saya buat sendiri				
21	Saya selalu tepat waktu pergi kesekolah				
22	Saya mengerjakan PR dengan teliti				
23	Saya mengurangi kegiatan aktifitas dimedia sosial ketika malam hari				
24	Saya menyelesaikan tugas terlebih dahulu setelah itu saya akan bermain dengan teman				
25	Saya orang yang tepat waktu				
26	Saya berharap lebih disiplin lagi				
27	Saya mengerjakan PR dengan buru-buru				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
28	Saya senang melihat media sosial sampai berjam-jam				
29	Saya memilih nongkrong terlebih dahulu meskipun tugas belum selesai				
30	Saya sering terlambat meskipun sudah berjanji				
31	Saya fokus saat mengerjakan tugas				
32	Saya melakukan pengecekan kembali ketika mengerjakan tugas				
33	Saya akan membeli barang yang sudah mendapatkan izin BPOM				
34	Saya mematikan <i>handphone</i> ketika melakukan pekerjaan				
35	Saya tidak fokus saat mengerjakan tugas				
36	Saya sering mengerjakan tugas dengan tiba-tiba tanpa mengecek lagi				
37	Saya tidak membeli barang yang tidak terdapat sertifikat BPOM				
38	Ketika melakukan pekerjaan saya akan bermain <i>handphone</i>				
39	Saat mengerjakan tugas saya mampu menyelesaikannya				
40	Saya fokus dengan satu pekerjaan yang menjadi tanggung jawab saya				
41	Saya merasa tenang memutuskan sesuatu dengan bertanya kepada teman				
42	Saya lebih baik tidur tepat waktu dari pada bergadang				
43	Saya mengerjakan suatu tugas dengan semaksimal mungkin				
44	Saya kesulitan menyelesaikan tugas ketika teman mengganggu saya				
45	Saya tidak bisa mengerjakan tugas sekaligus ketika diganggu kawan				
46	Saya lebih baik main game dari pada menyicil PR				
47	Saya mengerjakan tugas ketika keadaan sedang mendesak saja				
48	Saya mengerjakan tugas dengan konsentrasi penuh				
49	Walapun diberi tugas yang bukan bidangnya namun saya tetap fokus				
50	Saya lebih baik istirahat siang dari pada main				
51	Saya akan melakukan tugas sesuai yang di berikan				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
52	Saya mengerjakan PR dengan bermalasan				
53	Saat diberi pekerjaan yang bukan dibidangnya, saya mudah teralihkan sehingga tidak maksimal mengerjakannya				
54	Saya lebih baik main <i>handphone</i> berjam-jam dari pada istirahat siang				
55	Jika ada tugas saya akan menundanya				
56	Saya menolak ajakan teman ketika sedang belajar				
57	Saya menyelesaikan masalah dengan tenang tanpa marah				
58	Saya tetap fokus belajar meskipun teman bermain dikelas				
59	Saya selalu ikut ajakan teman meskipun sedang belajar				
60	Saya tidak bisa fokus belajar ketika teman mengajak bermain dikelas				
61	Saya tidak tenang jika bertindak tanpa memikirkan terlebih dahulu				
62	Terkadang saya tidak tenang ketika melanggar peraturan sekolah				



TABULASI DATA TRY OUT SKALA *IMPULSIVE BUYING*

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25
1	4	4	3	2	2	1	4	3	4	4	3	3	3	1	3	3	3	1	3	4	2	4	4	2	1
2	3	4	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
3	3	2	3	1	3	2	1	1	2	4	3	4	2	4	3	4	2	3	1	2	2	4	2	3	4
4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	1
5	2	4	2	2	2	1	1	3	3	2	3	2	1	2	3	1	1	1	2	3	2	2	1	1	1
6	3	4	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	4	4	3	3	2	2	2	1	1	2	3
7	3	4	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	4	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2
8	3	3	3	4	2	3	1	2	1	2	2	1	1	3	3	4	1	4	2	1	2	1	2	1	3
9	3	4	3	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2
10	4	4	4	2	3	2	1	2	3	2	2	1	3	2	2	2	1	4	4	4	1	1	1	1	2
11	2	4	2	2	2	1	1	3	3	2	2	2	1	2	3	2	1	1	2	3	2	2	2	1	1
12	4	4	3	3	4	1	1	2	2	2	3	1	4	3	3	2	1	3	2	3	3	2	2	1	1
13	3	4	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	4	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2
14	1	4	1	1	4	1	1	3	3	1	3	2	1	2	1	2	3	1	1	3	3	3	2	3	1
15	4	4	4	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1	1	2
16	3	3	2	1	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2
17	4	4	4	2	3	2	3	3	2	2	2	1	3	1	3	3	4	1	2	4	2	1	1	3	2
18	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	2	3	4	4	3	2	2	1
19	3	3	2	2	2	1	2	4	3	2	3	1	3	1	2	3	1	1	2	4	4	3	1	2	1
20	4	4	4	1	2	1	4	2	1	4	2	1	2	3	1	2	1	1	4	4	2	1	1	1	3
21	3	4	2	3	1	1	1	3	1	1	4	1	1	1	1	2	4	4	1	3	1	1	4	1	1

22	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	2	2	3	4	4	3	2	2
23	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2
24	3	3	2	2	3	1	1	3	2	2	1	1	2	2	3	2	1	1	2	3	3	2	2	2	1
25	3	4	3	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2
26	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1
27	4	4	4	1	2	1	1	4	2	1	4	2	1	2	3	1	2	1	1	4	4	2	1	1	1
28	3	4	3	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2
29	2	3	2	2	3	1	1	3	3	1	3	1	2	2	2	2	1	1	1	3	3	1	2	2	2
30	3	4	4	3	2	2	2	2	2	3	4	3	2	3	4	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2
31	4	3	4	2	4	3	1	2	1	3	1	2	1	4	3	2	4	4	2	3	1	2	1	2	4
32	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2
33	4	2	4	1	2	2	1	2	2	2	1	4	3	2	3	1	2	4	1	4	1	2	1	3	3
34	3	4	3	2	3	2	3	1	3	2	4	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	1	4	1
35	3	4	2	2	3	1	1	3	3	1	3	1	2	2	2	4	2	1	2	3	3	1	1	1	2
36	2	4	2	1	4	1	1	2	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1
37	3	4	2	2	2	3	1	3	3	3	4	1	1	2	4	3	3	1	2	4	4	4	2	4	1
38	3	4	2	2	2	1	3	2	4	4	2	1	3	1	3	2	1	1	2	4	4	2	1	2	1
39	4	4	4	3	3	2	2	1	1	1	3	1	3	4	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2
40	2	4	1	2	2	1	2	3	3	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	4	4	2	1	1	1
41	3	4	2	2	2	1	1	2	3	1	1	1	2	1	3	3	1	2	1	3	3	1	2	3	1
42	3	4	2	2	2	1	2	4	4	3	2	4	3	1	3	2	1	1	2	4	4	2	1	2	1
43	4	4	3	2	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	3	4	3	1	4	4	1	2	1	2	1
44	3	4	3	2	3	2	2	2	3	1	2	3	2	1	3	4	1	1	3	4	3	3	2	2	1
45	3	3	3	2	4	2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	1	1	4	3	2	2	3	1
46	3	4	2	1	1	1	1	3	4	1	1	1	4	1	4	2	1	1	1	4	2	1	1	1	1

47	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1
48	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2
49	4	4	4	4	4	2	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1	2	2
50	3	4	3	3	3	2	1	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	2	3	4	3	3	2	2	1
51	3	4	3	2	4	1	1	2	3	2	4	1	3	1	2	3	1	1	1	3	2	2	1	1	1
52	4	3	3	2	2	1	2	3	4	3	1	4	1	1	3	3	2	2	2	3	1	2	1	2	2
53	3	4	2	2	2	1	2	4	4	3	3	1	3	1	3	2	1	1	2	4	4	2	1	2	1
54	4	3	3	2	3	1	2	2	1	2	2	1	2	3	3	3	1	1	1	1	4	1	1	1	1
55	3	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	1
56	3	4	3	2	4	2	3	1	3	2	3	4	3	3	4	3	2	1	2	3	1	4	1	2	1
57	3	2	2	1	1	2	4	3	2	3	4	2	1	1	1	1	1	2	1	2	4	3	2	4	1
58	4	3	3	2	3	1	2	2	1	2	2	1	1	3	3	3	1	1	1	1	4	1	1	1	1
59	4	4	3	2	3	1	1	3	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	3	3	1	1	2	1
60	4	4	4	4	4	3	1	2	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	4
61	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	3
62	4	4	3	3	2	2	1	1	2	2	1	1	1	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	2	1

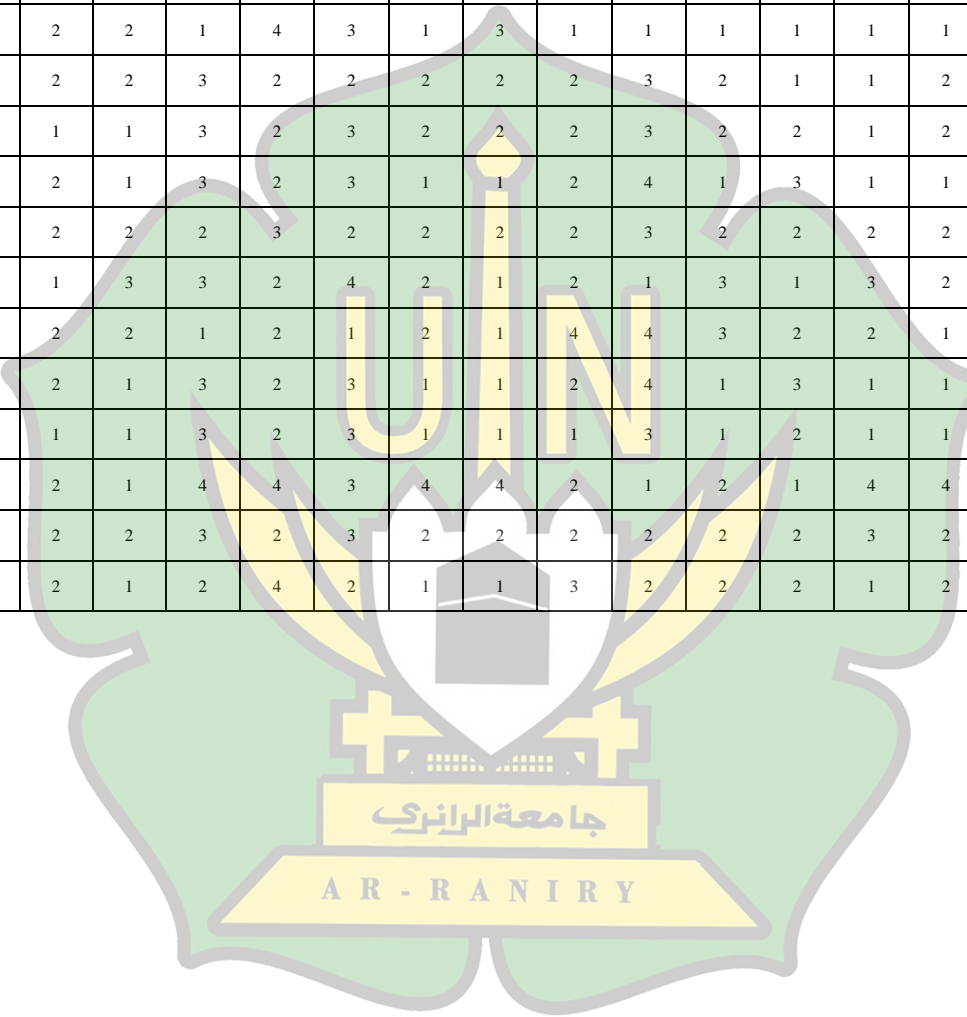


LANJUTAN TABULASI DATA TRY OUT SKALA IMPULSIVE BUYING

No	Y26	Y27	Y28	Y29	Y30	Y31	Y32	Y33	Y34	Y35	Y36	Y37	Y38	Y39	Y40	Y41	Y42	Y43	Y44	Y45	Y46	Y47	Y48	Y49	Y50	Total
1	2	1	1	2	1	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	1	2	3	1	1	1	2	122
2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	127
3	2	4	3	4	2	3	4	3	2	4	3	2	3	4	2	4	2	1	3	2	3	1	4	2	3	135
4	1	1	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	116
5	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	4	1	2	2	3	2	100
6	4	3	3	3	2	1	2	3	1	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	1	2	2	1	126
7	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	116
8	2	1	3	3	2	2	2	1	1	3	2	1	4	3	2	1	1	2	1	4	3	2	2	1	4	108
9	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	122
10	2	1	1	1	3	2	1	1	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	93
11	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	1	4	1	2	2	3	2	103
12	1	1	1	1	1	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1	3	2	2	1	4	1	1	1	1	1	101
13	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	116
14	3	2	1	3	1	2	2	3	3	2	2	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	3	2	1	100
15	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	1	2	2	120
16	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	1	2	2	1	1	1	2	2	103
17	4	2	3	1	1	3	1	1	1	3	3	3	1	1	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	105
18	4	4	4	4	1	3	4	3	3	4	4	4	2	2	1	2	1	1	1	1	3	4	2	2	2	139
19	3	2	1	2	2	3	2	1	1	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	108
20	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	94
21	1	1	1	2	1	1	3	2	2	1	4	2	1	1	1	3	2	1	1	1	1	1	2	2	1	89
22	1	4	4	4	1	3	4	3	3	4	4	4	2	2	1	2	1	1	1	1	3	4	2	2	2	137

23	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	111
24	2	2	2	2	1	3	2	1	2	3	3	3	1	1	2	3	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	97
25	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	122
26	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	4	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	112
27	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	2	2	1	94	
28	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	122
29	2	1	2	2	2	3	2	1	2	3	2	4	3	2	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	100
30	3	2	2	1	3	3	4	3	2	2	3	3	1	2	3	3	3	3	1	2	2	2	2	3	3	128	
31	1	4	4	4	2	1	2	1	2	2	4	3	4	3	1	1	2	1	3	4	1	1	2	3	4	123	
32	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	123	
33	4	2	3	2	2	3	4	2	1	3	3	4	2	1	3	2	3	4	3	1	3	1	2	2	2	119	
34	2	2	3	3	2	1	2	4	2	2	4	3	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	117
35	2	2	2	3	1	3	3	2	2	2	2	4	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	100	
36	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	3	1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	76	
37	3	3	3	3	1	1	4	2	2	2	1	4	1	1	1	2	1	1	1	3	3	2	2	2	2	117	
38	3	2	1	2	2	3	2	1	1	3	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	108	
39	2	3	3	3	2	4	2	1	1	4	3	2	3	2	2	1	2	1	4	4	3	1	1	1	1	118	
40	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	78	
41	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	84	
42	3	2	1	2	2	3	2	1	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	112	
43	4	1	1	1	4	3	4	1	1	3	2	4	2	3	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	99	
44	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	3	3	2	2	1	1	3	2	2	3	2	116	
45	3	4	2	3	3	2	2	1	1	2	4	3	2	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	111	
46	3	1	1	1	1	2	2	1	1	2	4	3	1	1	4	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	88	
47	2	3	2	2	2	3	3	3	2	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	113	

48	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	110
49	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	1	1	2	2	121
50	4	4	4	4	1	3	4	3	3	4	4	4	2	2	1	2	1	1	1	1	3	4	2	2	2	137
51	1	4	1	1	1	1	2	2	2	1	4	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	91
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	1	1	1	1	103	
53	3	2	1	2	2	3	2	1	1	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	109	
54	3	1	2	2	1	4	1	2	1	3	2	3	1	1	2	4	1	3	1	1	2	1	2	2	97	
55	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	104	
56	3	2	1	2	2	2	3	1	3	3	2	4	2	1	2	1	3	1	3	2	3	2	3	1	118	
57	1	1	1	1	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	4	4	3	2	2	1	1	1	2	2	100	
58	3	1	2	2	1	4	1	2	1	3	2	3	1	1	2	4	1	3	1	1	2	1	2	2	96	
59	1	1	1	1	1	3	2	1	1	3	2	3	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	83	
60	4	4	4	3	3	2	2	2	1	4	4	3	4	4	2	1	2	1	4	4	4	1	2	2	133	
61	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	125	
62	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	4	2	1	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	106	

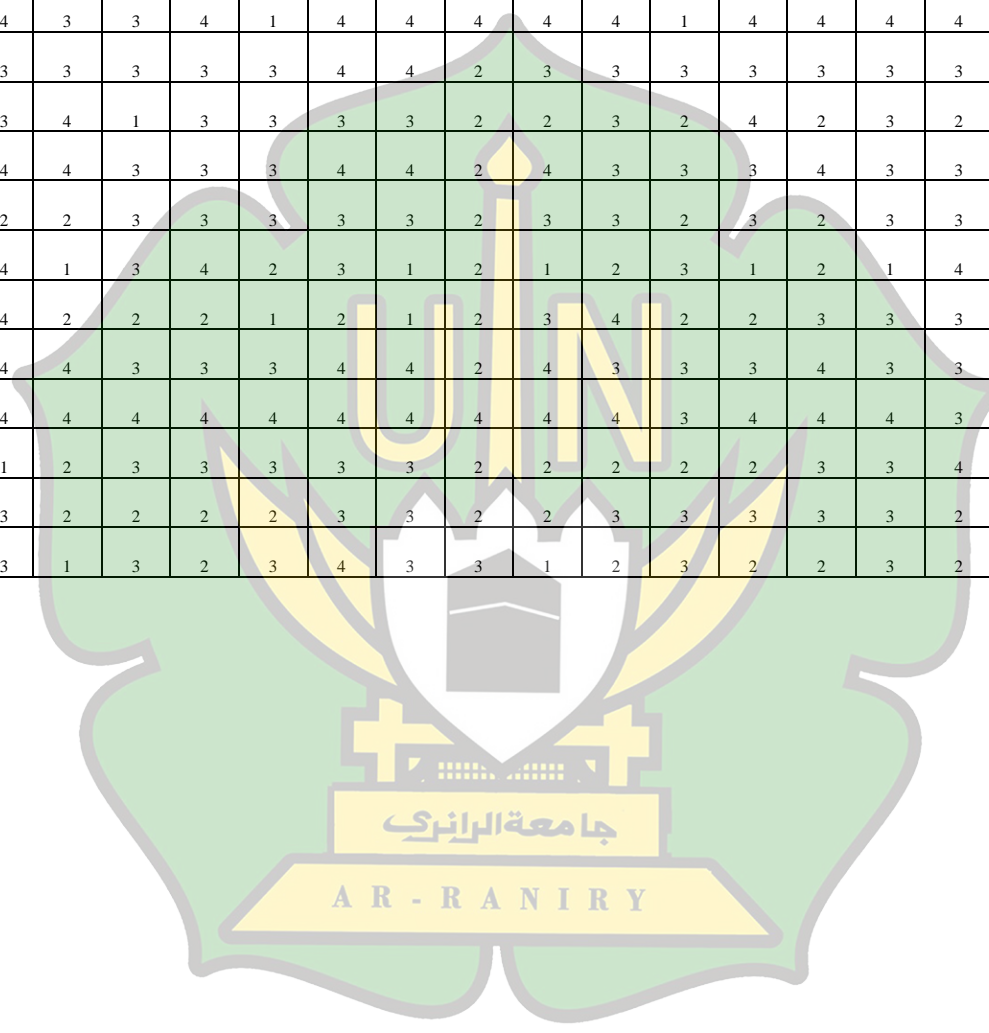


TABULASI DATA TRY OUT SKALA KONTROL DIRI

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31	X32	
1	3	3	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	
2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	
3	4	4	3	3	4	4	2	4	1	2	3	1	2	4	3	3	1	2	1	4	2	1	3	4	4	2	3	1	1	3	3	4	
4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3
5	3	3	2	3	2	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	2	3	3	
6	4	4	3	3	3	1	2	3	2	2	3	4	4	2	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	4	3	2	1	1	1	3	2	2
7	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
8	4	3	3	4	4	2	2	4	4	1	3	3	3	4	3	4	1	1	1	2	3	3	4	1	4	1	2	2	1	2	4	4	
9	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	1	2	3	3	3	
10	3	4	2	3	3	4	4	2	4	3	2	4	3	3	4	1	4	3	2	4	2	4	4	4	4	3	1	2	4	4	2	4	4
11	3	3	2	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4
12	3	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
14	1	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	2	1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	3	3	3	2
15	4	3	1	4	4	1	3	3	4	1	4	4	3	4	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4
16	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	4	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2
17	4	4	3	3	4	4	4	2	3	2	3	2	3	3	4	1	1	4	1	3	3	3	3	2	4	3	2	1	1	2	3	3	
18	1	3	2	3	2	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	2	3	3	
19	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	2	4	2	3	2	3	3	1	3	2	3	2	3	3	
20	2	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	3	3	3	1	3	2	1	1	4	4	3	2	4	
21	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	
22	1	3	2	3	2	4	2	2	4	2	4	2	4	2	4	1	1	2	3	1	3	2	1	4	2	2	1	4	2	1	3	4	

23	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3
25	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
27	2	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	3	3	1	3	2	1	1	4	4	3	2	4
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3
29	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	4	3	3
30	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3
31	4	4	3	4	4	2	1	1	2	1	3	4	4	3	3	4	1	2	1	2	4	3	4	3	4	2	1	2	3	1	3	3
32	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3
33	4	3	3	3	3	2	1	2	2	1	4	4	2	3	2	1	3	1	1	4	4	3	2	4	1	3	1	3	4	4	3	4
34	3	4	3	3	4	2	1	1	3	1	2	3	3	4	3	2	1	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1	1	3	1	3	3
35	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	3
36	3	4	2	3	4	3	4	2	4	4	3	3	1	4	3	2	4	1	4	4	3	4	4	4	3	1	4	2	4	2	4	4
37	2	3	1	4	3	2	4	1	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	1	2	3	4	3	3	4
38	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	3	2	3	2	1	3	2	2	2	2	3
39	4	4	2	4	4	3	1	1	3	1	2	2	4	4	4	1	2	3	3	3	4	4	2	4	4	1	3	1	1	3	4	4
40	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	1	2	2	4	2	3	3	3	3	1	1	2	1	4	2	2
41	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3
42	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	4	2	3	2	3	2	1	3	2	3	2	2	3
43	2	4	1	3	4	3	3	1	4	2	2	3	1	4	4	1	2	2	1	3	4	4	1	4	3	2	3	3	4	4	4	4
44	4	3	2	4	3	3	2	2	3	2	3	4	2	4	4	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	4
45	2	3	2	3	2	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	4	3	3	3	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	1	4	1	3	4	4	4	4	2
47	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	1	3	2	3	2	3	3
48	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3

49	4	3	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4
50	4	1	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	1	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	1	3	3	4	3	4	4
51	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4
52	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	4	3	3	
53	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	4	2	3	2	3	2	1	3	2	2	2	2	3
54	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	4
55	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	2	2	4	4	3	3
56	4	4	3	2	1	1	2	3	4	1	3	4	2	3	1	2	1	2	3	1	2	1	4	3	4	3	3	1	2	4	4	2
57	4	2	1	3	3	3	3	4	4	2	2	2	1	2	1	2	3	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	1	2
58	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	4
59	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4
60	4	4	3	4	4	1	1	1	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	3	3
61	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2
62	4	3	3	4	4	2	1	1	3	1	3	2	3	4	3	3	1	2	3	2	2	3	2	4	3	3	4	2	3	2	3	4



LANJUTAN TABULASI DATA TRY OUT SKALA KONTROL DIRI

No	X33	X34	X35	X36	X37	X38	X39	X40	X41	X42	X43	X44	X45	X46	X47	X48	X49	X50	X51	X52	X53	X54	X55	X56	X57	X58	X59	X60	X61	X62	Total	
1	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	1	2	2	196	
2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	162	
3	1	3	3	2	4	1	3	4	2	1	3	1	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	3	4	3	4	4	1	2	3	160	
4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	166	
5	3	2	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	4	2	176	
6	4	3	2	1	2	1	3	3	4	3	2	2	2	2	1	3	3	3	4	3	2	2	2	4	3	2	1	2	1	2	152	
7	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	177	
8	3	3	1	3	4	1	4	3	3	4	3	2	1	4	1	1	4	1	4	4	1	4	2	3	3	3	2	2	2	2	165	
9	3	2	2	3	1	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	157	
10	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	1	1	2	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	193	
11	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	1	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	190	
12	2	3	3	3	3	3	2	4	1	2	2	1	1	3	3	2	2	4	3	3	2	4	3	3	4	4	3	2	1	2	167	
13	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	176	
14	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	137	
15	4	4	3	3	1	3	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	202	
16	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	162	
17	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	1	3	3	4	3	3	1	2	2	4	3	1	1	1	2	164	
18	3	2	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	4	2	174	
19	3	2	2	3	4	2	3	3	3	2	3	1	1	4	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	161	
20	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	1	1	1	195	
21	4	4	4	4	4	4	3	2	1	4	2	4	1	3	4	1	3	4	4	4	4	4	1	4	1	4	3	4	2	4	4	212
22	3	3	1	2	1	4	3	3	3	1	3	2	1	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	1	4	2	149
23	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	171	
24	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	1	2	182	
25	3	2	2	3	1	2	3	3	3	2	3	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	161	
26	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	177	
27	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	1	1	1	196	
28	3	2	2	3	1	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	163	
29	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	4	4	3	2	2	2	154	
30	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	180	

31	4	3	1	2	3	1	3	4	3	2	1	1	2	3	1	3	2	4	3	1	1	2	3	3	2	4	2	1	2	2	155	
32	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	173	
33	3	3	1	4	1	4	2	4	3	3	1	1	1	2	3	3	2	4	4	1	3	1	2	4	4	2	3	4	4	4	166	
34	3	4	1	2	3	1	3	2	4	3	3	3	2	4	2	4	3	4	3	2	1	2	2	4	3	3	3	3	2	1	162	
35	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	154	
36	4	4	4	4	1	4	3	4	1	3	4	1	1	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	4	4	1	4	3	1	1	192	
37	4	2	3	2	1	4	3	3	3	3	4	1	1	3	2	3	3	2	3	3	2	4	3	3	2	1	3	1	1	1	171	
38	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	3	1	1	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	151	
39	4	4	3	1	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	3	3	1	3	4	4	4	1	1	1	1	176	
40	4	4	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	2	1	2	2	2	2	4	4	2	1	3	4	4	4	4	3	2	1	1	179
41	4	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	1	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	1	2	178	
42	3	2	2	3	1	2	3	3	3	2	3	1	1	4	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	153
43	4	4	3	2	1	3	4	4	3	1	3	1	2	4	2	4	4	4	4	3	1	3	3	4	4	4	3	1	1	1	175	
44	3	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	2	1	2	4	3	2	3	2	2	2	3	4	3	2	2	1	2	1	151	
45	4	2	3	2	1	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	1	2	161	
46	4	3	4	4	4	1	4	4	3	3	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	208
47	4	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	1	1	4	3	3	2	1	3	2	2	3	2	3	2	4	3	2	3	2	163	
48	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	166	
49	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	3	2	2	212	
50	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	1	2	4	4	4	4	3	4	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	181	
51	4	4	4	3	1	4	4	4	3	4	4	1	1	4	3	4	2	3	4	3	2	4	4	4	3	4	4	2	1	1	207	
52	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	181
53	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	1	1	4	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	153
54	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	4	3	1	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	1	198	
55	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	173	
56	3	1	1	2	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	1	2	2	4	2	1	1	3	2	4	155	
57	3	4	2	2	1	3	2	2	2	4	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	150	
58	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	1	2	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	1	198	
59	4	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	219	
60	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	1	1	1	2	3	4	4	4	1	1	1	1	3	3	4	2	1	1	2	152	
61	3	2	3	3	2	3	3	4	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	157	
62	2	3	4	2	3	1	2	1	3	2	3	4	1	2	3	3	4	3	2	1	1	1	2	1	2	3	3	3	2	3	157	

HASIL ANALISIS STATISTIK TRY OUT

RELIABILITAS *IMPULSIVE BUYING* DAN KONTROL DIRI

		Correlations		
		Y49	Y50	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	-,217	-,009	,135
	Sig. (2-tailed)	,091	,943	,297
	N	62	62	62
Y2	Pearson Correlation	-,103	-,372**	-,046
	Sig. (2-tailed)	,424	,003	,725
	N	62	62	62
Y3	Pearson Correlation	-,046	,122	,398**
	Sig. (2-tailed)	,722	,345	,001
	N	62	62	62
Y4	Pearson Correlation	-,040	,264*	,416**
	Sig. (2-tailed)	,758	,038	,001
	N	62	62	62
Y5	Pearson Correlation	-,130	,095	,241
	Sig. (2-tailed)	,315	,462	,060
	N	62	62	62
Y6	Pearson Correlation	,170	,485**	,573**
	Sig. (2-tailed)	,185	,000	,000
	N	62	62	62
Y7	Pearson Correlation	-,042	,008	,222
	Sig. (2-tailed)	,747	,954	,083
	N	62	62	62
Y8	Pearson Correlation	,118	-,103	-,156
	Sig. (2-tailed)	,361	,424	,226
	N	62	62	62
Y9	Pearson Correlation	-,038	-,148	,075
	Sig. (2-tailed)	,771	,250	,563
	N	62	62	62
Y10	Pearson Correlation	,162	,442**	,464**
	Sig. (2-tailed)	,210	,000	,000
	N	62	62	62
Y11	Pearson Correlation	,120	,054	,245
	Sig. (2-tailed)	,354	,677	,055
	N	62	62	62
Y12	Pearson Correlation	,258*	,301*	,648**
	Sig. (2-tailed)	,043	,017	,000
	N	62	62	62
Y13	Pearson Correlation	-,191	-,118	,246
	Sig. (2-tailed)	,137	,362	,054
	N	62	62	62
Y14	Pearson Correlation	,184	,409**	,515**

Correlations

		Y49	Y50	TOTAL
Y14	Sig. (2-tailed)	,153	,001	,000
	N	62	62	62
Y15	Pearson Correlation	,099	,211	,517**
	Sig. (2-tailed)	,444	,100	,000
	N	62	62	62
Y16	Pearson Correlation	-,046	,183	,424**
	Sig. (2-tailed)	,723	,155	,001
	N	62	62	62
Y17	Pearson Correlation	,162	,132	,531**
	Sig. (2-tailed)	,208	,306	,000
	N	62	62	62
Y18	Pearson Correlation	,046	,348**	,397**
	Sig. (2-tailed)	,724	,006	,001
	N	62	62	62
Y19	Pearson Correlation	,134	,068	,339**
	Sig. (2-tailed)	,298	,602	,007
	N	62	62	62
Y20	Pearson Correlation	-,039	-,382**	-,101
	Sig. (2-tailed)	,764	,002	,437
	N	62	62	62
Y21	Pearson Correlation	,084	,013	-,054
	Sig. (2-tailed)	,518	,920	,676
	N	62	62	62
Y22	Pearson Correlation	,144	,228	,515**
	Sig. (2-tailed)	,264	,075	,000
	N	62	62	62
Y23	Pearson Correlation	,080	,201	,263*
	Sig. (2-tailed)	,537	,118	,039
	N	62	62	62
Y24	Pearson Correlation	,098	,105	,346**
	Sig. (2-tailed)	,447	,416	,006
	N	62	62	62
Y25	Pearson Correlation	,131	,441**	,447**
	Sig. (2-tailed)	,309	,000	,000
	N	62	62	62
Y26	Pearson Correlation	,226	,085	,437**
	Sig. (2-tailed)	,077	,513	,000
	N	62	62	62

Correlations

		Y49	Y50	TOTAL
Y27	Pearson Correlation	,201	,268	,652
	Sig. (2-tailed)	,118	,035	,000
	N	62	62	62
Y28	Pearson Correlation	,289	,440	,729
	Sig. (2-tailed)	,022	,000	,000
	N	62	62	62
Y29	Pearson Correlation	,260	,434	,663
	Sig. (2-tailed)	,041	,000	,000
	N	62	62	62
Y30	Pearson Correlation	,316	,243	,316
	Sig. (2-tailed)	,012	,057	,012
	N	62	62	62
Y31	Pearson Correlation	-,049	,033	-,040
	Sig. (2-tailed)	,704	,800	,758
	N	62	62	62
Y32	Pearson Correlation	,340	,305	,536
	Sig. (2-tailed)	,007	,016	,000
	N	62	62	62
Y33	Pearson Correlation	,279	,117	,544
	Sig. (2-tailed)	,028	,366	,000
	N	62	62	62
Y34	Pearson Correlation	,154	,170	,361
	Sig. (2-tailed)	,232	,187	,004
	N	62	62	62
Y35	Pearson Correlation	-,003	,143	,476
	Sig. (2-tailed)	,980	,269	,000
	N	62	62	62
Y36	Pearson Correlation	,079	-,016	,308
	Sig. (2-tailed)	,542	,904	,015
	N	62	62	62
Y37	Pearson Correlation	,180	-,018	,195
	Sig. (2-tailed)	,161	,887	,128
	N	62	62	62
Y38	Pearson Correlation	,215	,531	,591
	Sig. (2-tailed)	,093	,000	,000
	N	62	62	62
Y39	Pearson Correlation	,232	,353	,580
	Sig. (2-tailed)	,069	,005	,000
	N	62	62	62
Y40	Pearson Correlation	,323	,200	,145

Correlations

		Y49	Y50	TOTAL
Y40	Sig. (2-tailed)	,010	,119	,262
	N	62	62	62
Y41	Pearson Correlation	,135	,035	-,057
	Sig. (2-tailed)	,296	,790	,658
	N	62	62	62
Y42	Pearson Correlation	,202	,323	,348**
	Sig. (2-tailed)	,115	,011	,006
	N	62	62	62
Y43	Pearson Correlation	,274	,262	,083
	Sig. (2-tailed)	,031	,040	,522
	N	62	62	62
Y44	Pearson Correlation	,102	,276	,518**
	Sig. (2-tailed)	,432	,030	,000
	N	62	62	62
Y45	Pearson Correlation	,156	,325**	,352**
	Sig. (2-tailed)	,226	,010	,005
	N	62	62	62
Y46	Pearson Correlation	,061	,368**	,702**
	Sig. (2-tailed)	,635	,003	,000
	N	62	62	62
Y47	Pearson Correlation	,309*	,345**	,450**
	Sig. (2-tailed)	,015	,006	,000
	N	62	62	62
Y48	Pearson Correlation	,461**	,392**	,406**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,001
	N	62	62	62
Y49	Pearson Correlation	1	,505**	,390**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002
	N	62	62	62
Y50	Pearson Correlation	,505**	1	,554**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	62	62	62
TOTAL	Pearson Correlation	,390**	,554**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	
	N	62	62	62

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X61	X62	TOTAL
X1	Pearson Correlation	-,169	,204	,212
	Sig. (2-tailed)	,189	,111	,097
	N	62	62	62
X2	Pearson Correlation	-,308*	-,095	,246
	Sig. (2-tailed)	,015	,462	,054
	N	62	62	62
X3	Pearson Correlation	-,140	,038	,176
	Sig. (2-tailed)	,279	,767	,171
	N	62	62	62
X4	Pearson Correlation	-,169	-,191	,511*
	Sig. (2-tailed)	,189	,138	,000
	N	62	62	62
X5	Pearson Correlation	-,340**	-,257*	,382**
	Sig. (2-tailed)	,007	,043	,002
	N	62	62	62
X6	Pearson Correlation	,122	-,230	,251*
	Sig. (2-tailed)	,345	,072	,049
	N	62	62	62
X7	Pearson Correlation	-,097	-,264*	,418**
	Sig. (2-tailed)	,456	,038	,001
	N	62	62	62
X8	Pearson Correlation	-,068	,122	,296*
	Sig. (2-tailed)	,601	,343	,019
	N	62	62	62
X9	Pearson Correlation	,030	-,227	,559**
	Sig. (2-tailed)	,819	,076	,000
	N	62	62	62
X10	Pearson Correlation	-,143	-,293*	,433**
	Sig. (2-tailed)	,266	,021	,000
	N	62	62	62
X11	Pearson Correlation	,063	,232	,515**
	Sig. (2-tailed)	,628	,070	,000
	N	62	62	62
X12	Pearson Correlation	-,120	-,049	,422**
	Sig. (2-tailed)	,354	,705	,001
	N	62	62	62
X13	Pearson Correlation	-,045	-,095	,216
	Sig. (2-tailed)	,728	,460	,092
	N	62	62	62
X14	Pearson Correlation	-,254*	-,238	,496**
	Sig. (2-tailed)	,021	,021	,000
	N	62	62	62

Correlations

		X81	X82	TOTAL
X14	Sig. (2-tailed)	,047	,063	,000
	N	62	62	62
X15	Pearson Correlation	-,210	-,401	,555
	Sig. (2-tailed)	,101	,001	,000
	N	62	62	62
X16	Pearson Correlation	,072	,181	,260
	Sig. (2-tailed)	,578	,159	,042
	N	62	62	62
X17	Pearson Correlation	,005	-,154	,628
	Sig. (2-tailed)	,969	,232	,000
	N	62	62	62
X18	Pearson Correlation	-,128	-,304	,391
	Sig. (2-tailed)	,321	,016	,002
	N	62	62	62
X19	Pearson Correlation	,140	,096	,252
	Sig. (2-tailed)	,277	,458	,048
	N	62	62	62
X20	Pearson Correlation	-,266	-,286	,392
	Sig. (2-tailed)	,036	,024	,002
	N	62	62	62
X21	Pearson Correlation	-,030	-,037	,544
	Sig. (2-tailed)	,815	,776	,000
	N	62	62	62
X22	Pearson Correlation	-,242	-,325	,656
	Sig. (2-tailed)	,058	,010	,000
	N	62	62	62
X23	Pearson Correlation	-,189	,094	,398
	Sig. (2-tailed)	,142	,468	,001
	N	62	62	62
X24	Pearson Correlation	,039	,126	,331
	Sig. (2-tailed)	,766	,331	,009
	N	62	62	62
X25	Pearson Correlation	-,282	,042	,343
	Sig. (2-tailed)	,026	,744	,006
	N	62	62	62
X26	Pearson Correlation	,203	,267	-,186
	Sig. (2-tailed)	,114	,036	,149
	N	62	62	62

Correlations

		X61	X62	TOTAL
X27	Pearson Correlation	,031	,176	,398 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,808	,170	,001
	N	62	62	62
X28	Pearson Correlation	,072	-,005	,629 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,577	,967	,000
	N	62	62	62
X29	Pearson Correlation	,061	-,072	,614 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,640	,580	,000
	N	62	62	62
X30	Pearson Correlation	-,191	,198	,412 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,136	,122	,001
	N	62	62	62
X31	Pearson Correlation	-,018	,132	,576 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,890	,306	,000
	N	62	62	62
X32	Pearson Correlation	,029	-,036	,486 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,821	,780	,000
	N	62	62	62
X33	Pearson Correlation	-,289 [*]	-,441 ^{**}	,454 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,023	,000	,000
	N	62	62	62
X34	Pearson Correlation	-,261 [*]	-,311 [*]	,576 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,041	,014	,000
	N	62	62	62
X35	Pearson Correlation	-,151	-,206	,565 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,241	,109	,000
	N	62	62	62
X36	Pearson Correlation	,097	,046	,583 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,451	,720	,000
	N	62	62	62
X37	Pearson Correlation	,218	,187	,119
	Sig. (2-tailed)	,089	,145	,356
	N	62	62	62
X38	Pearson Correlation	,168	,070	,305
	Sig. (2-tailed)	,191	,588	,016
	N	62	62	62
X39	Pearson Correlation	-,455 ^{**}	-,358 ^{**}	,470 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,000
	N	62	62	62
X40	Pearson Correlation	-,314 [*]	-,184	,388 ^{**}

Correlations

		X61	X62	TOTAL
X40	Sig. (2-tailed)	,013	,151	,002
	N	62	62	62
X41	Pearson Correlation	-,054	-,240	,186
	Sig. (2-tailed)	,675	,061	,147
	N	62	62	62
X42	Pearson Correlation	-,170	-,144	,527**
	Sig. (2-tailed)	,186	,266	,000
	N	62	62	62
X43	Pearson Correlation	-,368**	-,399**	,476**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,000
	N	62	62	62
X44	Pearson Correlation	,300	,304	-,112
	Sig. (2-tailed)	,018	,016	,388
	N	62	62	62
X45	Pearson Correlation	,231	,060	-,072
	Sig. (2-tailed)	,071	,643	,576
	N	62	62	62
X46	Pearson Correlation	-,059	-,250	,442**
	Sig. (2-tailed)	,651	,050	,000
	N	62	62	62
X47	Pearson Correlation	-,001	-,028	,695**
	Sig. (2-tailed)	,995	,830	,000
	N	62	62	62
X48	Pearson Correlation	-,333**	-,446**	,414**
	Sig. (2-tailed)	,008	,000	,001
	N	62	62	62
X49	Pearson Correlation	-,336**	-,091	,437**
	Sig. (2-tailed)	,007	,480	,000
	N	62	62	62
X50	Pearson Correlation	-,379**	-,080	,503**
	Sig. (2-tailed)	,002	,537	,000
	N	62	62	62
X51	Pearson Correlation	-,345**	-,151	,438**
	Sig. (2-tailed)	,006	,242	,000
	N	62	62	62
X52	Pearson Correlation	-,123	-,090	,568**
	Sig. (2-tailed)	,340	,488	,000
	N	62	62	62

RELIABILITAS *IMPULSIVE BUYING*

TAHAP I

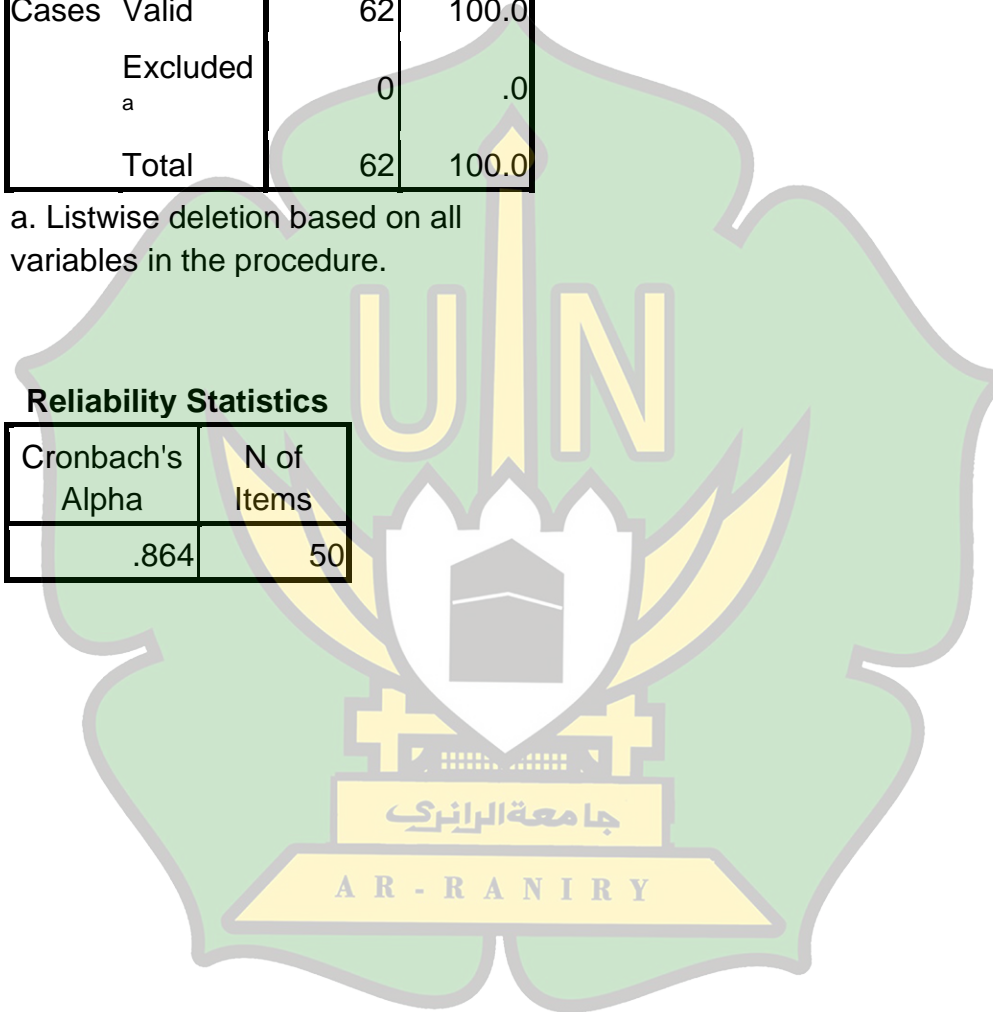
Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	62	100.0
Excluded a	0	.0
Total	62	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	50



TAHAP II

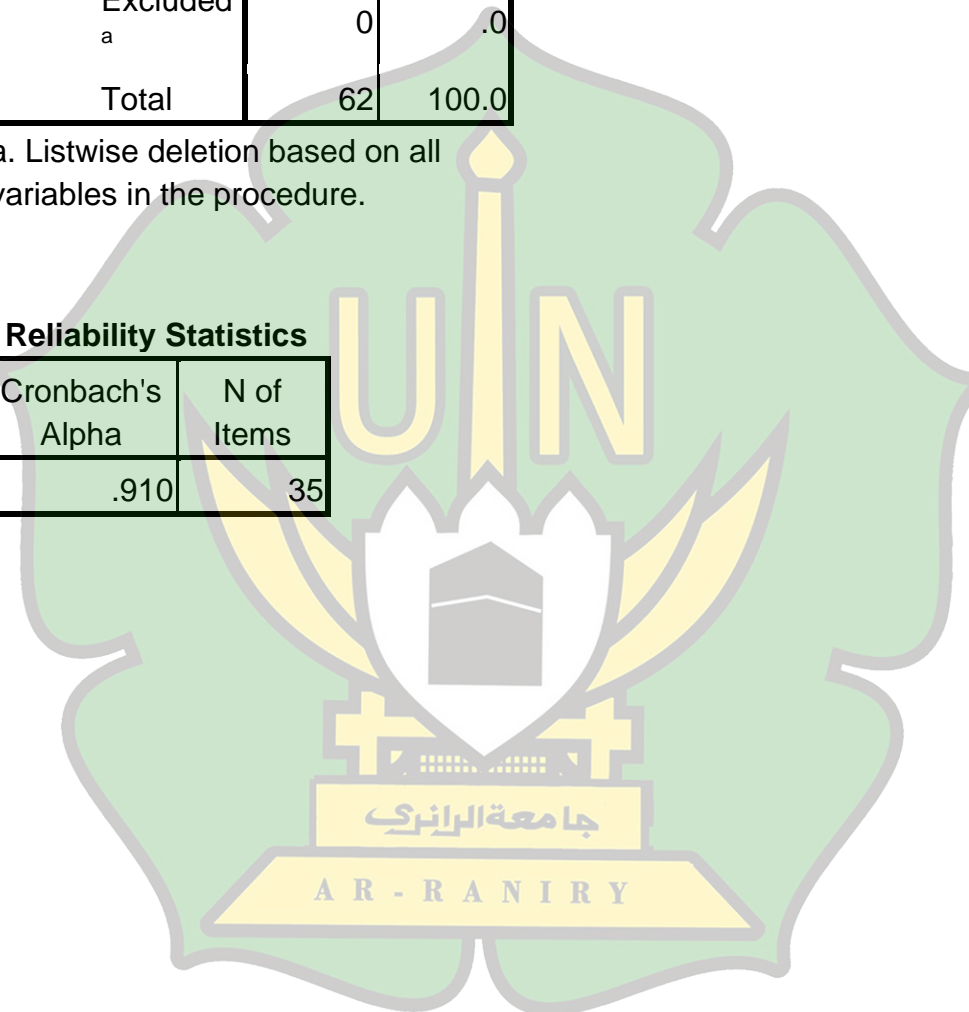
Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	62	100.0
Excluded a	0	.0
Total	62	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	35



RELIABILITAS KONTROL DIRI

TAHAP I

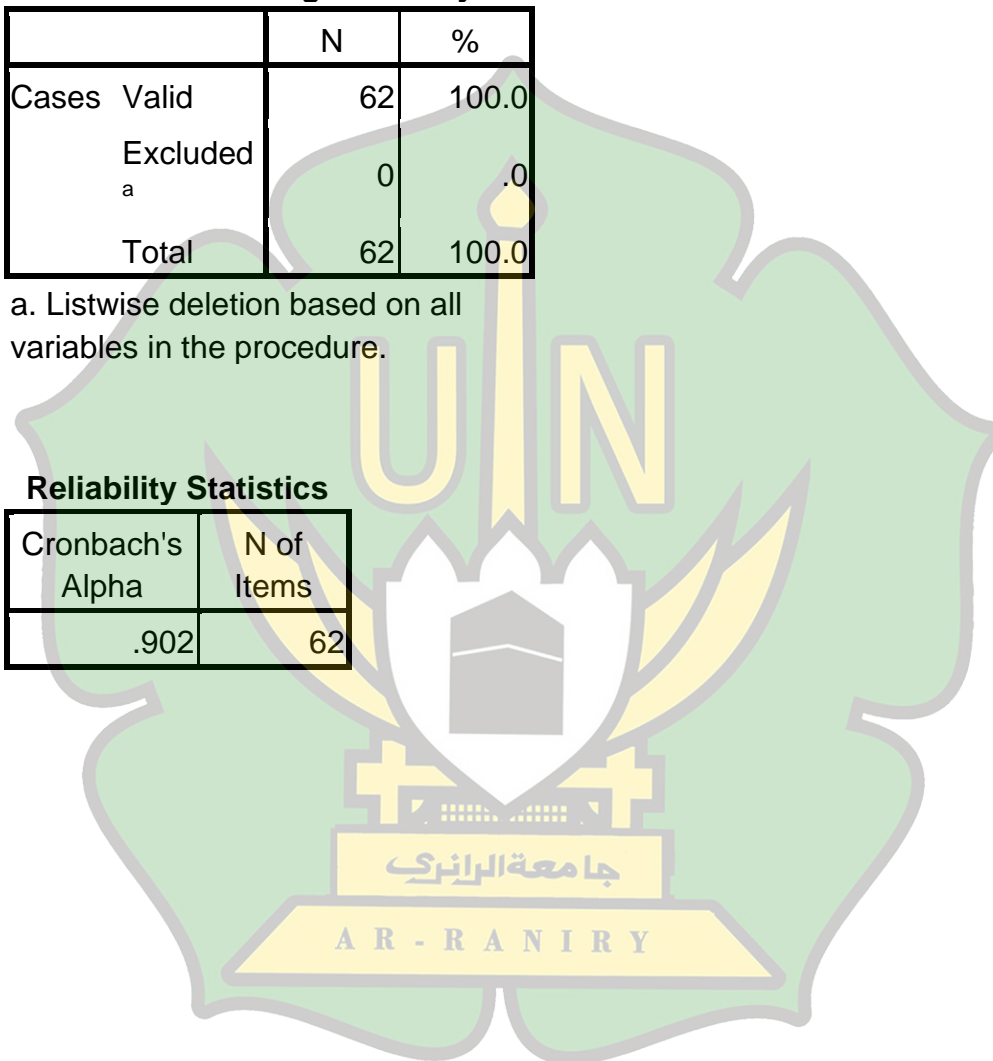
Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	62	100.0
Excluded a	0	.0
Total	62	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	62



TAHAP II

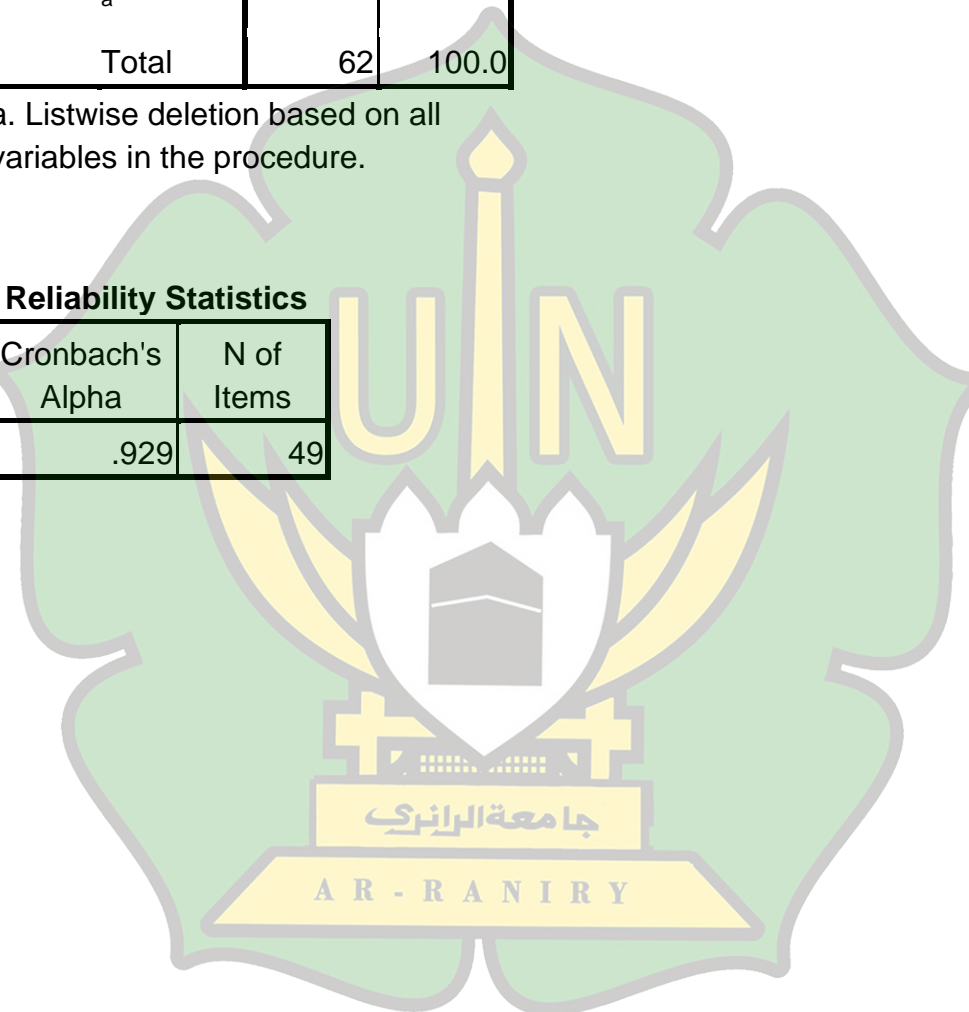
Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	62	100.0
Excluded a	0	.0
Total	62	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	49



KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum wr.wb
Dengan hormat,
Saya yang beridentitas di bawah ini:

Nama : Masdiana
Nim : 170901102
Fakultas/Prodi : Psikologi/Psikologi
Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-raniry

Memohon bantuan dan kesedian adik-adik sekalian untuk mengisi skala penelitian berikut dalam rangka tugas akhir saya. Pada pernyataan ini tidak ada jawaban benar atau salah, yang benar adalah adik-adik menjawab dengan jujur. oleh karena itu saya berharap adik mengisi dengan jujur, spontan, dan sesuai dengan kondisi saat ini. Jawaban dan data yang adik-adik berikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk penelitian.

Saya mengucapkan banyak terima kasih atas kerjasama adik-adik dalam penelitian ini. Semoga penelitian ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Semoga adik-adik sehat selalu apa yang dicita-cita kan tercapai.

Hormat saya,

Masdiana

PERSETUJUAN RESPONDEN

Saya sebagai responden menyetujui untuk membagikan informasi tentang diri saya dengan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

IDENTITAS

Nama/Inisial :

Jenis kelamin :

Usia :

Kelas :

Pekerjaan Orang Tua :

Demikianlah pernyataan ini saya buat untuk di gunakan seperlunya.

Blang Pidie,

2022

جامعة ارانيري

A R - R A N I R Y

PETUNJUK PENGISIAN

Karakteristik Partisipan:

3. Siswa/ Siswi yang memiliki aplikasi seperti instgram/ Facebook/ Shopee/ Whatsapp dan sejenisnya.

4. Minimal 1 kali dalam sebulan

➤ Berapa kali adik-adik berbelanja *online* dalam satu bulan?

Tandai satu Oval saja

- Tidak Pernah
- 1 kali dalam sebulan
- 2 kali dalam sebulan
- lebih dari 2 kali sebulan

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan yang menggambarkan segala sesuatu tentang diri adik-adik sekalian. Baca dan pahami setiap pernyataan yang ada. Kemudian berilah tanda Checklist (√) pada kolom jawaban yang disamping pernyataan ini yang telah disediakan, yang paling sesuai dengan keadaan adik-adik saat ini.

Adapun pilihan jawaban tersebut adalah :

SS= jika adik-adik **Sangat Setuju** dengan pernyataannya

S= jika adik-adik **Setuju dengan** pernyataannya

TS=jika adik-adik **Tidak Setuju** dengan pernyataannya

STS=jika adik-adik **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataannya

Usahakan untuk tidak melewati satu nomor pun dalam memberi jawaban pada pernyataan-pernyataan ini.

Berikan tanda √ (Checklist) pada jawaban yang Adik-adik anggap paling sesuai.

Contoh pengisian kuensioner:

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu membeli barang tanpa perencanaan		√		

Jika adik-adik ingin menggantikan jawaban, adik-adik bisa berikan tanda X (silang) pada kolom jawaban yang adik anggap salah dan berikan tanda √ (Checklist) pada kolom yang adik anggap paling sesuai.

Contoh Koreksi Jawaban:

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu membeli barang tanpa perencanaan		✗		√

😊😊 SELAMAT MENERJAKAN 😊😊

جامعة الرانيري

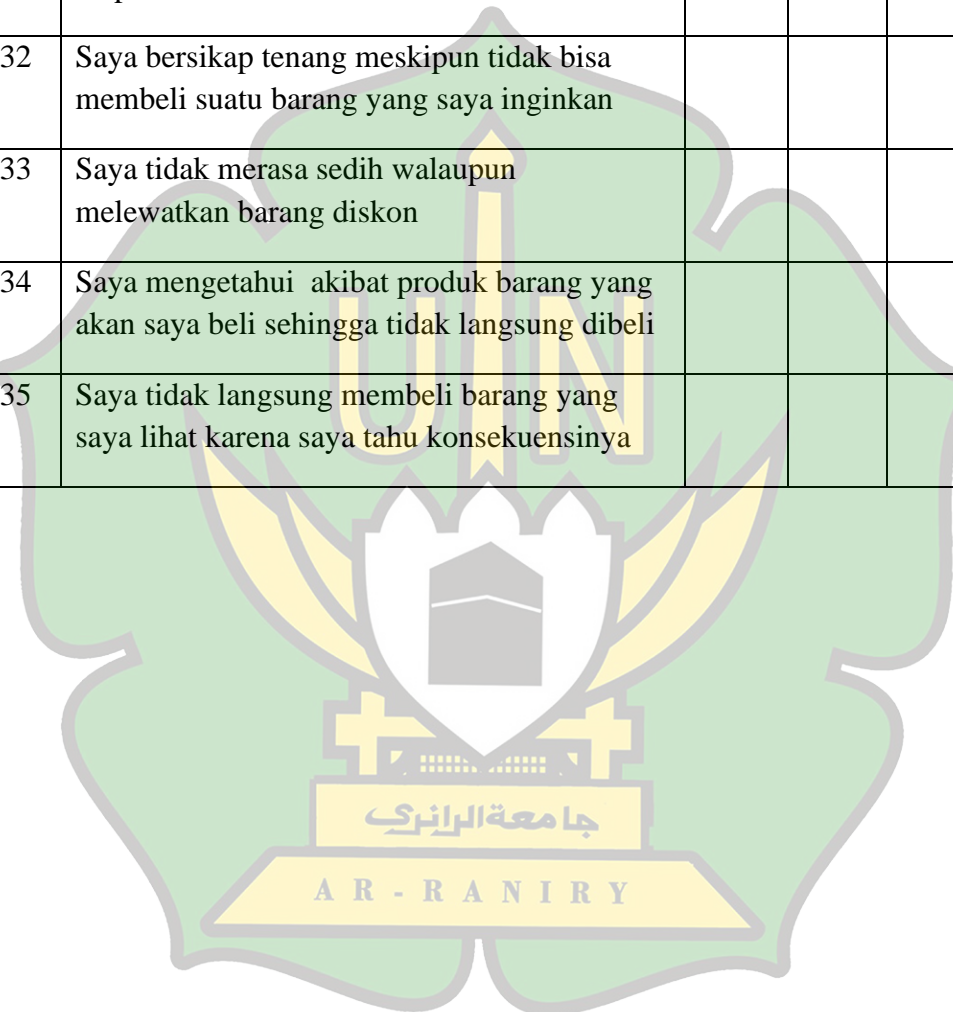
A R - R A N I R Y

SKALA *IMPULSVE BUYING*

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya langsung membeli barang yang saya suka agar merasa senang				
2	Saya langsung ingin membeli barang yang bagus ketika lewat sekilas di media sosial				
3	Saya tetap membeli barang yang ditawarkan secara tiba-tiba oleh teman saya meskipun tidak dipakai				
4	Saya tidak langsung membeli barang meskipun saya ingin membelinya				
5	Saya tidak membeli barang secara tiba-tiba apalagi yang tidak dipakai untuk masa depan				
6	Hati saya menjadi senang setelah membeli barang meskipun tidak dibutuhkan				
7	Saya menghibur diri dengan membeli barang yang saya sukai				
8	Saya langsung ingin membeli barang yang sedang diskon				
9	Saya tidak mempunyai tujuan yang jelas ketika membeli barang				
10	Ketika ada iklan tentang produk <i>fashion</i> saya langsung membelinya meskipun barang tersebut dapat terpakai atau tidak				
11	Saya bisa menahan diri tidak membeli walaupun keluaran terbaru				
12	Saya tidak langsung tergoda dengan penawaran harga meskipun saya inginkan				
13	saya memilih barang yang telah saya rencanakan untuk dibeli				

14	Saya tidak membeli secara tiba-tiba dengan iklan yang menarik walaupun barangnya sangat berguna untuk yang akan datang				
15	Saya harus membeli barang yang saya sukai meskipun pinjam uang pada orang lain				
16	Membeli beberapa barang diluar rencana membuat saya lebih puas				
17	Saya tetap membeli barang meskipun suasana hati tidak baik				
18	Saya sering membeli barang tanpa pertimbangan terlebih dahulu				
19	Saya membeli barang tidak direncanakan sebelumnya				
20	Saya tidak membeli jika tidak ada uang meskipun barang itu saya sukai				
21	Saya tidak membeli barang dalam keadaan suasana hati yang tidak baik				
22	saya membeli barang dengan pertimbangan yang matang				
23	Saya membeli barang sesuai dengan perencanaan sebelumnya				
24	Saya harus membeli barang yang lucu-lucu karena saya sangat ingin membelinya				
25	Saya tidak melihat harganya berapa tapi saya puas dengan barang yang saya beli				
26	Saya membeli barang tanpa melihat kualitasnya				
27	Saya membeli barang tanpa alasan				
28	saya melihat kualitas suatu barang yang akan dibeli				

29	Saya marah ketika tidak diberikan uang untuk membeli sesuatu yang saya inginkan				
30	saya tidak memikirkan konsekuensi produk yang akan saya beli				
31	saya sering membeli barang dengan spontan tanpa memikirkan konsekuensi				
32	Saya bersikap tenang meskipun tidak bisa membeli suatu barang yang saya inginkan				
33	Saya tidak merasa sedih walaupun melewati barang diskon				
34	Saya mengetahui akibat produk barang yang akan saya beli sehingga tidak langsung dibeli				
35	Saya tidak langsung membeli barang yang saya lihat karena saya tahu konsekuensinya				



SKALA KONTROL DIRI

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya mampu mentaati peraturan sekolah				
2	Saya membuat perencanaan untuk mencapai target				
3	Saya tidak peduli bila saya telat bangun				
4	Saya tidak memikirkan dampak keputusan yang saya ambil				
5	Saya sering beli makanan siap saji				
6	Saya sering melanggar peraturan sekolah				
7	Saya tidak memiliki perencanaan untuk pencapaian yang saya inginkan				
8	Saya selalu membuat catatan kecil untuk kegiatan sehari-hari agar tidak lupa				
9	Saya selalu mengulang pelajaran agar mudah menjawab ketika ujian				
10	Saya mampu mencari bahan tambahan untuk belajar agar mendapatkan nilai yang bagus				
11	Saya menepati janji yang saya buat				
12	Terkadang saya lupa dengan kegiatan yang akan dilakukan				
13	Saya tidak memikirkan konsekuensi saat ujian sehingga saya tidak mengulang pelajaran yang sudah dibahas				
14	Saya selalu tidur setelah sholat subuh				
15	Saya selalu mengandalkan bahan pelajaran yang diberikan oleh guru saja				
16	Saya sering melanggar janji yang sudah saya				

	buat sendiri				
17	Saya selalu tepat waktu pergi kesekolah				
18	Saya mengerjakan PR dengan teliti				
19	Saya mengurangi kegiatan aktifitas dimedia sosial ketika malam hari				
20	Saya menyelesaikan tugas terlebih dahulu setelah itu saya akan bermain dengan teman				
21	Saya orang yang tepat waktu				
22	Saya mengerjakan PR dengan buru-buru				
23	Saya senang melihat media sosial sampai berjam-jam				
24	Saya memilih nongkrong terlebih dahulu meskipun tugas belum selesai				
25	Saya sering terlambat meskipun sudah berjanji				
26	Saya fokus saat mengerjakan tugas				
27	Saya melakukan pengecekan kembali ketika mengerjakan tugas				
28	Saya akan membeli barang yang sudah mendapatkan izin BPOM				
29	Saya mematikan <i>handphone</i> ketika melakukan pekerjaan				
30	Saya tidak fokus saat mengerjakan tugas				
31	Saya sering mengerjakan tugas dengan tiba-tiba tanpa mengecek lagi				
32	Ketika melakukan pekerjaan saya akan bermain <i>handphone</i>				
33	Saat mengerjakan tugas saya mampu menyelesaikannya				

34	Saya fokus dengan satu pekerjaan yang menjadi tanggung jawab saya				
35	Saya lebih baik tidur tepat waktu dari pada bergadang				
36	Saya mengerjakan suatu tugas dengan semaksimal mungkin				
37	Saya lebih baik main game dari pada menyicil PR				
38	Saya mengerjakan tugas ketika keadaan sedang mendesak saja				
39	Saya mengerjakan tugas dengan konsentrasi penuh				
40	Walapun diberi tugas yang bukan bidangnya namun saya tetap fokus				
41	Saya lebih baik istirahat siang dari pada main				
42	Saya akan melakukan tugas sesuai yang di berikan				
43	Saya mengerjakan PR dengan bermalas-malasan				
44	Saat diberi pekerjaan yang bukan dibidangnya, saya mudah teralihkan sehingga tidak maksimal mengerjakannya				
45	Saya lebih baik main <i>handphone</i> berjam-jam dari pada istirahat siang				
46	Jika ada tugas saya akan menundanya				
47	Saya menyelesaikan masalah dengan tenang tanpa marah				
48	Saya tetap fokus belajar meskipun teman bermain dikelas				

49	Saya selalu ikut ajakan teman meskipun sedang belajar				
----	---	--	--	--	--



TABULASI DATA PENELITIAN IMPULSIVE BUYING

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y29	Y30	Y31	Y32	Y33	Y34	Y35	Total
1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	75	
2	4	3	2	2	4	1	3	4	1	1	1	2	4	3	2	4	3	2	1	2	2	2	3	3	2	1	3	3	3	1	3	3	4	2	3	87
3	3	2	1	2	2	1	3	3	1	1	4	4	2	4	1	3	1	1	3	2	3	2	2	1	3	1	1	3	1	1	1	2	2	4	2	73
4	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	89
5	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	75
6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	72
7	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	84
8	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4	1	2	3	3	2	4	4	3	2	3	2	3	3	3	104
9	4	3	3	3	2	2	4	4	2	4	3	1	1	1	2	2	2	3	3	1	3	2	1	3	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	1	86
10	2	3	4	2	2	3	4	3	2	4	1	2	1	2	2	2	2	3	3	1	1	1	2	3	4	3	2	4	2	3	3	2	1	2	2	83
11	3	2	2	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	84
12	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	3	2	1	1	2	2	2	2	67
13	3	3	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	3	1	3	2	1	2	2	1	2	3	1	2	3	4	3	2	1	2	2	1	2	3	66
14	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	91
15	2	2	2	2	1	1	1	3	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	4	2	1	3	2	1	1	3	1	1	1	1	1	4	1	57
16	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	4	1	1	1	2	2	2	2	74
17	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	76
18	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	77
19	3	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2	2	56
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	74
21	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	75
22	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2	71

23	1	1	1	2	4	1	3	3	3	1	4	2	2	4	1	3	1	1	1	2	4	2	2	3	3	1	1	3	1	1	2	2	2	2	71		
24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	73		
25	1	1	1	2	2	4	2	4	1	1	4	4	4	4	1	4	4	3	3	3	1	3	1	1	4	2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	91	
26	3	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	1	75		
27	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4	4	3	1	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	2	4	2	4	4	2	3	3	3	111	
28	4	3	2	1	2	4	2	3	1	2	1	2	3	1	1	4	1	3	2	1	2	1	3	3	1	4	3	2	3	1	4	3	2	1	4	80	
29	3	2	2	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	75	
30	4	3	3	3	2	2	4	4	2	4	3	1	1	1	2	2	2	3	3	1	3	2	1	3	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	1	86	
31	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	4	4	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	86		
32	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	80	
33	1	2	2	2	1	4	3	3	2	3	1	2	2	2	1	3	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	1	4	1	1	1	2	2	2	2	71	
34	2	2	2	1	3	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	3	1	3	3	2	1	4	1	3	1	4	66	
35	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	77	
36	3	1	1	1	1	1	3	2	2	1	2	1	2	2	1	2	3	1	4	1	2	1	1	3	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	2	60	
37	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	1	1	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	1	1	2	69
38	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	78
39	3	1	1	2	1	1	1	4	1	1	1	3	1	2	1	3	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	4	1	1	1	1	4	2	1	57	
40	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1	1	3	1	2	2	2	2	1	1	3	3	2	2	2	2	3	2	4	2	1	1	1	1	1	68	
41	4	2	2	4	4	1	2	1	3	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	1	1	2	4	1	1	2	4	1	3	2	79
42	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	83	
43	2	4	3	4	3	4	3	1	4	2	4	1	2	4	4	4	2	3	1	1	3	2	2	2	3	2	4	3	4	2	1	1	3	1	2	91	
44	3	2	4	4	1	3	2	1	4	3	1	1	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	2	2	101
45	4	4	3	1	2	4	3	4	3	4	2	1	1	2	3	4	3	3	4	2	1	2	1	3	3	3	4	3	4	4	3	2	2	1	2	95	
46	4	3	4	3	1	2	3	2	3	4	2	1	2	3	4	3	2	4	4	2	3	1	3	4	3	2	4	2	1	4	3	1	3	1	3	94	
47	3	2	2	2	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	1	2	3	2	2	2	4	2	1	2	84	
48	3	2	2	2	4	4	3	3	1	4	3	1	2	1	3	4	3	2	4	2	1	2	3	4	2	4	1	4	1	4	3	1	2	2	3	90	

49	3	2	2	2	4	4	3	3	1	4	3	3	2	1	2	4	4	2	1	4	3	2	2	3	4	1	1	4	2	2	3	2	2	3	3	91	
50	3	2	2	2	3	1	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	75	
51	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	84	
52	4	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	3	1	3	3	84	
53	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	1	1	4	1	1	2	2	2	1	2	60	
54	2	3	1	1	3	2	4	4	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	3	3	1	1	2	2	2	2	4	1	1	3	1	2	4	1	70	
55	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	73	
56	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	76	
57	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	78	
58	1	1	2	1	1	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	4	2	2	1	2	2	2	2	3	66	
59	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	69	
60	3	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	1	1	1	1	2	2	3	2	63
61	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	78	
62	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	70	
63	2	2	1	2	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	4	2	1	1	2	2	2	2	64	
64	2	2	1	2	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	4	2	1	1	2	2	2	2	64	
65	3	2	2	3	4	1	3	3	2	3	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	3	3	2	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1	67	
66	4	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	1	1	3	3	2	2	4	2	2	2	2	3	3	3	2	83
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	72	
68	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	81
69	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	3	4	4	2	1	2	2	1	2	2	2	4	4	4	3	94	
70	2	2	1	3	2	2	3	3	2	1	2	2	1	2	3	3	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	1	2	2	72	
71	2	2	1	1	1	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	1	2	2	68
72	2	2	1	3	2	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	2	1	2	2	71
73	3	2	1	2	2	3	4	4	1	1	3	3	4	4	1	1	1	3	3	4	2	1	2	3	2	1	1	4	2	1	2	3	2	2	2	80	
74	2	2	1	2	1	2	3	3	2	1	3	2	1	2	2	3	2	1	2	3	3	1	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	2	1	3	3	74

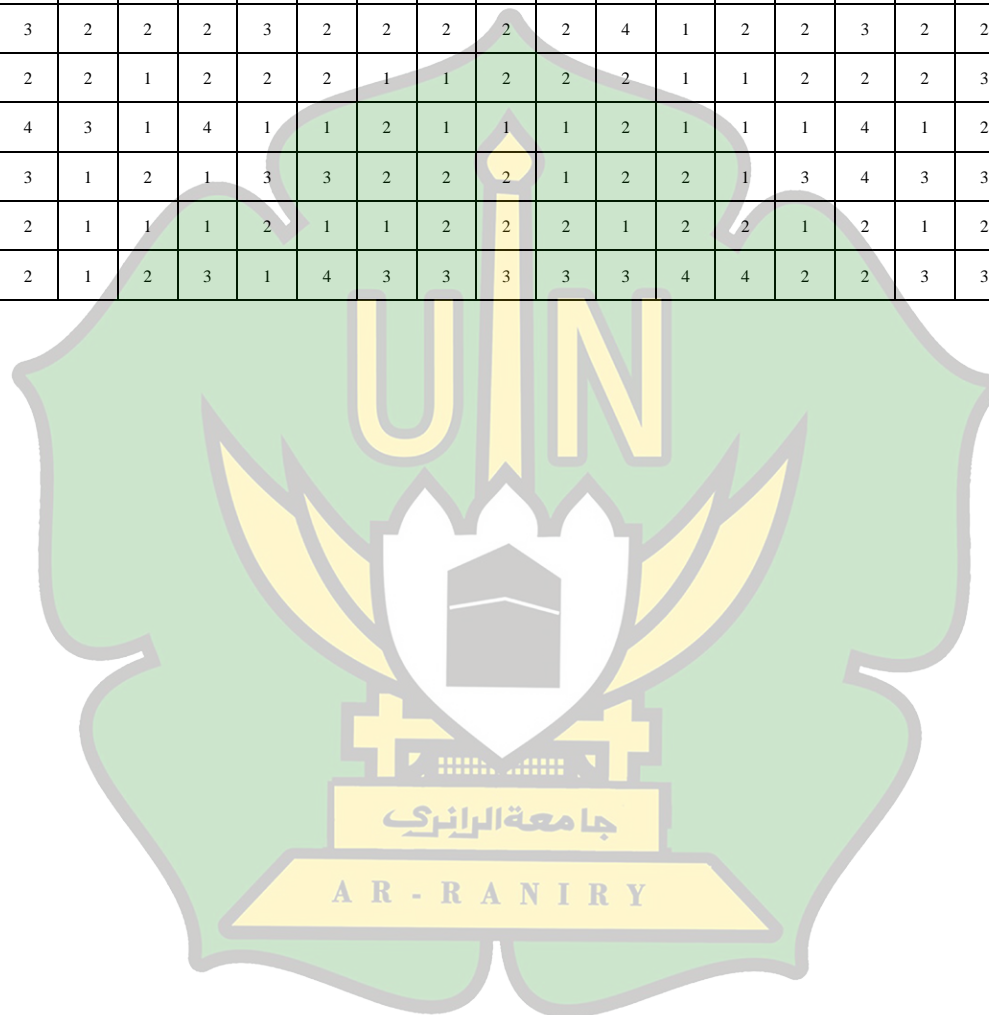
75	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	3	2	2	2	4	3	2	1	2	2	1	4	64
76	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	82	
77	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	79	
78	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	81	
79	4	3	3	3	2	2	4	4	2	4	3	1	1	1	2	2	2	3	3	1	3	2	1	3	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	1	86
80	4	3	2	3	2	2	4	2	2	3	3	2	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	1	2	2	81
81	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	86
82	3	3	2	2	1	2	3	3	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	1	1	4	1	1	1	2	2	2	1	64
83	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	2	48
84	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	74
85	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	1	3	2	2	74	
86	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	3	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	55
87	3	1	2	4	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	4	95	
88	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	3	3	2	1	4	1	2	2	2	1	1	1	60
89	2	2	1	2	1	2	2	3	3	2	4	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	2	1	2	73
90	3	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	4	4	2	2	4	2	2	3	1	2	2	2	72
91	4	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	4	3	2	4	4	3	2	3	2	3	3	2	99
92	2	2	1	2	1	2	3	3	2	2	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1	3	1	2	2	2	2	2	2	61
93	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	3	1	3	2	1	4	3	2	1	4	2	3	4	1	83	
94	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	2	2	2	2	2	2	69
95	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	1	1	1	69
96	3	2	2	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	81
97	3	3	3	2	3	1	3	4	3	3	3	2	1	2	3	4	3	2	1	3	1	2	3	1	3	4	3	2	1	2	3	1	2	3	4	87
98	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	1	2	3	1	4	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	80
99	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3	2	2	1	1	3	4	1	1	2	2	77	
100	2	1	1	4	4	2	3	2	1	1	3	4	3	4	1	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	3	2	3	4	2	1	2	1	1	1	78

101	2	2	1	1	1	4	3	3	2	1	3	2	1	2	2	3	2	1	2	3	3	1	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	1	2	2	73	
102	2	3	2	3	2	4	3	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	1	2	3	3	1	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	1	3	3	81	
103	4	4	3	2	3	1	2	2	3	4	2	2	2	3	1	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	1	2	2	1	1	2	94		
104	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	45		
105	2	2	1	2	1	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	1	2	2	69		
106	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	78		
107	3	2	2	1	1	2	3	4	2	1	3	2	1	4	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	4	2	2	3	1	2	2	1	2	2	73		
108	3	1	1	2	2	1	4	2	1	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	1	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	79	
109	4	3	2	2	1	2	4	3	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	3	3	1	2	4	1	2	2	1	1	1	1	69	
110	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	2	1	3	1	3	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	75	
111	3	2	2	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2	3	1	2	2	2	2	1	2	1	2	3	1	1	1	4	1	1	1	2	2	2	2	61	
112	3	2	2	2	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	2	1	1	4	1	1	1	2	1	2	2	64	
113	4	2	1	2	4	1	2	3	2	1	3	4	1	3	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	4	2	1	2	1	2	3	2	69	
114	4	3	1	3	4	2	2	3	2	2	2	3	2	4	1	1	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	1	1	2	2	74	
115	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	66	
116	3	3	2	1	2	4	3	2	4	3	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	1	2	3	2	2	3	3	3	2	4	3	2	3	89	
117	3	4	2	3	4	4	2	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	1	2	2	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	2	99
118	2	2	2	3	4	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	91	
119	2	2	1	1	4	2	2	4	3	2	2	2	1	1	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	84	
120	3	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	87	
121	3	3	2	4	4	2	3	3	1	1	2	2	2	4	1	1	2	2	2	4	2	2	2	3	2	3	1	3	1	2	3	2	2	3	4	83	
122	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	64	
123	2	3	1	2	4	1	4	4	2	4	2	2	1	4	1	1	1	1	2	4	3	4	3	2	3	2	1	4	1	1	1	1	1	4	4	81	
124	4	2	1	3	4	1	1	2	1	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	3	4	2	2	2	4	1	1	3	1	1	1	2	2	4	2	80	
125	4	2	1	2	4	1	2	3	2	1	3	4	1	3	1	2	1	2	1	1	2	3	2	2	1	2	1	4	2	1	2	1	2	3	2	71	
126	4	1	1	2	2	1	3	3	1	1	2	2	2	2	3	4	4	1	3	1	3	2	3	4	1	4	3	3	3	1	3	1	3	1	4	82	

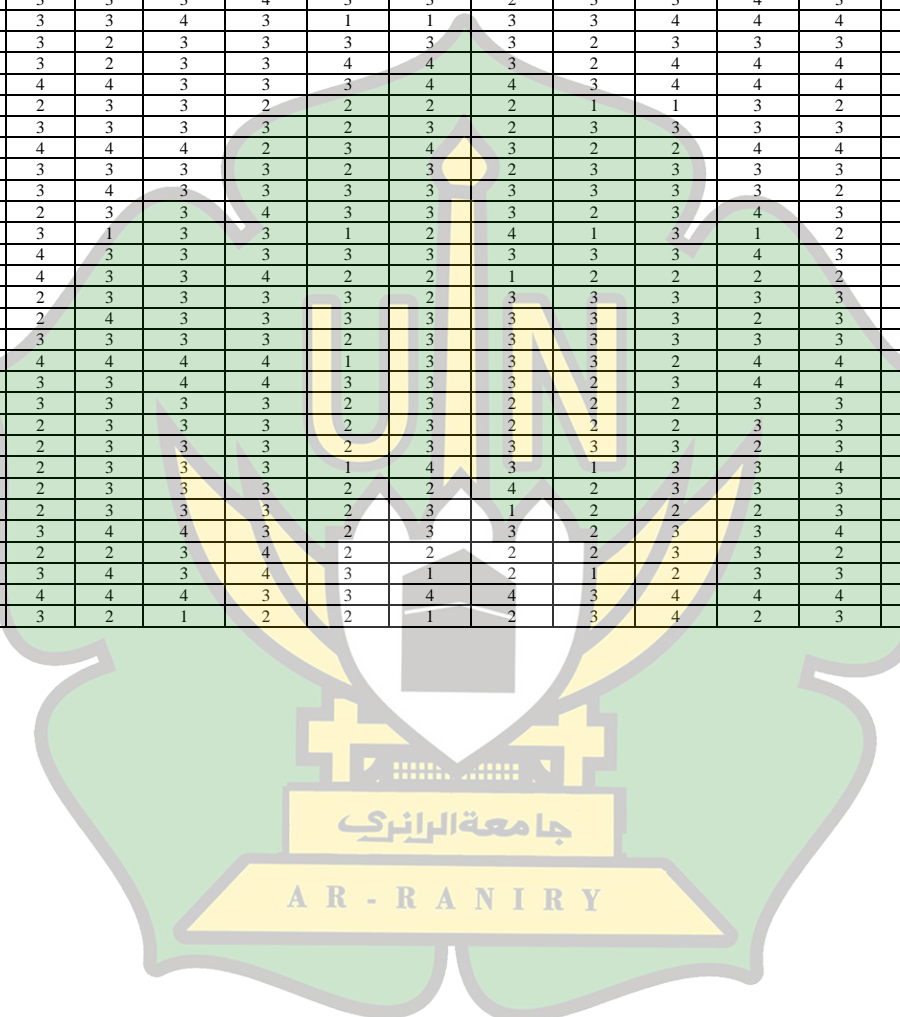
127	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	3	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	1	51	
128	4	2	2	1	2	1	4	3	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2	1	3	1	1	4	1	3	1	2	2	2	1	68
129	3	2	2	1	4	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	1	3	1	2	2	1	2	2	2	73
130	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3	2	2	1	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	1	2	3	87
131	3	2	2	1	1	2	3	2	1	1	4	2	2	1	2	2	2	3	3	1	2	2	2	3	3	2	2	1	1	2	2	1	3	3	2	71
132	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	76
133	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	74
134	2	2	2	1	1	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	1	1	3	3	2	2	4	2	2	1	3	2	1	2	2	73	
135	2	1	1	2	4	2	3	2	2	1	1	1	2	3	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	4	1	1	1	2	2	1	3	66
136	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	80
137	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	1	3	2	1	2	4	1	2	2	2	2	3	3	74	
138	4	4	4	1	1	1	1	2	3	2	4	2	1	3	1	4	1	3	1	2	3	1	3	3	2	4	1	4	2	4	3	3	1	3	1	83
139	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	4	1	2	2	2	2	2	2	1	71
140	3	2	2	3	4	2	4	1	2	3	1	3	2	4	1	4	3	3	3	2	3	1	1	1	4	2	2	4	1	1	3	2	2	1	4	84
141	3	2	1	2	4	1	3	2	2	1	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	3	1	1	1	2	2	2	2	70
142	3	1	1	2	1	2	3	3	2	1	2	1	1	1	1	3	2	1	3	1	3	1	1	3	3	1	2	4	1	1	1	1	3	2	1	63
143	3	1	1	2	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	4	4	2	1	4	1	1	4	1	1	1	1	61
144	3	2	2	2	4	2	3	3	1	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	4	4	2	2	2	2	2	82
145	4	3	2	4	1	2	3	4	1	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	3	3	1	2	4	2	2	3	2	2	2	3	81
146	3	2	2	2	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	80
147	3	2	2	2	4	2	3	3	1	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	84
148	3	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	70
149	4	3	2	1	2	4	3	2	4	3	3	1	3	1	2	4	2	4	3	1	3	4	1	3	2	4	2	3	4	3	2	1	3	1	3	91
150	4	2	4	1	1	2	4	4	2	2	1	1	3	1	4	3	2	3	4	1	1	1	3	2	4	3	2	4	1	4	3	1	1	2	3	84
151	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	73
152	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	74

179	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	4	2	2	2	2	1	2	2	1	4	1	2	2	2	2	1	2	63					
180	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	52			
181	3	2	2	1	1	1	2	2	4	3	1	1	1	4	1	1	2	2	2	1	1	1	1	3	4	1	2	4	1	1	2	1	1	1	62		
182	3	2	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	3	4	3	3	2	2	2	4	2	3	2	4	3	3	2	2	1	1	2	2	3	2	3	84	
183	2	2	1	2	1	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	2	1	2	2	69	
184	3	1	1	2	4	1	4	4	1	1	2	2	2	4	1	2	2	1	2	1	1	1	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	70	
185	2	2	1	2	1	2	3	3	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	3	4	2	2	2	2	1	2	2	68	
186	4	4	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	2	2	3	3	2	90	
187	2	3	2	3	2	4	3	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	1	2	3	3	1	2	3	2	2	1	3	4	2	2	2	2	1	3	3	81
188	4	3	1	2	4	2	3	4	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	3	1	2	1	1	3	2	1	2	4	1	2	1	2	1	2	2	69	
189	3	4	2	3	2	2	3	1	1	3	3	4	2	3	1	2	2	1	2	4	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	1	3	3	1	2	81	
190	4	2	2	2	2	2	3	4	1	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	78
191	4	3	2	1	1	3	3	1	2	3	2	2	1	3	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	3	1	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	72
192	4	2	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	78
193	4	3	2	3	3	1	3	4	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	3	3	1	1	4	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	84
194	3	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	3	2	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1	2	2	1	4	1	2	1	2	2	2	2	2	61
195	3	2	2	2	2	2	3	2	1	3	4	2	3	4	3	4	3	3	1	2	3	2	2	2	3	2	4	3	2	3	1	2	3	2	4	89	
196	4	2	2	3	4	2	3	3	2	1	3	3	1	2	1	2	3	2	2	1	3	2	2	1	3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	78	
197	3	4	2	3	4	1	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	1	4	4	1	2	3	3	2	2	2	1	3	3	2	3	4	2	91	
198	3	2	1	2	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	1	2	3	3	2	3	1	1	2	2	1	1	4	1	1	1	1	2	1	2	2	63	
199	3	2	2	2	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	2	1	1	4	1	1	1	1	2	1	2	2	64
200	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	80	
201	4	4	2	2	2	2	4	4	3	2	1	1	1	4	1	3	2	2	2	1	1	2	2	1	3	1	1	4	1	2	1	1	1	1	1	70	
202	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	1	1	3	2	1	2	4	1	2	2	2	2	3	3	69	
203	2	2	2	1	4	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	1	1	1	2	2	4	4	84	
204	2	2	2	4	1	2	3	2	2	1	1	2	1	2	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1	4	1	2	2	1	2	2	3	67	

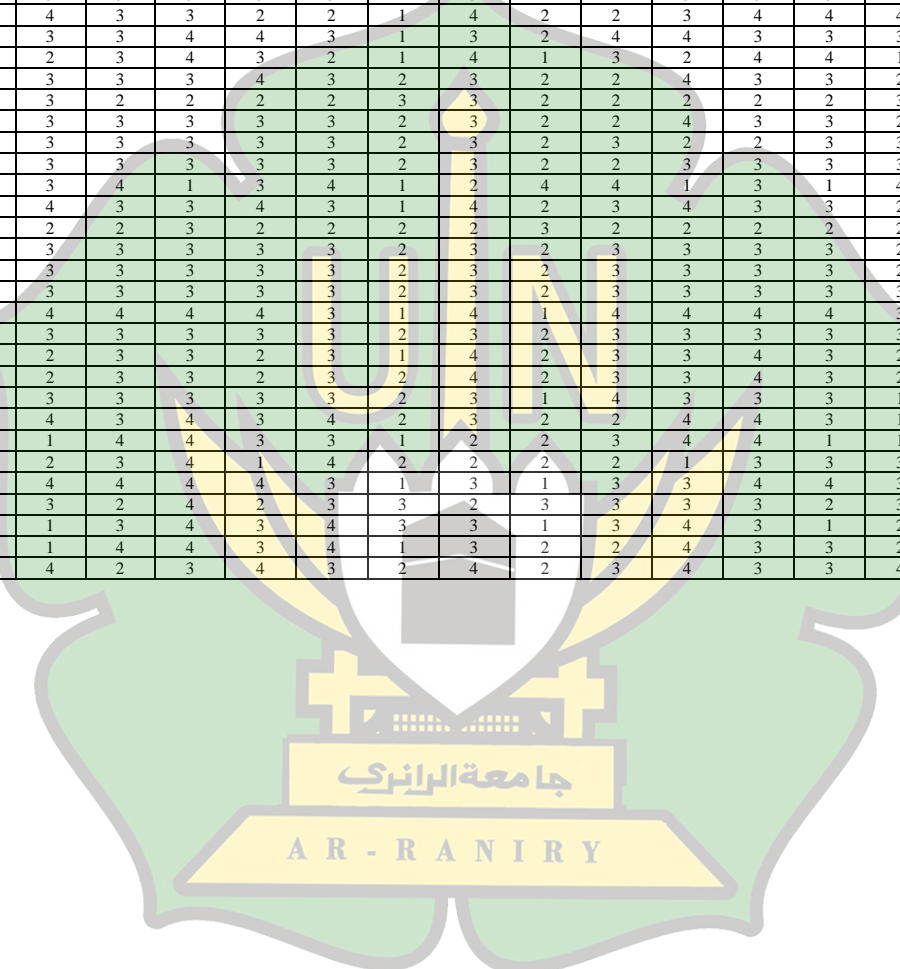
205	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	1	3	2	2	2	1	3	1	1	2	1	1	1	2	68
206	3	2	2	3	1	2	4	3	1	2	1	3	1	2	1	3	1	1	3	1	2	1	1	3	1	2	2	3	1	2	2	1	1	1	2	65
207	3	1	1	1	1	2	4	2	1	1	4	1	1	4	1	2	1	1	3	1	2	1	1	3	4	1	2	4	2	2	1	1	1	2	2	65
208	3	2	2	2	1	3	3	4	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	80
209	3	3	1	2	4	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	3	4	1	1	2	1	2	2	2	67
210	3	2	1	2	1	1	3	3	1	1	4	3	1	4	1	1	2	1	1	2	1	1	1	4	1	2	4	1	1	1	1	2	1	1	61	
211	3	3	2	2	1	3	3	4	3	4	3	1	2	1	3	3	2	2	2	1	2	2	1	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	1	2	89
212	3	3	2	2	1	2	2	3	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	3	1	2	3	1	1	2	2	61
213	3	1	1	3	2	4	3	2	1	2	2	1	2	3	1	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	94



178	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
179	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	3	2	3	4	2	2	4	4	3	4	3	2	2	3	2	3	2
180	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	3	2	3	2	2	3	2	
181	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2	2	3	4	3	1	2	4	4	4	2	
182	3	3	3	3	3	3	2	4	4	2	1	2	3	2	1	3	3	2	3	1	3	1	2	3	2	2	
183	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	
184	3	3	4	3	2	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	
185	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	1	1	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	
186	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	
187	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
188	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	
189	3	3	1	1	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	3	4	4	4	4	1	3	
190	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	
191	4	2	2	3	2	2	2	4	4	4	2	3	4	3	2	2	4	4	3	1	3	2	2	3	3	3	
192	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	
193	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
194	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	
195	3	4	3	2	4	2	3	3	1	3	3	1	2	4	1	3	1	2	3	4	3	3	4	2	2	1	
196	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	
197	4	1	2	2	3	1	4	4	3	3	4	2	2	1	2	2	2	2	4	4	1	2	2	2	2	2	
198	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	
199	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	
200	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	
201	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	1	3	3	3	2	4	4	4	3	1	3	4	3	3	
202	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	
203	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	
204	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	
205	3	3	4	4	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	
206	4	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	1	4	3	1	3	3	4	1	3	2	3	1	4	3	3	
207	4	1	2	4	2	4	4	2	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	2	
208	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	1	2	2	2	3	1	3	3	3	2	2	3	3	
209	3	4	2	3	3	1	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	
210	4	4	4	4	4	2	3	4	2	2	3	4	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	4	
211	1	4	2	1	3	2	1	3	4	3	4	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	
212	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	
213	4	3	3	4	3	2	1	3	2	1	2	2	1	2	3	4	2	3	4	3	2	4	1	2	3	3	



178	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	147
179	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	1	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	156
180	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	1	3	2	2	1	2	1	3	3	2	3	3	3	140
181	2	3	1	3	4	2	4	3	4	4	4	1	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	150
182	2	2	1	2	2	3	2	4	1	2	3	2	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	1	2	118
183	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	1	3	1	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	170
184	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	145
185	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	1	3	1	1	2	2	1	2	3	4	3	4	4	4	155
186	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	140
187	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	1	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	1	162
188	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	1	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	166
189	4	3	4	4	2	4	2	3	4	4	3	2	1	4	1	3	2	4	4	1	3	1	2	4	130
190	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	2	3	135
191	4	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	3	4	134
192	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	2	3	134
193	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	143
194	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	145
195	3	2	3	1	2	2	3	4	1	3	4	1	2	2	4	4	1	3	1	4	2	4	3	2	126
196	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	1	4	2	3	4	3	3	2	4	4	3	2	4	154
197	2	2	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	116
198	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	140
199	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	141
200	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	138
201	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	1	4	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	166
202	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	154
203	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	1	4	2	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	129
204	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	4	2	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	126
205	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	3	1	3	2	3	3	3	140
206	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	2	4	4	3	1	4	3	3	4	4	150
207	3	3	4	4	2	2	1	4	4	3	3	1	2	2	3	4	4	1	1	4	2	3	2	4	136
208	3	3	2	2	3	3	2	3	4	1	4	2	2	2	2	1	3	3	3	3	4	4	4	1	127
209	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	1	3	1	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	157
210	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	134
211	3	4	3	2	1	2	1	3	4	3	4	3	3	1	3	4	3	1	2	2	1	2	3	1	120
212	4	3	4	4	3	3	1	4	4	3	4	1	3	2	2	4	3	3	2	4	3	1	4	4	160
213	1	2	3	4	2	3	4	2	3	4	3	2	4	2	3	4	3	3	4	3	1	3	2	4	133



KATEGORISASI

IMPULSIVE BUYING

Statistics

kat_y

N	Valid	213
	Missing	0

kat_y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	34	16.0	16.0	16.0
	2	150	70.4	70.4	86.4
	3	29	13.6	13.6	100.0
Total		213	100.0	100.0	

KONTROL DIRI

Statistics

kat_x

N	Valid	213
	Missing	0

kat_x

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	29	13.6	13.6	13.6
	2	152	71.4	71.4	85.0
	3	32	15.0	15.0	100.0
Total		213	100.0	100.0	

DATA EMPERIK VARIABEL *IMPULSVE BUYING* DAN KONTROL DIRI

Frequencies

		Statistics	
		impulsive buying	kontrol diri
N	Valid	213	213
	Missing	0	0
Mean		75.7934	140.3615
Median		75.0000	139.0000
Mode		84.00	126.00 ^a
Std. Deviation		10.56760	15.62249
Variance		111.674	244.062
Skewness		.076	.391
Std. Error of Skewness		.167	.167
Kurtosis		.314	-.246
Std. Error of Kurtosis		.332	.332
Minimum		45.00	106.00
Maximum		111.00	183.00
Sum		16144.00	29897.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

IMPULSIVE BUYING DAN KONTROL DIRI

Frequency Table

impulsive buying

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	45	1	.5	.5	.5
	48	1	.5	.5	.9
	51	1	.5	.5	1.4
	52	1	.5	.5	1.9
	55	2	.9	.9	2.8
	56	1	.5	.5	3.3
	57	2	.9	.9	4.2
	60	3	1.4	1.4	5.6
	61	6	2.8	2.8	8.5
	62	1	.5	.5	8.9
	63	4	1.9	1.9	10.8
	64	9	4.2	4.2	15.0
	65	2	.9	.9	16.0
	66	5	2.3	2.3	18.3
	67	5	2.3	2.3	20.7
	68	6	2.8	2.8	23.5
	69	11	5.2	5.2	28.6
	70	8	3.8	3.8	32.4
	71	8	3.8	3.8	36.2
	72	5	2.3	2.3	38.5
	73	11	5.2	5.2	43.7
	74	9	4.2	4.2	47.9
	75	7	3.3	3.3	51.2
	76	4	1.9	1.9	53.1

77	3	1.4	1.4	54.5
78	9	4.2	4.2	58.7
79	3	1.4	1.4	60.1
80	10	4.7	4.7	64.8
81	11	5.2	5.2	70.0
82	5	2.3	2.3	72.3
83	7	3.3	3.3	75.6
84	16	7.5	7.5	83.1
85	2	.9	.9	84.0
86	5	2.3	2.3	86.4
87	5	2.3	2.3	88.7
89	4	1.9	1.9	90.6
90	2	.9	.9	91.5
91	7	3.3	3.3	94.8
94	4	1.9	1.9	96.7
95	2	.9	.9	97.7
99	2	.9	.9	98.6
101	1	.5	.5	99.1
104	1	.5	.5	99.5
111	1	.5	.5	100.0
Total	213	100.0	100.0	

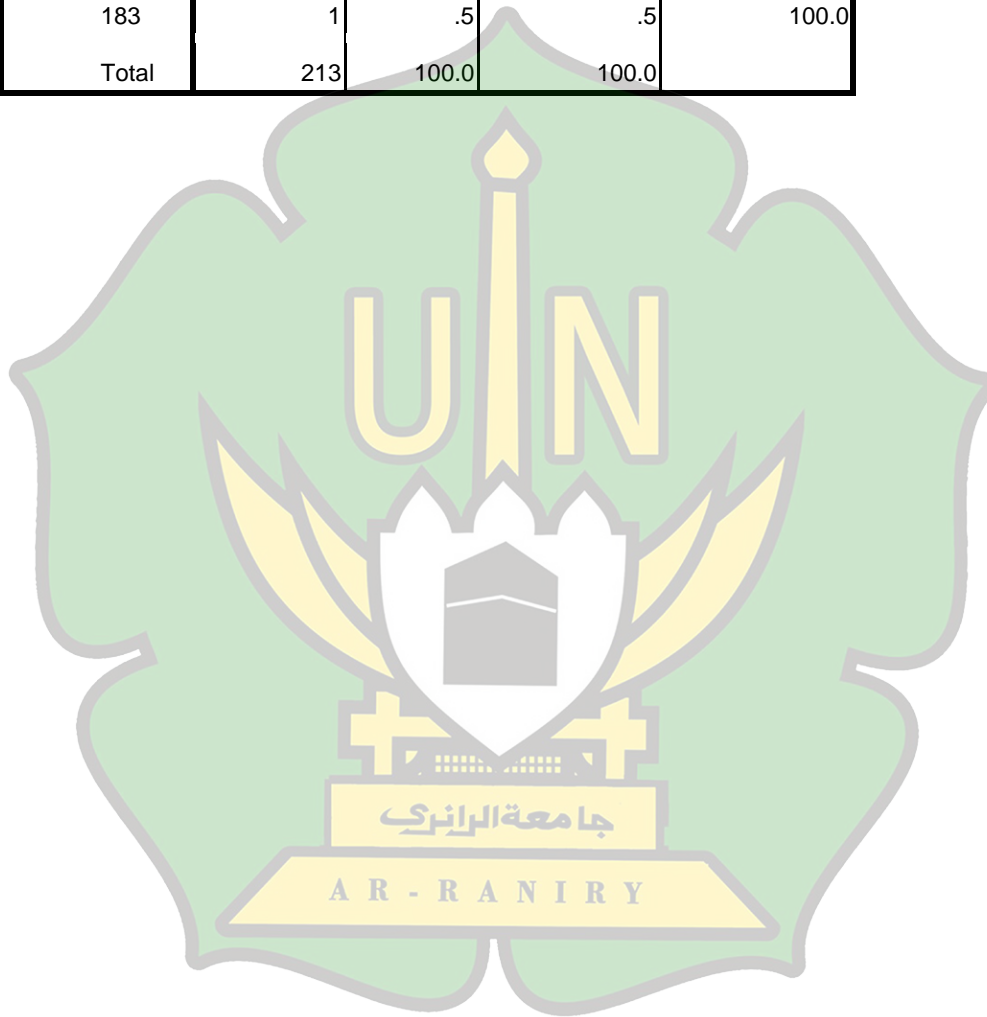
AR - RANIRY

kontrol diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	106	1	.5	.5	.5
	108	1	.5	.5	.9
	109	1	.5	.5	1.4
	112	1	.5	.5	1.9
	113	2	.9	.9	2.8
	116	4	1.9	1.9	4.7
	117	2	.9	.9	5.6
	118	3	1.4	1.4	7.0
	119	1	.5	.5	7.5
	120	3	1.4	1.4	8.9
	121	2	.9	.9	9.9
	122	4	1.9	1.9	11.7
	123	2	.9	.9	12.7
	124	2	.9	.9	13.6
	125	6	2.8	2.8	16.4
	126	9	4.2	4.2	20.7
	127	5	2.3	2.3	23.0
	128	4	1.9	1.9	24.9
	129	6	2.8	2.8	27.7
	130	3	1.4	1.4	29.1
	131	3	1.4	1.4	30.5
	132	1	.5	.5	31.0
	133	6	2.8	2.8	33.8
	134	9	4.2	4.2	38.0
	135	4	1.9	1.9	39.9
	136	5	2.3	2.3	42.3
	137	7	3.3	3.3	45.5

138	7	3.3	3.3	48.8
139	6	2.8	2.8	51.6
140	8	3.8	3.8	55.4
141	6	2.8	2.8	58.2
142	4	1.9	1.9	60.1
143	8	3.8	3.8	63.8
144	1	.5	.5	64.3
145	4	1.9	1.9	66.2
146	4	1.9	1.9	68.1
147	5	2.3	2.3	70.4
148	4	1.9	1.9	72.3
149	2	.9	.9	73.2
150	3	1.4	1.4	74.6
151	2	.9	.9	75.6
152	6	2.8	2.8	78.4
153	3	1.4	1.4	79.8
154	8	3.8	3.8	83.6
155	3	1.4	1.4	85.0
156	2	.9	.9	85.9
157	1	.5	.5	86.4
158	1	.5	.5	86.9
159	2	.9	.9	87.8
160	1	.5	.5	88.3
162	1	.5	.5	88.7
164	2	.9	.9	89.7
165	3	1.4	1.4	91.1
166	2	.9	.9	92.0
167	1	.5	.5	92.5
168	4	1.9	1.9	94.4
170	1	.5	.5	94.8

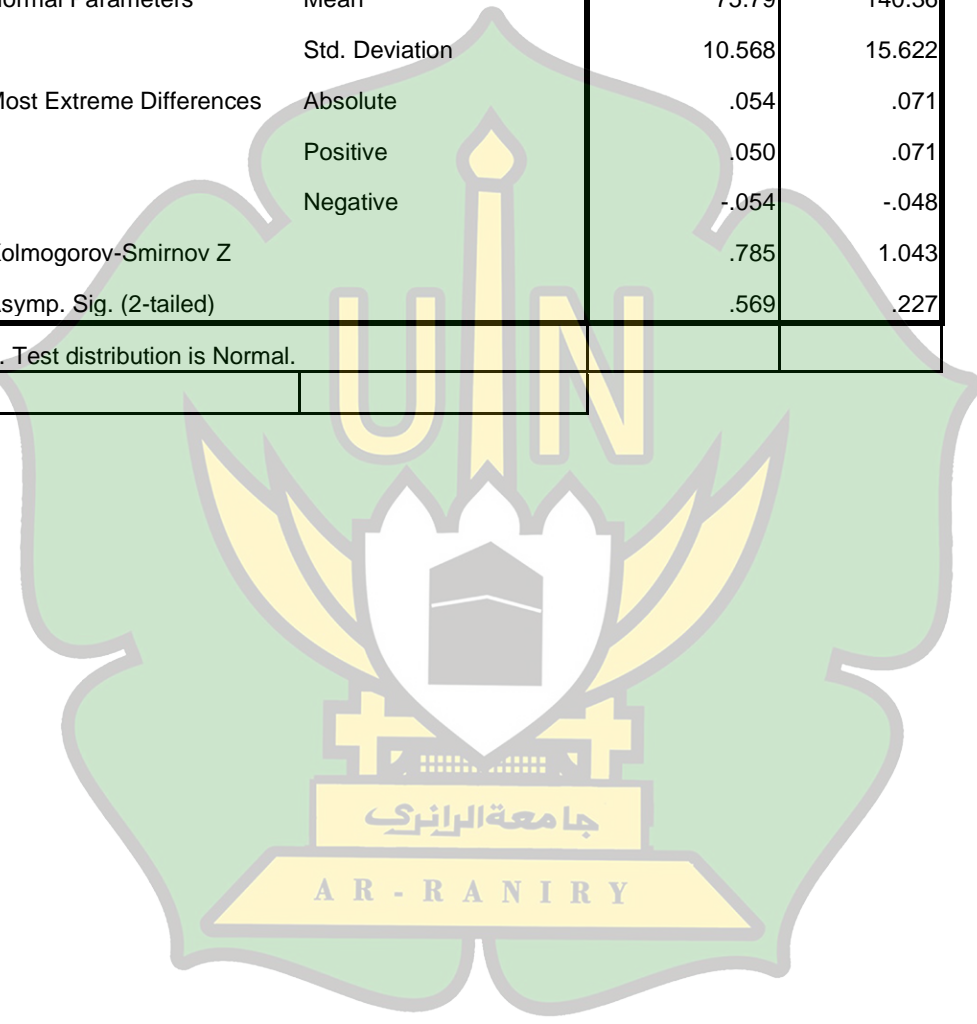
171	2	.9	.9	95.8
172	5	2.3	2.3	98.1
174	1	.5	.5	98.6
178	1	.5	.5	99.1
179	1	.5	.5	99.5
183	1	.5	.5	100.0
Total	213	100.0	100.0	



UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Impulsive Buying	Control Diri
N		213	213
Normal Parameters ^a	Mean	75.79	140.36
	Std. Deviation	10.568	15.622
Most Extreme Differences	Absolute	.054	.071
	Positive	.050	.071
	Negative	-.054	-.048
Kolmogorov-Smirnov Z		.785	1.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.569	.227
a. Test distribution is Normal.			



UJI LINIERITAS

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Impulsive Buying * Control Diri	213	100.0%	0	.0%	213	100.0%

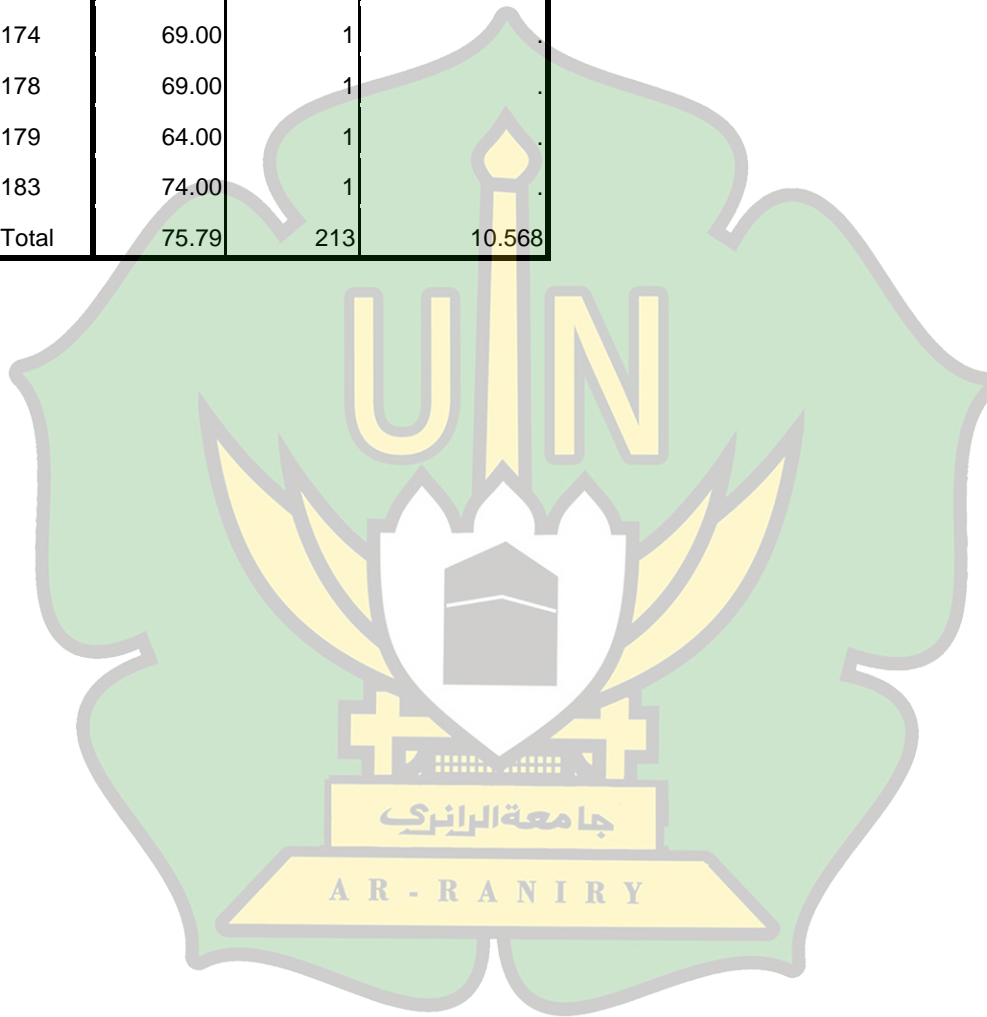
Report

Impulsive Buying

Control Diri	Mean	N	Std. Deviation
106	84.00	1	
108	83.00	1	
109	91.00	1	
112	104.00	1	
113	96.50	2	3.536
116	89.00	4	4.397
117	81.50	2	.707
118	89.33	3	19.553
119	101.00	1	
120	81.00	3	7.000
121	82.50	2	10.607
122	80.50	4	11.030
123	72.50	2	17.678
124	90.50	2	6.364
125	75.00	6	8.509
126	77.89	9	9.413
127	77.60	5	8.325
128	83.25	4	3.775
129	84.50	6	7.342
130	80.67	3	3.512

131	81.67	3	5.859
132	77.00	1	.
133	75.17	6	17.011
134	72.89	9	6.882
135	79.00	4	14.537
136	78.40	5	7.829
137	81.00	7	6.976
138	75.29	7	7.994
139	72.67	6	6.802
140	74.38	8	12.716
141	72.00	6	6.603
142	70.50	4	5.916
143	77.25	8	5.258
144	71.00	1	.
145	68.50	4	5.802
146	83.00	4	12.543
147	79.00	5	3.536
148	71.75	4	4.787
149	63.00	2	8.485
150	65.67	3	4.041
151	79.00	2	11.314
152	70.17	6	6.242
153	64.00	3	.000
154	72.12	8	10.629
155	68.00	3	13.000
156	63.00	2	.000
157	67.00	1	.
158	73.00	1	.
159	75.00	2	26.870
160	61.00	1	.
162	81.00	1	.
164	70.00	2	18.385
165	63.00	3	18.000

166	69.50	2	.707
167	55.00	1	.
168	66.50	4	5.196
170	69.00	1	.
171	75.50	2	3.536
172	70.60	5	2.702
174	69.00	1	.
178	69.00	1	.
179	64.00	1	.
183	74.00	1	.
Total	75.79	213	10.568



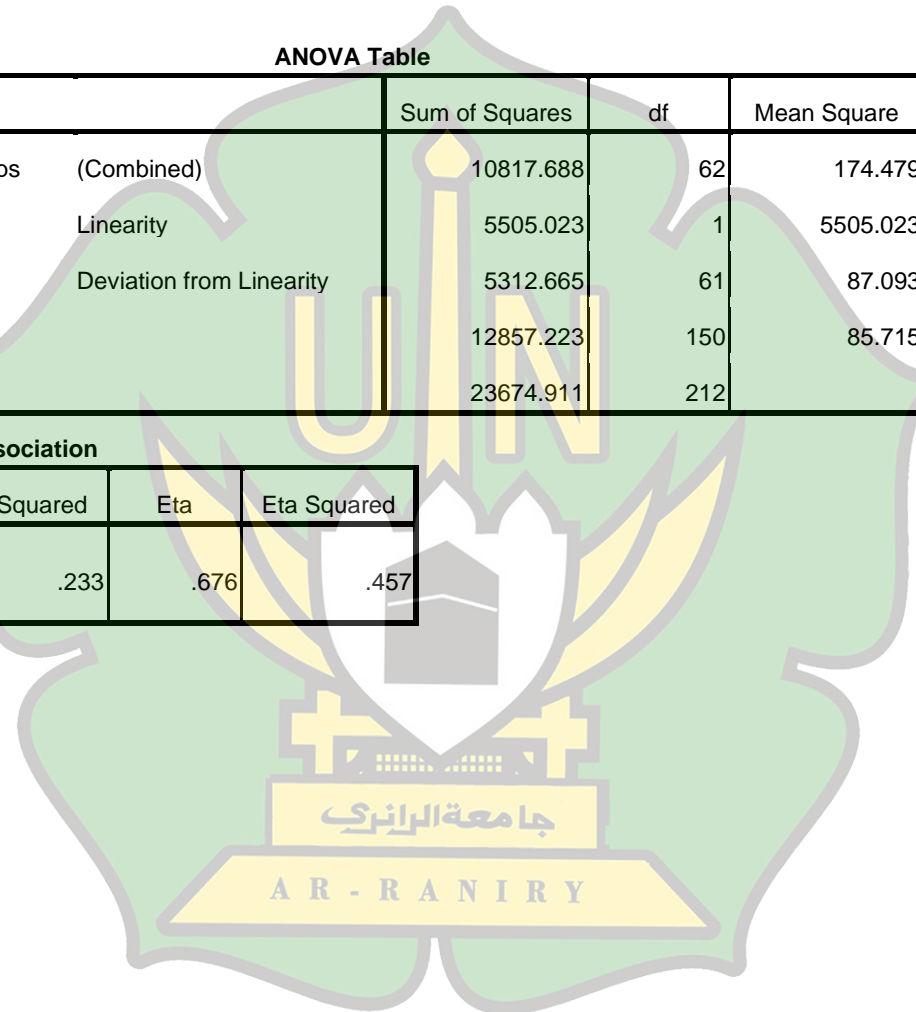
LANJUTAN UJI LINIERITAS

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Impulsive Buying * Control Diri Between Groups (Combined)	10817.688	62	174.479	2.036	.000
Linearity	5505.023	1	5505.023	64.225	.000
Deviation from Linearity	5312.665	61	87.093	1.016	.458
Within Groups	12857.223	150	85.715		
Total	23674.911	212			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Impulsive Buying * Control Diri	-.482	.233	.676	.457



UJI HOPOTESIS

Correlations

		Impulsive Buying	Control Diri
Impulsive Buying	Pearson Correlation	1	-.482**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	213	213
Control Diri	Pearson Correlation	-.482**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	213	213

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

