

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN KONTROL DIRI TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA WANITA DEWASA
AWAL DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan

Program Strata (S1) Psikologi



Oleh :

SYAFIRA NANDA ANGGRAENI

1707016092

**FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN KONTROL DIRI
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF
PADA WANITA DEWASA AWAL DI KOTA SEMARANG
Penulis : Syafira Nanda Anggraeni
NIM : 1707016092
Jurusan : Psikologi

Telah diujikan dalam sidang munaqosah oleh Dewan Penguji Fakultas Psikologi dan Kesehatan
UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam
Ilmu Psikologi.

Semarang, 06 Oktober 2022

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Wening Wiharwati, S.Psi., M.Si.
NIP: 197711022006042004

Penguji II

Dr. Baidi Bukhori, S.Ag., M.Si.
NIP: 197304271996031001

Penguji III

Hj. Siti Hikmah, S.Pd., M.Si.
NIP: 197502052006042003

Penguji IV

Dewi Khurun Aini, M.A.
NIP: 198605232018012002

Pembimbing I


Dr. Baidi Bukhori, S.Ag., M.Si.
NIP: 197304271996031001

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang” merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Negeri Walisongo Semarang. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Semarang, 28 September 2022



Syafira Nanda Anggraeni

NIM. 1707016092



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Assalamu 'alaikum. wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah proposal skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN KONTROL DIRI
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
IMPULSIF PADA WANITA DEWASA AWAL DI KOTA
SEMARANG

Nama : Syafira Nanda Anggraeni

NIM : 1707016092

Jurusan : Psikologi

Saya memandang bahwa naskah proposal skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Komprehensif.

Wassalamu 'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing I,

Dr. Baidi Bukhori, S.Ag., M.Si.
NIP: 197304271996031001

Semarang, 06 Oktober 2022
Yang bersangkutan

Syafira Nanda Anggraeni
NIM. 1707016092

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin

Puji dan syukur senantiasa tercurahkan kepada Allah SWT, yang telah menentukan segala sesuatu berada di tangan-Nya. Atas Berkah dan Rahmat yang Allah SWT berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan memperoleh gelas sarjana (S1) dalam ilmu Psikologi (S.Psi) Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, hal tersebut didasari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan pelajaran, dukungan, motivasi, dan arahan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan skripsi ini. Dengan selesainya skripsi ini, saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, kenikmatan, dan juga kesehatan yang sudah dilimpahkan sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik,
2. Bapak Prof. Dr. KH. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya,
3. Bapak Prof. Dr. Syamsul Ma'arif, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya,
4. Ibu Wening Wihartati, S.Psi., M.Si. selaku Ketua Jurusan Psikologi,

5. Bapak Dr. Baidi Bukhori, S.Ag., M.Si. selaku pembimbing I dan ibu Lucky Ade Sessiani, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan, dukungan, arahan, motivasi dan waktu selama proses penyusunan skripsi,
6. Dosen-dosen Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan berbagai ilmunya, membimbing serta memberikan saran kepada penulis,
7. Seluruh civitas akademik Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan pelayanan dan fasilitas yang menunjang,
8. Ibu penulis Tri Utami Setyati dan ayah penulis Juli Wardiantoro yang tidak pernah berhenti memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan menyediakan berbagai sumber daya yang penulis butuhkan,
9. Kakak penulis Bagas Azhar Pratama yang selalu mendukung, menemani, dan menghibur penulis,
10. Seluruh sahabat-sahabat penulis yang penulis syukuri keberadaannya dan tidak bisa penulis sebutkan satu-satu, mereka yang selalu ada memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis,
11. Seluruh teman-teman Psikologi Angkatan-17 atas kebersamaannya sejak hari pertama penulis menempuh pendidikan hingga akhir,
12. Kepada semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu,
13. Terakhir kepada diri penulis sendiri yang telah berhasil menyelesaikan tanggungjawab studi S1-nya dengan baik diluar segala keterbatasan dan hambatan yang penulis hadapi.

Semarang, 28 September 2022

Penulis,



Syafira Nanda Anggraeni

NIM: 1707016092

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua saya ibu Tri Utami Setyati dan ayah Juli Wardiantoro dan kakak Bagas Azhar Pratama yang selalu mendukung, mendoakan dan selalu memberi semangat.
2. Bapak Dr. Baidi Bukhori, S.Ag., M.Si., selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu, membimbing dan mengarahkan selama menempuh studi di Fakultas Psikologi dan Kesehatan.
3. Ibu Lucky Ade Sessiani, S.Psi., M.Psi., selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan, arahan, motivasi dan waktunya selamasa masa perkuliahan.
4. Kepada sahabat-sahabat saya Aldovirido Elano Rolansa, Nayla Arifatun Nabila, Ahla Tamara, dan Almira Alna Rahmadira yang telah menemani, menghibur, memberi semangat, memotivasi dan membantu proses penyelesaian skripsi selama ini.
5. Seluruh teman-teman seperjuangan dan seperangkatan 2017 Fakultas Psikologi dan Kesehatan khususnya teman-teman Psikologi C yang telah menemani, menghibur, memotivasi dan membantu selama perkuliahan ini.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebut satu-persatu dan telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat berguna bagi banyak orang.

Semarang, 28 September 2022

Penulis,



Syafira Nanda Anggraeni

NIM: 1707016092

MOTTO

Fall down seven times, stand up eight. Someday we will all succeed

-Syafira Nanda Anggraeni-

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING I.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRACT	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Keaslian Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif.....	9
1. Pengertian Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif....	9
2. Aspek-Aspek Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif	10
3. Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif.....	12
4. Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif dalam Perspektif Islam	14
B. Gaya Hidup Hedonis	15
1. Pengertian Gaya Hidup Hedonis	15
2. Aspek-Aspek Gaya Hidup Hedonis.....	17
3. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis.....	18
4. Gaya Hidup Hedonis dalam Perspektif Islam	20
C. Kontrol Diri	21
1. Pengertian Kontrol Diri	21

2. Aspek-Aspek Kontrol Diri	23
3. Faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri.....	24
4. Kontrol Diri dalam Perspektif Islam	25
D. Dinamika Usia Dewasa Awal.....	26
E. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif.....	28
F. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Variabel Penelitian	30
C. Definisi Operasional.....	30
1. Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif.....	30
2. Gaya Hidup Hedonis	31
3. Kontrol Diri	31
D. Tempat dan Waktu Penelitian	32
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	32
F. Teknik Pengumpulan Data	33
1. Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif.....	33
2. Skala Gaya Hidup Hedonis	35
3. Skala Kontrol Diri	35
G. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas.....	36
3. Hasil Uji Coba Skala	37
H. Teknik Analisis Data	39
1. Uji Asumsi.....	39
2. Uji Linearitas	39
3. Uji Multikolinearitas	40
4. Uji Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Deskripsi Subjek.....	41
B. Deskripsi Data	42
1. Deskripsi Data Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif	42
2. Deskripsi Data Gaya Hidup Hedonis	44
3. Deskripsi Data Kontrol Diri	45
C. Hasil Uji Asumsi	46
1. Hasil Uji Normalitas.....	46
2. Hasil Uji Linearitas	47
3. Hasil Uji Multikolinearitas	49
D. Hasil Analisis Data	49
E. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP.....	58

A. Kesimpulan.....	58
B. Keterbatasan Penelitian	59
C. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Uji Coba Pra Penelitian.....	34
Tabel 2 Kriteria Penilaian	34
Tabel 3 Blue Print Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif.....	34
Tabel 4 Blue Print Skala Gaya Hidup Hedonis	35
Tabel 5 Blue Print Skala Kontrol Diri	35
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif.....	37
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Skala Gaya Hidup Hedonis.....	38
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Skala Kontrol Diri.....	38
Tabel 9 Distribusi Data Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 10 Hasil Uji Deskriptif Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif.....	42
Tabel 11 Kategorisasi Skor Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif.....	43
Tabel 12 Kategori Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang	43
Tabel 13 Hasil Uji Deskriptif Gaya Hidup Hedonis.....	44
Tabel 14 Kategorisasi Skor Skala Gaya Hidup Hedonis	44
Tabel 15 Kategori Gaya Hidup Hedonis pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semrang.....	44
Tabel 16 Hasil Uji Deskriptif Kontrol Diri.....	45
Tabel 17 Kategorisasi Skor Skala Kontrol Diri	45
Tabel 18 Kategori Kontrol Diri pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang	45
Tabel 19 Hasil Uji Normalitas Pengambilan Keputusan Pembelian, Gaya Hidup Hedonis, dan Kontrol Diri	46
Tabel 20 Hasil Uji Linearitas Variabel Gaya Hidup Hedonis dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif.....	47

Tabel 21 Hasil Uji Linearitas Variabel Kontrol Diri dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif	47
Tabel 22 Hasil Uji Multikolinearitas antar Variabel Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri	48
Tabel 23 Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial	49
Tabel 24 Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan.....	50
Tabel 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Skema Pengaruh Variabel X1 dan X2 Terhadap Variabel Y.....	30
---------------------------------------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Blue print Skala <i>Psychological Well Being</i>	67
Lampiran 2 Blue Print Skala <i>Social Connectedness</i>	72
Lampiran 3 Blue Print Skala Strategi <i>Coping</i>	76
Lampiran 4 Kuesioner Uji Coba Skala	80
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Skala <i>Psychological Well-Being</i>	86
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Skala <i>Social Connectedness</i>	87
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Skala Strategi <i>Coping</i>	88
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Psychological Well-Being</i>	90
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Social Connectedness</i>	91
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Skala Strategi <i>Coping</i>	92
Lampiran 11 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 12 Hasil Uji Deskripsif.....	97
Lampiran 13 Kategorisasi <i>Psychological Well-Being</i>	97
Lampiran 14 Kategorisasi <i>Social Connectedness</i>	97
Lampiran 15 Kategorisasi Strategi <i>Coping</i>	97
Lampiran 16 Hasil Uji Normalitas.....	98
Lampiran 17 Hasil Uji Linearitas <i>Social Connectedness</i> dengan <i>Psychological Well-Being</i>	98
Lampiran 18 Hasil Uji Linearitas Strategi <i>Coping</i> dengan <i>Psychological Well-Being</i>	98
Lampiran 19 Hasil Uji Multikolinearitas Antar Variabel Bebas	99
Lampiran 20 Hasil Uji Regresi Parsial	99
Lampiran 21 Hasil Uji Regresi Simultan.....	99
Lampiran 22 Hasil Uji Regresi Koefisien Determinasi	99
Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup	100

THE AFFECT OF HEDONIC LIFESTYLE AND SELF CONTROL ON IMPULSIVE BUYING DECISION MAKING IN YOUNG ADULTHOOD WOMEN IN SEMARANG

ABSTRACT

Currently, almost everyone must have visited a shopping centre and with the increasing development of social media it can make it easier for someone to shop. If this is not balanced with a person's ability to manage their purchases, it can cause impulsive buying. The aim in this study is to empirically test if hedonic lifestyle and self control can affect impulsive buying decisions in young adulthood women in Semarang. The sample in this study amounted to 150 young adulthood women aged 21-25 years old who resides in Semarang. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling method. The measuring instrument of this study consist of impulsive buying decisions scale, hedonic lifestyle scale, and self control scale. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. Based on the results of this study showed that hedonic lifestyle had a significant role as an affect on impulsive buying decisions with a significance value of $0.000 < 0.01$. This study also showed that self control had no significant role as an affect on impulsive buying decisions with a significance value of $0.468 > 0.01$. Lastly, this study showed that hedonic lifestyle and self control together have a significant role as an affect on impulsive buying decisions with a significance value of $0.000 < 0.01$ with a contribution of 97.5%, while the remaining 2.5% is affected by other variables.

Keywords: *hedonic lifestyle, self control, and impulsive buying decision*

PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN KONTROL DIRI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA WANITA DEWASA AWAL DI KOTA SEMARANG

ABSTRAK

Saat ini, hampir setiap orang pasti pernah mengunjungi pusat perbelanjaan dan dengan adanya perkembangan media sosial yang semakin meningkat dapat memudahkan seseorang dalam berbelanja. Apabila hal ini tidak diimbangi dengan kemampuan seseorang untuk mengelola pembeliannya maka dapat menyebabkan munculnya pembelian impulsif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji secara empiris apakah gaya hidup hedonis dan kontrol diri dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 wanita dewasa awal usia 21-25 tahun yang bertempat tinggal di Kota Semarang. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari skala pengambilan keputusan pembelian impulsif, skala gaya hidup hedonis, dan skala kontrol diri. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa gaya hidup hedonis berperan secara signifikan sebagai pengaruh pengambilan keputusan pembelian impulsif dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.01$. Selanjutnya diketahui bahwa kontrol diri tidak berperan secara signifikan sebagai pengaruh pengambilan keputusan pembelian impulsif dengan nilai signifikansi $0.468 > 0.01$. Terakhir diketahui bahwa gaya hidup hedonis dan kontrol diri secara bersama-sama berperan secara signifikan sebagai pengaruh pengambilan keputusan pembelian impulsif dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.01$ dengan peran sebesar 97.5%, sedangkan sisanya yaitu 2.5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: gaya hidup hedonis, kontrol diri, dan pengambilan keputusan pembelian impulsif

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hampir setiap orang pasti pernah mendatangi tempat hiburan atau pusat perbelanjaan. Tidak jarang orang yang pada awalnya hanya sekedar untuk berjalan-jalan dan bersenang-senang kemudian terpengaruh untuk membeli suatu barang atau produk yang dilihatnya secara spontan atau tiba-tiba. Didukung dengan adanya kecanggihan teknologi berbasis internet serta kegunaan media sosial yang semakin meningkat juga akan memudahkan berbagai aktivitas, terutama dalam kegiatan berbelanja. Syaiful, dkk. (2016) menyatakan bahwa media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *twitter* memiliki peran penting dalam memperluas pembelian secara online. Media sosial dianggap memudahkan aktivitas berbelanja, karena informasi atau penilaian dari konsumen satu dengan konsumen lain dapat membuat calon konsumen juga tertarik melakukan pembelian. Menurut Syaiful, dkk (2018), toko online (*online shop*) dapat memberi berbagai kemudahan bagi calon konsumen, seperti penghematan waktu, biaya, dan juga praktis. Dengan adanya kemudahan tersebut, juga dapat membawa dampak negatif, seperti menimbulkan perilaku yang konsumtif. Syaiful (2018) menambahkan berbagai alasan menjadi pendukung perilaku konsumtif, seperti; kemudahan dalam mengakses situs online, pengaruh budaya, pendapatan yang diperoleh, dan tuntutan gaya hidup. Meskipun demikian, tidak dapat dipungkiri jika perilaku konsumtif dapat membantu meningkatkan pergerakan perekonomian, seperti; menambah pemasukan pajak, menciptakan serta mempertahankan lapangan pekerjaan, dan menciptakan serta memperluas pasar bagi produsen barang. Secara psikologis dampak negatif dari perilaku konsumtif dapat menyebabkan seseorang mudah mengalami kecemasan dan rasa tidak aman. Hal ini dikarenakan seseorang selalu merasa adanya tuntutan untuk membeli produk atau barang yang diinginkannya (Patricia & Handayani, 2007). Perilaku konsumtif inilah yang dapat membuat masyarakat untuk melakukan pembelian secara impulsif.

Pembelian impulsif menurut Henrietta (2012) dapat terjadi ketika adanya keinginan secara mendadak untuk memiliki suatu merek atau produk tertentu dengan diiringi pembelian yang spontan karena pembelian yang tidak direncanakan. Hal serupa juga dikemukakan Pratama & Salim (2017) pembelian impulsif yaitu terjadinya pembelian dikarenakan adanya hasrat ingin memiliki ketika melihat suatu merek atau produk tertentu. Sejalan dengan pendapat Elgeka & Ma (2020) bahwa ketika individu menyukai suatu barang terlebih jika mendapatkan penawaran harga (diskon) umumnya individu akan tergoda untuk membelinya. Hal ini dikarenakan seseorang tidak mau kehilangan kesempatan untuk mendapatkan barang dengan merek yang disukai dengan harga murah.

Menurut Ambara (2014: 17) pembelian impulsif dapat dipengaruhi oleh dua faktor, seperti faktor psikologis (internal), dan faktor lingkungan (eksternal). Faktor internal dapat berupa; (1) kepribadian konsumen, (2) suasana hati, (3) gaya hidup hedonis, (4) gemar mengikuti tren, (5) emosi positif yang dirasakan setelah pembelian, dan (6) kontrol diri. Sedangkan faktor eksternal berupa; (1) harga, (2) iklan produk, (3) *display* produk, (4) promosi, dan (5) pengaruh dari orang lain.

Peneliti melakukan studi pendahuluan pada 15 orang responden dengan rentang usia 21 tahun sampai 25 tahun yang berlatar belakang sebagai mahasiswi dan atau bekerja, dengan metode skala psikologi didapatkan bahwa:

Tabel 1
Uji Coba Pra Penelitian

	Saya berbelanja dengan perencanaan	Saya spontan membeli apa yang terlihat menarik	Saya membeli sesuatu karena brand
Responden 1	3	2	4
Responden 2	3	4	2
Responden 3	2	4	4

Responden 4	4	4	4
Responden 5	4	4	3
Responden 6	2	2	3
Responden 7	3	4	2
Responden 8	3	4	4
Responden 9	3	4	4
Responden 10	3	4	4
Responden 11	3	3	4
Responden 12	2	3	2
Responden 13	4	4	4
Responden 14	4	4	4
Responden 15	4	3	2

Keterangan :

- Sangat setuju : 4
- Setuju : 3
- Tidak setuju : 2
- Sangat tidak setuju : 1

Berdasarkan hasil uji coba dan data diatas, menunjukkan bahwa 12 dari 15 orang melakukan perencanaan sebelum pembelian, tetapi 10 dari 12 orang tersebut juga melakukan pembelian secara spontan dari apa yang terlihat menarik didepannya. Pembelian secara spontan artinya pembelian yang dilakukan diluar dari perencanaan. Hal ini merupakan bagian dari kontrol diri seseorang yang rendah dan mengakibatkan keputusan pembelian secara impulsif.

Selain itu, hasil data diatas juga menunjukkan bahwa responden memiliki gaya hidup yang hedonis, dikarenakan responden lebih mengutamakan suatu brand untuk menjadi pilihan pembelian. Hal ini berkaitan dengan pendapat Indrawati (2015: 306) yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonis merupakan perilaku yang mengedepankan aktivitas untuk kenikmatan hidup, seperti gemar menghabiskan waktu di tempat umum, gemar dengan kemeriahan, gemar membeli produk *branded*, dan senang menjadi sorotan. Lestari N (2015) menyatakan bahwa gaya hidup tidak terlepas dari pengaruh lingkungan terdekat, terutama lingkungan tempat tinggal karena lingkungan memiliki interaksi sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang lain. Ketika lingkungan memiliki gaya hidup yang negatif akan dapat berpengaruh pada perilaku yang dilakukan individu tersebut mengingat individu merupakan wanita dalam kategori usia dewasa awal.

Menurut Suyasa (2017) terdapat perbedaan dalam pola konsumen antara pria dan wanita. Wanita lebih mudah tertarik pada warna dan bentuk suatu produk atau barang, serta cenderung lebih subjektif dalam berbelanja. Sedangkan pria lebih mudah tertarik pada hal teknis dan kegunaan suatu produk atau barang, serta lebih objektif. Suyasa (2017) juga menyatakan adanya perbedaan antara pria dan wanita dalam berbelanja. Pria kurang berminat dalam berbelanja, sering tertipu karena tidak sabar dalam memilih sebelum melakukan pembelian, sedangkan wanita senang berbelanja karena lebih tertarik pada gejala mode, kepentingan status sosial, kurang tertarik dengan teknis dari barang yang akan dibelinya. Wanita selalu ingin terlihat cantik, menarik, dan mengikuti trend fashion, oleh karena itu wanita merupakan pasar yang paling potensial dalam produk fashion. Wanita yang memiliki tingkat konsumtif tinggi akan mudah melakukan pembelian bahkan untuk produk yang tidak dibutuhkan. Wanita dengan kemandirian finansial juga akan menjadi lebih loyal kepada kelompok mereka dan juga mengikuti perilaku dari kelompok tersebut.

Santrock (2010) mendefinisikan masa dewasa awal sebagai masa transisi dari remaja menuju dewasa. Peralihan dari masa remaja ditandai dengan ketergantungan dengan orang terdekat dan mencari identitas diri atau jatidiri, sedangkan fase dewasa mendorong seseorang untuk mengembangkan dirinya agar dapat menghadapi permasalahan yang akan dijalani, serta ditandai dengan kemandirian. Lestari, dkk (2014) menambah, kemandirian dapat dilihat pada kecakapan individu dalam memilih masa

depan, menjadi lebih inisiatif, mampu mengontrol perilakunya serta menahan diri, dapat bertanggung jawab, dan dapat menyelesaikan permasalahan tanpa adanya bantuan dari lingkungan. Masa dewasa awal dianggap sebagai sebuah tahapan yang paling dinamis sepanjang rentang kehidupan manusia, dikarenakan pada saat inilah seorang individu mengalami banyak perkembangan, baik secara fisik, kognitif, maupun afektif yang semakin matang (Santrock, 2010). Masa dewasa awal dianggap sebagai usia produktif, yang mana sangat cocok untuk bekerja dan melakukan pengembangan karir. Pada saat ini seseorang memiliki banyak kemampuan yang dapat dikembangkan. Secara hukum di Indonesia seseorang dapat dikatakan dewasa apabila usianya mulai menginjak 21 tahun meskipun belum menikah atau sudah menikah. Apabila seseorang telah dikatakan dewasa maka dianggap mampu bertanggung jawab atas perbuatannya sendiri. Sedangkan menurut Santrock (2010) masa dewasa awal dimulai sejak seseorang berusia 18 tahun hingga 25 tahun. Berdasarkan teori di atas, peneliti menyimpulkan bahwa dewasa awal merupakan masa ketika seseorang sudah siap mengambil peran serta bertanggung jawab terlibat dengan hubungan sosial bermasyarakat, masa untuk bekerja, dan menjalin hubungan dengan lawan jenis. Erikson (1965) mengatakan bahwa seseorang yang di golongan dalam usia dewasa awal berada dalam fase *intimacy vs isolation*. Pada tahap ini seseorang memiliki hubungan yang hangat, dekat dan komukatif dengan orang terdekat dan melibatkan kontak seksualnya. Bila gagal dalam bentuk keintiman maka individu tersebut akan mengalami fase yang disebut *isolation* (merasa kesepian karena tersisihkan dari orang lain dan akan menyalahkan diri karena merasa berbeda dengan orang lain).

Berdasarkan uraian ringkas di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Variabel yang diambil adalah gaya hidup hedonis, kontrol diri, dan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif. Judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti mengambil rumusan masalah penelitian yaitu:

1. Adakah pengaruh gaya hidup hedonis terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang?
2. Adakah pengaruh kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang?
3. Adakah pengaruh gaya hidup hedonis dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh gaya hidup hedonis terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh gaya hidup hedonis dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Manfaat dalam bidang teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam bidang kajian ilmu psikologi dan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya terkait gaya hidup hedonis, kontrol diri dan pengambilan keputusan pembelian impulsif.

2. Manfaat dalam bidang praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi wanita khususnya yang sedang dalam kategori usia dewasa awal di Kota Semarang untuk melakukan pertimbangan sebelum melakukan pengambilan keputusan pembelian impulsif.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian sebelumnya yang meneliti tentang pembelian impulsif telah banyak dilakukan. Berikut beberapa penelitian dengan tema pembelian impulsif dengan gaya hidup hedonis diantaranya :

Pertama, penelitian milik Solikhah & Dhania (2017) meneliti tentang Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Pembelian Impulsif Universitas Muria Kudus. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan subjek penelitian remaja puteri yang berkunjung di toko handphone Kudus yang rentang usianya 15-19 tahun yang terdiri dari 80 responden. Hasil penelitian tersebut adalah terdapat hubungan yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya dengan perilaku impulsif. Artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis dan konformitas teman sebaya seseorang maka semakin tinggi perilaku impulsifnya, begitupun sebaliknya.

Kedua, penelitian milik Saputri & Yuniati (2017) yang meneliti tentang Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Keterlibatan Fashion dan Visual Merchandising Terhadap Pembelian Impulsif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausalitas dengan subjek penelitian pengunjung Matahari Departement Store Plaza Surabaya sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis terbukti berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Sedangkan keterlibatan fashion dan visual merchandising tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif.

Ketiga, penelitian milik Pratiwi (2017) yang meneliti tentang Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk *Fashion* di *Online Shop* Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausal dengan subjek penelitian mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebanyak 61 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif produk *fashion* mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. Artinya semakin tinggi literasi ekonomi dan pemahaman terhadap ilmu ekonomi akan membuat seseorang mampu mengelola pendapatannya, semakin banyak interaksi yang dilakukan dengan teman atau

kelompok maka akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif melalui informasi yang diterima dari kelompoknya, serta semakin baik kontrol diri seseorang dalam melakukan pembelian maka dapat menurunkan perilaku pembelian impulsif atau pembelian yang tidak direncanakan, begitupun sebaliknya.

Keempat, penelitian milik Rahman Afandi & Hartati (2017) yang meneliti tentang Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan subjek penelitian mahasiswa tingkat awal S1 dan D3 Universitas Gadjah Mada angkatan 2016 sebanyak 509 responden. Hasil penelitian menunjukkan terdapat peran yang signifikan antara kontrol diri terhadap pembelian impulsif. Artinya semakin tinggi kemampuan kontrol diri seseorang maka semakin rendah kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif, begitupun sebaliknya.

Pada penelitian pertama dan kedua memiliki persamaan meneliti variabel gaya hidup hedonis terhadap pembelian impulsif, sedangkan pada penelitian ketiga dan keempat memiliki persamaan meneliti variabel kontrol diri terhadap pembelian impulsif. Namun dari keempat penelitian tersebut belum ada yang menggabungkan ketiga variabel tersebut dan belum ada yang meneliti wanita yang berusia dewasa awal sebagai subjeknya, maka peneliti mengambil judul Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konseptualisasi Variabel Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

1. Definisi Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

Pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan secara reflek, terburu-buru, serta adanya dorongan dari emosional seseorang dapat disebut dengan pembelian impulsif. Wanita menjadi pengaruh yang dominan dalam hal ini, dikarenakan banyak wanita yang memegang proses pengambilan keputusan. Sementara itu, pikiran manusia terkadang bersifat sadar dan terkadang berada dibawah sadar, hal ini yang akan mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Seseorang juga sering tidak menyadari tentang motif mereka, sehingga sering kali tidak menunjukkan alasan-alasan nyata dari mengapa mereka membeli atau tidak membeli (Anggriani & Indasari, 2018: 59). Pembelian tanpa perencanaan menurut Anggriani & Indasari (2018), merupakan suatu aktivitas pembelian barang yang kurang dibutuhkan dengan tanpa adanya kontrol.

Pengambilan keputusan pembelian juga dapat terjadi secara spontan apabila ketika seseorang mendatangi sebuah toko, dan melihat iklan dari berbagai media (Sosianika & Juliani, 2017). Sosianika & Juliani (2017) juga mengatakan hal yang serupa dalam mendefinisikan pembelian impulsif, yaitu pembelian secara spontan yang terjadi di dalam sebuah toko bukan merupakan bagian dari rencana yang telah dibuat sebelumnya. Selanjutnya, menurut Rook (dalam Sosianika & Juliani, 2017) dikatakan melakukan pembelian impulsif apabila seseorang memiliki keinginan yang kuat secara spontan dan segera tanpa memikirkan dampak dari keputusan yang telah dipilih. Oleh karena itu, pelaku pembelian impulsif seringkali melalaikan atau mengabaikan konsekuensi apa yang akan ditimbulkan.

Sedangkan pembelian impulsif menurut Pratama & Salim (2017: 39) ialah adanya suatu stimulus dari sebuah toko yang membuat calon konsumen tertarik

untuk melakukan pembelian ketika melihat suatu merek atau produk dari toko tersebut.

Dari beberapa pendapat para ahli yang telah dikemukakan, peneliti menyimpulkan bahwa pembelian impulsif ialah keputusan pembelian suatu produk atau jasa yang dilakukan secara spontan, tanpa perencanaan sebelumnya, serta didorong oleh adanya aspek emosional dan stimulus yang menarik dari toko. Pembelian ini dilakukan dengan segera atau terburu-buru sehingga tidak mempertimbangkan konsekuensi atau akibat yang akan ditimbulkan.

2. Aspek-aspek Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

Terdapat dua aspek penting dalam pembelian impulsif menurut Verplanken dan Herabadi (dalam Suratno, dkk., 2021), antara lain sebagai berikut:

1) Aspek Kognitif

Aspek kognitif yang dimaksud merupakan konflik yang terjadi pada kognitif seseorang dalam menentukan keputusan pembelian, konflik ini berupa kurang mampunya seseorang dalam mempertimbangkan dan merencanakan pembelian. Hal ini didasari oleh pernyataan Verplanken dan Herabadi (dalam Suratno, dkk., 2021) bahwa pembelian yang dilakukan merupakan pembelian tanpa pertimbangan secara matang mengenai harga, kegunaan produk, serta tanpa melakukan perbandingan produk.

2) Aspek Afektif

Aspek afektif berfokus pada adanya dorongan secara emosional seseorang, meliputi adanya pembelian berdasarkan keinginan, lalu muncul perasaan senang, gembira, atau kecewa setelah melakukan pembelian, serta adanya perasaan untuk melakukan pembelian secara berulang, spontan, dan segera yang tidak terkontrol.

Selain itu, Suratno, dkk (2021) juga berpendapat mengenai aspek pembelian impulsif, antara lain sebagai berikut:

1) Spontanitas

Merupakan keputusan pembelian yang dilakukan ini sebelumnya tidak diharapkan, hal ini terjadi karena adanya stimulus visual yang membuat seseorang melakukan pembelian dengan segera di toko tersebut

2) Kekuatan, kompulsi dan intensitas

Terdapat keinginan atau motivasi untuk mengesampingkan semua hal, sehingga seseorang bertindak seketika

3) Kegairahan dan stimulasi

Terdapat desakan dan dorongan untuk melakukan pembelian dengan disertai perasaan menggairahkan, menggetarkan, atau liar

4) Ketidakpedulian terhadap akibat

Dengan adanya desakan dan dorongan untuk melakukan pembelian membuat seseorang menjadi abai dengan konsekuensi negatif yang akan ditimbulkan

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa aspek-aspek dari keputusan pembelian impulsif terdapat aspek kognitif dan afektif, seperti kurang kemampuan seseorang dalam melakukan perencanaan dan pertimbangan terhadap suatu produk, tidak melakukan perbandingan produk sebelum melakukan pembelian, muncul perasaan-perasaan ketika melakukan pembelian, seperti senang, gembira, menyesal atau kecewa, terburu-buru melakukan pembelian, terjadinya pembelian yang tidak diharapkan secara spontan, mengesampingkan semua hal untuk memenuhi hasrat, adanya desakan dan dorongan untuk melakukan pembelian, serta mengabaikan konsekuensi negatif yang akan ditimbulkan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dari Verplanken dan Herabadi (dalam Suratno, dkk., 2021) sebagai aspek yang menjadi tolak ukur dalam penentuan skala keputusan pembelian impulsif. Adapun aspek-aspeknya antara lain aspek kognitif (*cognitive*) meliputi adanya pembelian yang dilakukan tanpa mempertimbangkan harga produk, adanya pembelian yang dilakukan tanpa

mempertimbangkan kegunaan produk, adanya pembelian yang dilakukan tanpa melakukan perbandingan produk, dan aspek kedua adalah afektif meliputi adanya perasaan untuk segera melakukan pembelian, adanya perasaan kecewa setelah melakukan pembelian, dan adanya proses pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan (spontan).

3. Faktor-faktor yang Menjadi Pengaruh dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

Pada dasarnya, yang menjadi pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian impulsif merupakan faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari kondisi psikologis seseorang, dan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari stimulus yang diberikan oleh lingkungannya.

Menurut Anggriani & Indasari (2018: 61) faktor internal dari perilaku pembelian impulsif yaitu karakteristik konsumen, sedangkan faktor eksternalnya, yaitu karakteristik produk dan karakteristik pemasaran (*marketing*).

1. Karakteristik konsumen
 - a. Kepribadian konsumen
 - b. Suasana hati
 - c. Keadaan demografis konsumen, seperti gender, usia, pekerjaan, pendidikan
 - d. Kelas sosial ekonomi
2. Karakteristik produk
 - a. Harga yang rendah
 - b. Ukuran produk
 - c. Mudah disimpan
 - d. Siklus kehidupan produk yang pendek
3. Karakteristik pemasaran (*marketing*)
 - a. Distribusi massa, seperti pemasangan dan penempatan iklan, produk yang didiskon
 - b. *Display* toko (letak produk yang ditampilkan)
 - c. Letak toko strategis

Mulyono (2012) juga sependapat dengan pendapat diatas, bahwa pengambilan keputusan pembelian impulsif dipengaruhi oleh kognitif dan afektif seseorang, tetapi menurutnya afektif cenderung lebih mendominasi dibandingkan dengan kognitif seseorang.

1. Afektif, merupakan kondisi psikologis yang ada dalam diri seseorang, seperti emosi, perasaan maupun suasana hati. Terdiri dari tiga elemen, antara lain:

- a. *Irresistible Urge to Buy*

Suatu keadaan dimana seseorang tidak mampu mengendalikan dirinya sehingga melakukan pembelian secara segera, berulang dan dengan adanya perasaan memaksa.

- b. *Positive Buying Emotion*

Pembelian ini terjadi ketika seseorang sedang berada dalam perasaan yang positif, karena akan memunculkan keinginan untuk memuaskan diri.

- c. *Mood Management*

Berbeda dengan *positive buying emotion*, *mood management* dapat dikatakan sebagai keadaan mengubah atau mengelola suasana hati seseorang dengan cara melakukan pembelian impulsif.

2. Kognitif, terdiri dari tiga elemen, antara lain:

- a. *Cognitive Deliberation*

Seseorang dapat merasakan keadaan ini ketika merasa adanya dorongan dalam bertindak tanpa mempertimbangkan dampaknya.

- b. *Unplanned Buying*

Keadaan ketika seseorang melakukan pembelian tetapi tidak memiliki rencana sebelumnya.

- c. *Disregard for the Future*

Seseorang melakukan pembelian tanpa adanya pemikiran terhadap masa depan.

4. Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif dalam Perspektif Islam

Pengambilan keputusan pembelian impulsif adalah pengambilan keputusan dalam pembelian barang atau jasa yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya, dan didorong oleh aspek emosional sehingga pembelian ini dilakukan dengan segera tanpa mempertimbangkan akibat yang akan ditimbulkan. Dengan kata lain, tingginya motivasi untuk berbelanja akan membuat terjadi pembelian secara impulsif.

Dalam Islam manusia tidak dilarang untuk mengkonsumsi keinginannya. Tetapi, juga terdapat ketentuan yang diperintahkan Islam untuk umatnya, yaitu barang atau jasa yang dikonsumsi merupakan yang halal, suci, bersih, dan tidak berlebihan. Seperti firman Allah SWT :

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰزِجَتَكَ عَلٰى كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ - ۳۱

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf(7): 31)

Sesuatu yang berlebihan sangat ditentang oleh Islam, baik dalam hal makanan, hiburan, pakaian, dan lainnya karena dianggap sebagai pemborosan. Seseorang yang melakukan pemborosan akan melemahkan tingkat ketaatannya kepada Allah SWT karena akan mengurangi perasaan senasib dan ikatan persaudaraan pada sesama masyarakat muslim. Seperti firman Allah SWT :

اِنَّ وَاٰتِ دَاۤلِقُرْبٰى حَقَّهٗ وَالْمَسْكِيْنَ وَاٰبِى السَّبِيْلِ وَلَا تُبْذِرْ تَبْذِيْرًا - ۲۶
الْمُبْذِرِيْنَ كَانُوْا اِخْوَانَ الشَّيْطٰنِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا - ۲۷

“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah

saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isra'(17): 26-27)

Menurut penafsiran Sayyid Quthb pada penelitian (Farihah, 2021) dalam ayat ini adalah Allah SWT melarang hambanya menghambur-hamburkan harta. Menghambur-hamburkan harta termasuk perbuatan mubadzir, orang yang berbuat mubadzir termasuk ke dalam golongan saudara setan. Setan sangat ingkar kepada Allah SWT, karena tidak mau melaksanakan kewajiban kepada Allah SWT, begitu juga dengan teman-teman setan. Kewajiban yang dimaksud dalam ayat ini adalah keharusan seseorang untuk menginfakkan nikmat itu di jalan Allah SWT dan memenuhi hak-hak orang lain dengan tanpa berlebih-lebihan atau berfoya-foya.

B. Konseptualisasi Variabel Gaya Hidup Hedonis

1. Definisi Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup memiliki banyak artian dan dapat diartikan berdasarkan bidang ilmu masing-masing dari tokoh yang mengemukakan. Gaya hidup biasa juga disebut sebagai kebiasaan. Gaya hidup merupakan pola perilaku keseharian seseorang yang termasuk dalam kebutuhan sekunder dan dapat berganti disebabkan perkembangan zaman dan dengan adanya hasrat seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup seseorang dapat berbeda-beda. Gaya hidup menjadi penting bagi sebagian orang karena dianggap sebagai bentuk mengekspresikan diri. Dewi & Samuel (2015) mendefinisikan gaya hidup sebagai interaksi sosial seseorang yang ditunjukkan dalam bentuk aktivitas, minat, dan pendapat. Gaya hidup dapat berkembang karena adanya kebutuhan, tuntutan, dan penguatan.

Selanjutnya menurut Azizah & Indrawati (2015) hedon memiliki arti kesenangan (*pleasure*). Sesuatu yang dianggap baik jika akan mendapat kesenangan. Begitupun sebaliknya jika akan mendapat kesusahan, penderitaan maka dinilai tidak baik. Dengan adanya pandangan tersebut membuat individu berupaya untuk mencegah segala sesuatu yang dianggap tidak menyenangkan, serta hanya akan mengikuti hal yang membuat kesenangan dan kebahagiaan hidup. Sehingga seseorang yang mengikuti aliran hedonis akan menganggap kesenangan atau kenikmatan sebagai tujuan dari hidupnya.

Menurut Lestari, dkk. (2013: 3) seseorang yang mengikuti gaya hidup hedonis merupakan seseorang yang senang memusatkan segala aktivitasnya untuk tujuan mendapatkan kesenangan serta kenikmatan hidup. Kebanyakan dari aktivitasnya dikerjakan di luar rumah, lebih senang bermain, senang menjadi sorotan, serta senang membelanjakan produk atau merek yang kurang dibutuhkan. Hal ini selaras dengan pendapat Anggraini & Santhoso (2019) gaya hidup hedonis merupakan tingkah laku seseorang yang mengarah pada aktivitas guna mencapai kebahagiaan hidup. Aktivitas tersebut seperti senang menghabiskan waktu di tempat umum, senang bermain, senang dengan kemeriahan, gemar melakukan pembelian produk yang tidak dibutuhkan, dan senang menjadi sorotan. Beberapa atribut kecenderungan gaya hidup hedonis menurut Azizah & Indrawati (2015: 158) seperti senang mengunjungi pusat perbelanjaan untuk membeli barang dengan merek yang prestius, senang menghabiskan waktu di luar rumah seperti mengunjungi mal, kafe, dan resto makanan siap saji (fast food).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan pola perilaku seseorang yang ditunjukkan kedalam aktivitas, minat, pendapat dengan mementingkan kenikmatan atau kesenangan. Beberapa contoh perilaku *lifestyle* yang hedonis seperti senang menghabiskan waktu di tempat umum, senang mendatangi pusat belanja untuk membeli produk dengan merek prestisius, lebih senang bermain, lebih senang dengan kemeriahan, senang menjadi sorotan, dan senang membeli produk yang tidak bermanfaat.

2. Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonis

Nadzir & Ingarianti (2015) mengembangkan aspek gaya hidup hedonis melalui system yang dikenal dengan AIO (*Activity, Interest, and Opinion*), adapun uraian dari aspek ini sebagai berikut:

a. Aktivitas

Aspek ini dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan seseorang untuk mencari kesenangan dan memenuhi hasratnya seperti; menghabiskan waktu di tempat umum, membeli produk yang tidak bermanfaat dengan harga tinggi (konsumtif).

b. Minat

Aspek ini dapat diartikan sebagai bentuk ketertarikan seseorang pada sesuatu di lingkungan sekitar, bisa berupa objek, serta peristiwa tentang kesenangan hidup, seperti; makanan, barang bermerek (branded), *fashion*, dan lain-lain untuk menarik perhatian.

c. Opini

Aspek ini dapat diartikan sebagai bentuk respon terhadap keadaan tertentu baik secara lisan maupun tulisan terhadap stimulus yang muncul.

Menurut Nadzir & Ingarianti (2015) aspek gaya hidup hedonis terbagi menjadi aktivitas, minat, dan opini. Hal ini terlihat pada senang mencari perhatian, konsumtif, membeda-bedakan teman, serta menghabiskan waktu hanya untuk kesenangan hidup.

Dari beberapa teori yang telah dikemukakan di atas, peneliti menggunakan teori dari Wells dan Tigert sebagai aspek yang digunakan sebagai tolak ukur skala gaya hidup hedonis, yaitu AIO (*Activity, Interest, and Opinion*).

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis

Terdapat dua faktor yang menjadi pengaruh gaya hidup hedonis menurut Nadzir & Ingarianti, 2015: 587) antara lain :

- a. Faktor Internal, terdapat 6 elemen dari faktor ini, dengan penjelasan sebagai berikut :

1) Sikap

Sikap dapat diartikan sebagai keadaan pikiran dan keadaan jiwa yang telah dipersiapkan untuk memberi respon pada suatu objek melalui pengalaman dan berpengaruh langsung pada tingkah laku. Keadaan ini dipengaruhi oleh kebudayaan, kebiasaan, dan lingkungan sosial.

2) Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman seseorang akan mempengaruhi pengamatan sosial dan perilakunya. Pengalaman seseorang didapatkan dari perbuatannya di masa lampau dan kemudian dapat dipelajari. Melalui pelajaran inilah seseorang akan memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman ini akan dapat membentuk wawasan terhadap suatu objek.

3) Kepribadian

Kepribadian diartikan sebagai bentuk karakteristik individu, dengan adanya kepribadian maka akan menentukan perbedaan cara berperilaku atau bertindak dari setiap individu.

4) Konsep Diri

Konsep diri dikenal sebagai penggambaran untuk menjelaskan korelasi antara konsep diri seorang pelanggan dengan *brand image*. Konsep diri dianggap sebagai *frame of reference* dalam berperilaku dikarenakan sebagian inti dari pola kepribadian akan menentukan bagaimana seseorang ketika sedang dalam masalah.

5) Motif

Tingkah laku seseorang dapat menonjol karena adanya motif kebutuhan merasa aman dan kebutuhan untuk dihargai. Jika motif pada kebutuhan akan dihargai itu lebih tinggi, akan terbentuk gaya hidup yang mengarah kepada hedonis.

6) Persepsi

Persepsi adalah proses menginterpretasikan informasi untuk menggambarkan sesuatu.

b. Faktor Eksternal, terdapat 4 elemen dari faktor ini, dengan penjelasan sebagai berikut:

1) Kelompok referensi

Merupakan kumpulan sejumlah individu yang dapat mempengaruhi sikap dan tingkah laku seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Dikatakan sebagai kelompok yang berpengaruh secara langsung ketika seseorang tersebut merupakan bagian dari kelompok itu. Sedangkan dikatakan sebagai kelompok yang berpengaruh secara tidak langsung apabila ketika seseorang bukan merupakan bagian dari kelompok itu. Adanya kelompok referensi membuat seseorang turut ikut dan menyesuaikan diri dalam berperilaku serta mengikuti gaya hidup.

2) Keluarga

Faktor terbesar yang dapat membentuk sikap dan perilaku seseorang adalah keluarga. Hal ini dikarenakan keluarga memberikan pola asuh sejak kecil yang akan membentuk kebiasaan pada anak.

3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah kumpulan individu yang relatif homogen dan bertahan lama dalam masyarakat, yang terbagi dalam urutan hierarki, dan tiap anggota dalam tiap hierarki memiliki nilai, minat, dan pola perilaku yang sama.

4) Kebudayaan

Merupakan sebuah tradisi, keyakinan, pandangan, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh seseorang ketika menjadi anggota dalam masyarakat daerah tertentu. Kebudayaan suatu daerah akan memberi pengaruh dalam bertindak dan berpola pikir.

4. Gaya Hidup Hedonis dalam Perspektif Islam

Hedonisme adalah perspektif atau cara pandang seseorang yang beranggapan jika tujuan hidup hanyalah tentang kebahagiaan dan kenikmatan. Dengan kata lain, seseorang sekadar menginginkan kesenangan, kebahagiaan, dan kenikmatan sebagai target utama yang dipenuhi dalam kehidupan di dunia. Beberapa contoh perilaku gaya hidup hedonis seperti lebih senang menghabiskan waktu di luar rumah, senang membeli barang dengan merek yang prestius, dan senang membeli barang yang kurang bermanfaat.

Penjelasan diatas tidak sejalan dengan ajaran agama Islam, dimana Islam merupakan agama yang damai di dunia dan akhirat. Fokus utama dalam ajaran agama Islam bukan hanya duniawi namun juga mencapai akhirat. Kesenangan di dunia merupakan kesenangan fana, sedangkan akhirat merupakan kehidupan yang abadi.

Islam melarang umatnya melakukan hal yang bermegah-megahan. Bermegah-megahan merupakan salah satu bentuk hawa nafsu manusia. Segala hawa nafsu akan merusak dan membahayakan manusia apabila kita mengikutinya. Dalam Al-Qur'an telah diperingatkan agar umat manusia senantiasa waspada terhadap hal ini karena ancaman siksaannya yang amat pedih. Hal ini terlihat dari firman Allah SWT pada QS. At-Takatsur(102): 1-8) :

أَلْهَيْكُمْ التَّكَاثُرُ - ١

حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ - ٢

كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ - ٣

ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ - ٤

كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ - ٥

لَتَرْوُنَّ الْجَحِيمَ - ٦

ثُمَّ لَتَرَوُنَّهَا عَيْنَ الْيَقِينِ ۗ - ٧

ثُمَّ لَتُسْأَلُنَّ يَوْمَئِذٍ عَنِ النَّعِيمِ - ٨

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu(1). Sampai kamu masuk ke dalam kubur(2). Sekali-kali tidak! Kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu)(3). Kemudian sekali-kali tidak! Kelak kamu akan mengetahui(4). Sekali-kali tidak! Sekiranya kamu mengetahui dengan pasti(5). Niscaya kamu benar-benar akan melihat neraka Jahim(6). Kemudian kamu benar-benar akan melihatnya dengan mata kepala sendiri(7). Kemudian kamu benar-benar akan ditanya pada hari itu tentang kenikmatan (yang megah di dunia itu)(8).”

Penafsiran Sayyid Quthb dalam penelitian (Farihah, 2021) mengenai surah At-Takatsur menjelaskan bahwa perbuatan bermegah-megahan dengan harta benda, anak-anak, dan kekayaan akan menyebabkan seseorang masuk ke dalam neraka. Hal ini dikarenakan manusia sibuk dengan urusan duniawi sehingga melupakan kehidupan di akhirat. Pada surah ini juga dikatakan bahwa seluruh manusia yang tinggal di bumi akan dimintai pertanggung jawaban di akhirat atas apa yang telah dilakukannya di bumi semasa hidupnya.

Islam tidak melarang umatnya untuk mencapai kebahagiaan dalam hidupnya, tetapi mengejar dan hanyut tenggelam dalam dunia yang hanya bersifat sementara akan membuatnya lupa dan melalaikan ibadah kepada Allah SWT.

C. Konseptualisasi Variabel Kontrol Diri

1. Definisi Kontrol Diri

Kontrol diri terdiri dari dua kata, yaitu kontrol dan diri. Kontrol dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) memiliki arti pengendalian, pengawasan, pemeriksaan. Sedangkan diri dalam KBBI memiliki arti sebagai pribadi manusia itu sendiri (diri sendiri). Sehingga kontrol diri dapat diartikan sebagai kemampuan individu untuk mengendalikan dirinya, secara sadar agar tingkah lakunya tidak merugikan orang lain maupun diri sendiri.

Kontrol diri menurut Haryani & Herwanto (2015) didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk membaca kondisi dirinya di lingkungan. Selain itu definisi lain dari kontrol diri ialah apabila seseorang mampu mengendalikan tingkah lakunya ketika berada di masyarakat.

Selain itu, Borba (dalam Haryani & Herwanto, 2015: 7) menyatakan kontrol diri adalah kecakapan tubuh dan juga pikiran seseorang dalam mengendalikan untuk melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Ketika seseorang memiliki pikiran yang negatif, dengan adanya kontrol diri memungkinkan seseorang dapat mengatasi ajakan dari godaan tersebut. Individu dengan kontrol diri tinggi akan berhati-hati dalam bertindak laku di situasi yang beragam.

Kecakapan seseorang dalam mengarahkan perilaku dirinya dengan menekan atau mencegah suatu dorongan dan tindakan impulsif merupakan definisi kontrol diri menurut (Haryani & Herwanto, 2015: 7). Sejalan dengan pernyataan tersebut, Syamsul (dalam Pratiwi, 2017: 100) berpendapat bahwa kontrol diri adalah kesanggupan individu dalam mengelola impuls-impuls, baik secara internal maupun eksternal. Individu dengan kecakapan kontrol diri yang baik akan selalu mempertimbangkan dampak yang akan dihasilkan, sehingga tindakan dan keputusan yang dipilih akan efektif.

Mengenai beberapa pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengendalikan atau mengelola tingkah laku dirinya sendiri. Seorang individu yang memiliki kemampuan kontrol diri yang tinggi akan membuat keputusan yang efektif. Dengan kata lain, meskipun terdapat stimulus dari eksternal yang kuat, tetapi perilaku seseorang masih dapat dikendalikan melalui proses kontrol diri. Artinya, meskipun kondisi eksternal sangat berpengaruh, dengan adanya kontrol diri yang baik akan membuat seseorang dapat memilih tingkah laku yang akan diambil atau ditampilkan.

2. Aspek-aspek Kontrol Diri

Terdapat tiga aspek kontrol diri menurut Averill (dalam Bukhori, 2012) dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Kontrol Perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan kemampuan untuk mengelola tingkah laku sebelum mengambil tindakan untuk mencegah keadaan yang tidak diharapkan serta untuk mengurangi akibat dari situasi tersebut.

b. Kontrol Kognitif (*cognitive control*)

Kontrol kognitif ialah sebuah kemampuan seseorang dalam mengendalikan informasi yang tidak diharapkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menyatukan peristiwa dalam suatu kerangka kognitif menjadi adaptasi psikologis atau untuk membatasi konflik. Kontrol kognitif dapat diartikan sebagai kecakapan seseorang dalam berpikir atau menyusun rencana untuk memodifikasi akibat stressor.

c. Kontrol dalam pengambilan keputusan (*decisional control*)

Merupakan keyakinan seseorang terhadap suatu hal akan menjadi penentu dalam pengambilan keputusan. Kontrol diri berfungsi sebagai penentuan pilihan dari beberapa kemungkinan yang tersedia.

Kualitas kontrol diri menurut Block dan Block (dalam Bukhori, 2012: 39) terdiri dari tiga aspek, yaitu *Over control* merupakan keadaan seseorang yang berlebihan dalam menahan diri untuk bereaksi terhadap suatu stimulus. *Under control* merupakan kecenderungan individu melepas impuls secara bebas tanpa perhitungan yang cermat. *Appropriate control* merupakan kontrol diri seseorang dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat.

Dari beberapa teori yang telah dikemukakan di atas, peneliti menggunakan teori dari Averill (dalam Bukhori, 2012) sebagai aspek yang digunakan untuk mengukur skala kontrol diri, terdapat tiga aspek, yaitu; pertama adalah kontrol perilaku, aspek kedua adalah kontrol kognitif, dan aspek ketiga adalah kontrol dalam pengambilan keputusan. Alasan menggunakan teori dari Averill karena konsep yang jelas dan rinci.

3. Faktor-faktor Kontrol Diri

Menurut Ghufron & Risnawita (dalam Dwi Marsela & Supriatna, 2019: 67) pembentukan kontrol diri pada individu dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan usia dan kematangan emosi. Semakin bertambahnya usia seseorang maka akan semakin baik kemampuan dalam kontrol dirinya. Ketika emosi seseorang sudah mencapai tingkat kematangan maka kontrol dirinya juga akan semakin baik.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar individu, meliputi keluarga dan lingkungan. Sikap disiplin dan penerapan peraturan yang diajarkan orang tua akan dapat mengembangkan kontrol diri dan self directions seseorang, kemudian seorang individu mampu bertanggung jawab atas keputusannya.

Baumeister & Boden (dalam Dwi Marsela & Supriatna, 2019: 68) berpendapat bahwa faktor kontrol diri antara lain sebagai berikut:

a. Orang Tua

Kedekatan antara anak dan orang tua terbukti mampu memotivasi kontrol diri dari anak tersebut. Orang tua dengan tipe pola asuh otoriter dan keras membuat anak menjadi kurang percaya diri dan sulit mengelola dirinya, serta menjadi kurang perhatian terhadap sekitarnya. Sedangkan orang tua yang mendidik dengan pola asuh demokratis akan membuat anak menjadi mandiri, karena sejak dini anak diajarkan dan diberi kesempatan dalam memilih suatu keputusan, sehingga kontrol dirinya baik.

b. Faktor Budaya

Seseorang yang menetap pada suatu daerah akan terhubung dengan kebudayaan atau kebiasaan dari daerah tersebut. Setiap daerah memiliki kebudayaan yang berbeda dengan daerah lainnya. Hal ini yang menjadi faktor kemampuan pengendalian diri individu berbeda-beda.

Sedangkan menurut Masyita (2016: 48) terdapat tiga faktor dasar yang dapat menentukan keberhasilan kontrol diri, yaitu:

- a. Tidak terburu-buru dalam pembelian
- b. Memilih diantara dua pilihan yang bertolak belakang, pilihan pertama memberikan kesenangan seketika dan pilihan kedua sebagai hadiah jangka panjang
- c. Memanipulasi stimulus yang bertujuan untuk membuat sebuah perilaku menjadi tidak mungkin, dan perilaku yang lain menjadi memungkinkan.

Menurut beberapa teori yang telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kontrol diri yaitu usia, kematangan emosi yang diwujudkan dalam tidak terburu-buru dalam bertindak, adanya pertimbangan untuk masa depan, dapat memanipulasi stimulus agar mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang dianggap sulit tetapi baik untuk dirinya, serta pola asuh orang tua dan pengaruh kebudayaan.

4. Kontrol Diri dalam Perspektif Islam

Kontrol diri ialah kecakapan seseorang dalam mengelola perilakunya. Kontrol diri dalam Islam adalah bagian dari kesabaran. Menurut Alaydrus (2017: 19) kesabaran terberat adalah menjauhi larangan-larangan yang umumnya merupakan hal yang digemari. Dengan kesabaran yang telah dilakukan di dunia akan digantikan dengan kesenangan di masa yang akan datang di akhirat (*delay gratification*). Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an :

يَقَوْمِ إِنَّمَا هِذِهِ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا مَتَاعٌ وَإِنَّ الْآخِرَةَ هِيَ دَارُ الْقَرَارِ – ٣٩

“Wahai kaumku! Sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah kesenangan (sementara) dan sesungguhnya akhirat itulah negeri yang kekal”(QS. Al-Mu'min(40): 39)

Menurut Al-Ghazali (2008) kemampuan kontrol diri yang baik akan mengantarkan seseorang pada kekuatan karakter. Kontrol diri membutuhkan kematangan spiritual dan juga disiplin diri yang akan membuat seseorang meyakini

bahwa akan ada balasan dari Allah SWT. Untuk itu, individu yang memiliki kematangan spiritual mudah saja dalam mengendalikan diri dari kenikmatan dunia yang bersifat fana. Selain itu, kontrol diri juga dapat mencegah terjadinya perbandingan sosial. Menurut Putra (2018) perbandingan sosial juga akan berpengaruh terhadap *self-esteem*, maka penting bagi individu untuk memiliki rasa bersyukur. Rasa syukur dapat mengarahkan individu untuk lebih melihat ke arah bawah dalam hal yang bersifat duniawi.

Seperti halnya penafsiran Sayyid Quthb dalam penelitian (Farihah, 2021) pada (QS. Al-Furqan(25): 67):

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar”

Menurut Sayyid Quthb sikap berlebihan dan sikap terlalu kikir (menahan harta) dapat menimbulkan ketidakseimbangan di tengah masyarakat dan bidang ekonomi. Sikap kikir (menahan harta) dapat mengakibatkan berbagai masalah, begitu juga dengan sikap berlebihan tanpa kendali. Hal ini dapat merusak hati dan akhlak. Oleh karena itu, Islam telah mengatur segi kehidupan ini dengan memulainya dari diri sendiri, sehingga keseimbangan itu dapat dijadikan salah satu karakter dari berbagai karakter keimanan.

D. Dinamika Usia Dewasa Awal

Usia dewasa awal merupakan masa peralihan dari masa remaja menuju masa dewasa. Peralihan dari kebergantungan ke masa mandiri baik secara ekonomi, kebebasan menentukan diri, serta pandangan masa depan yang lebih realistis (Santrock, 2010). Masa dewasa awal juga diketahui sebagai masa pencarian, penemuan, pemantapan dan masa reproduktif. Dengan kata lain suatu masa yang penuh dengan masalah dan ketegangan emosional, periode isolasi sosial, periode

komitmen dan masa ketergantungan, perubahan nilai-nilai, kreativitas dan penyesuaian diri pada pola hidup yang baru (Putri, 2018).

Menurut R. J. Havighurs, 1953 (dalam Putri, 2018) terdapat beberapa tugas perkembangan masa dewasa awal, yaitu: (a) memilih teman hidup, secara umum, ketika masa dewasa awal ini individu mulai berpikir dan memilih pasangan yang cocok dengan dirinya, yang dapat mengerti pikiran dan perasaannya, untuk kemudian melanjutkan dengan pernikahan. (b) belajar hidup bersama suami istri, masing-masing individu mulai menyesuaikan baik pendapat keinginan, dana minat dengan pasangan hidupnya. (c) mulai hidup dalam keluarga atau berkeluarga. (d) dituntut adanya kesamaan cara serta paham. (e) mengelola rumah tangga. (f) mulai bekerja dalam suatu jabatan. (g) bertanggung jawab sebagai warga suatu negara. (h) memperoleh kelompok sosial yang seirama dengan nilai-nilai atau pemahannya.

Sejalan dengan pendapat Erikson (1965) bahwa masa dewasa awal ditandai dengan ketika seseorang perlu membentuk hubungan yang intim dan penuh kasih dengan orang terdekatnya. Masa ini disebut ke dalam fase *intimacy vs isolation*. Fase *intimacy* atau keintiman merupakan proses penemuan diri sendiri sekaligus peleburan diri sendiri dengan diri orang lain dan membutuhkan komitmen dengan orang lain. *Intimacy* berkembang ketika individu dapat berbagi pikiran dan perasaan dengan pasangan, keluarga, maupun teman dekat. Hal ini didukung karena adanya kesamaan latar belakang, pendidikan, budaya dan lain hal yang membuat individu memiliki kecocokan dengan orang lain. Ketika individu mampu melewati fase *intimacy* maka akan mengarah pada hubungan yang kuat, sementara ketika individu tidak mampu membangun hubungan sosial baru untuk menggantikan hubungan sosial sebelumnya yang dimilikinya maka akan menghasilkan rasa kesepian atau terisolasi. Hurlock (2011) menyatakan bahwa pada fase *intimacy* individu menumbuhkan semangat bersaing dalam segi sosial, artinya keramahan yang dimiliki ketika semasa remaja mulai tergantikan dengan persaingan pada masyarakat dewasa.

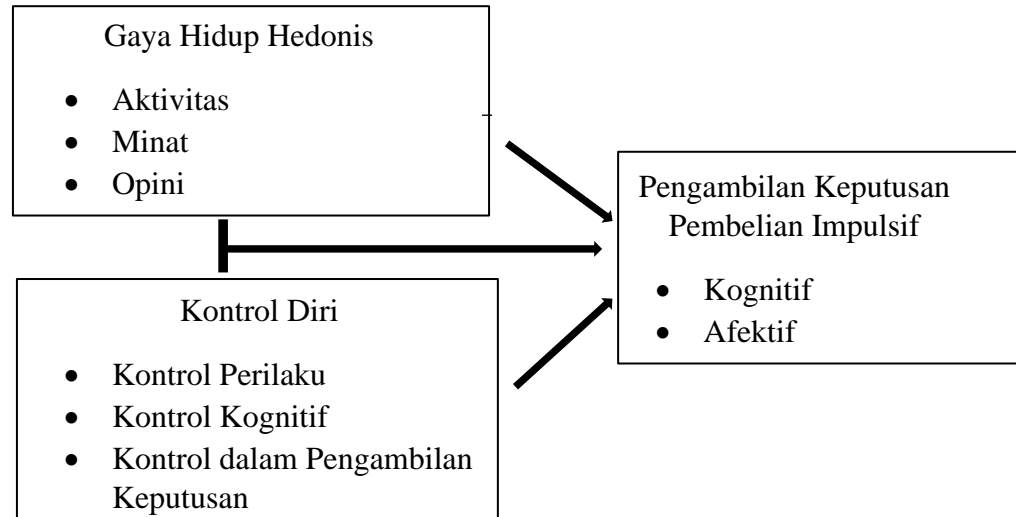
E. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Dengan Keputusan Pembelian Impulsif

Gaya hidup adalah pola seseorang dalam bertingkah laku dan menghabiskan waktu serta uangnya (Patricia & Handayani, 2007). Seseorang dengan penghasilan yang cenderung besar akan dengan mudah mengalokasikan uangnya untuk kesenangan dan kemewahan tanpa memikirkan nominal. Gaya hidup yang mengarahkan pada aktivitas, minat dan opininya untuk mencari kesenangan hidup dan aktivitas tersebut berupa menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian disebut gaya hidup hedonis (Anggraini & Santhoso, 2019). Ketika individu membeli barang yang kurang diperlukan secara spontan dengan diikuti perasaan (afektif) senang atau gembira maka disebut dengan pengambilan keputusan pembelian secara impulsif (Suratno, dkk., 2021). Studi lain menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara gaya hidup hedonis terhadap pembelian impulsif (Saputri & Yuniati, 2019).

Berdasarkan pendapat Borba (dalam Haryani & Herwanto, 2015) yang dimaksud dengan kontrol diri adalah kecakapan tubuh dan juga pikiran seseorang dalam mengendalikan untuk melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Kecakapan seseorang dalam mengarahkan perilaku dirinya dengan menekan atau mencegah suatu dorongan dan tindakan impulsif (Chaplin (dalam Haryani & Herwanto, 2015)). Sejalan dengan pendapat Averill (dalam Bukhori, 2012) perlu adanya pengendalian perilaku, kognitif serta pengendalian dalam pengambilan keputusan. Studi lain menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap pembelian impulsif (Pratiwi, 2017).

Bagan 1

Skema Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif



F. Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini adalah:

- H₁ : Terdapat pengaruh antara gaya hidup hedonis terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang
- H₂ : Terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang
- H₃ : Terdapat pengaruh antara gaya hidup hedonis dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2017: 7) adalah pendekatan-pendekatan terhadap suatu kajian secara empiris untuk mengumpulkan, menampilkan data berupa numerik (angka) dan menganalisa menggunakan statistik.

B. Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

Menurut Syahrums & Salim (2012: 103) mendefinisikan pengertian variabel penelitian sebagai segala sesuatu yang akan menjadi titik pengamatan pada suatu penelitian, kemudian menarik kesimpulan. Tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

- | | |
|--------------------------|--------------------------------------------|
| 1. Variabel Dependen | : Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif |
| 2. Variabel Independen 1 | : Gaya Hidup Hedonis |
| 3. Variabel Independen 2 | : Kontrol Diri |

C. Definisi Operasional

1. Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

Variabel pengambilan keputusan pembelian impulsif dalam penelitian ini berdasarkan pada teori Rook (dalam Sosianika & Juliani, 2017) yang menyebutkan pembelian impulsif ialah pembelian secara mendadak dan tidak rasional, diiringi dengan konflik kognitif dan konflik afektif.

Terdapat dua aspek dari pembelian impulsif, yaitu aspek kognitif dan aspek afektif. Aspek kognitif merupakan konflik yang terjadi pada kognitif seseorang dalam menentukan pengambilan keputusan pembelian. Konflik ini merupakan

kurang mampunya seseorang dalam mempertimbangkan dan merencanakan pembelian. Sedangkan aspek afektif berfokus pada emosional seseorang ketika melakukan pengambilan keputusan pembelian.

2. Gaya Hidup Hedonis

Menurut Sudiantara (dalam Azizah & Indrawati, 2015) hedonisme merupakan aliran yang beranggapan bahwa kebahagiaan atau kenikmatan merupakan satu hal yang paling baik bagi manusia. Sehingga seseorang akan berusaha untuk mengejar jumlah kenikmatan yang besar, dan akan berusaha menghindari segala sesuatu yang tidak menyenangkan. Aspek gaya hidup hedonis dikenal dengan AIO, *Activity* (aktivitas), merupakan tindakan yang dilakukan seseorang untuk mencari kesenangan dan memenuhi hasratnya, *Interest* (minat), merupakan bentuk ketertarikan seseorang pada sesuatu di lingkungan sekitar, *Opinion* (opini), merupakan bentuk respon terhadap keadaan baik secara lisan maupun tulisan pada stimulus yang muncul.

3. Kontrol Diri

Kontrol diri menurut Masyita, (2016) merupakan kecakapan individu dalam mengendalikan perilakunya ketika berhadapan dengan ajakan atau godaan negatif serta tekanan dari sekitar. Aspek kontrol diri yaitu *behavior control* (kontrol perilaku), merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola tingkah lakunya sebelum mengambil tindakan untuk mencegah keadaan yang tidak diharapkan. *cognitive control* (kontrol kognitif), merupakan kemampuan seseorang dalam mengendalikan informasi yang tidak diharapkan, dan *decesional control* (kontrol dalam mengambil keputusan), merupakan keyakinan seseorang terhadap suatu hal akan menjadi penentu dalam pengambilan keputusan.

D. Tempat dan Waktu Penelitian

. Pengumpulan data berlangsung selama 10 hari terhitung sejak tanggal 26 Agustus sampai tanggal 4 September 2022 di Kota Semarang.

E. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Mulyatiningsih (2011: 10) mendefinisikan populasi merupakan kumpulan dari makhluk hidup atau benda yang memiliki suatu karakter kemudian diteliti atau dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini memiliki yaitu wanita dengan rentang usia 21-25 tahun yang bertempat tinggal di Kota Semarang. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Semarang, populasi penduduk Kota Semarang yang berusia 21-25 tahun berjumlah 62.662 penduduk (*Penduduk Kelompok Umur (Jiwa), 2019-2021*, semarangkota.bps.go.id/indicator/12/49/1/penduduk-kelompok-umur.html.)

2. Sampel

Mulyatiningsih (2011: 10) menyatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *Nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* menurut Sugiyono (2017) teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik *Nonprobability sampling* pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017) *purposive sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel dengan adanya pertimbangan atau kriteria tertentu. Sampel pada penelitian ini memiliki karakteristik antara lain: wanita dengan rentang usia 21-25 tahun yang bertempat tinggal di Kota Semarang, senang berbelanja sedikitnya tiga kali dalam satu bulan, dan pernah melakukan pengambilan keputusan pembelian secara spontan tanpa rencana

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Lemeshow, sebagai berikut :

$$n = \frac{N \cdot Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

p = Perkiraan proporsi (0.2)

$q = 1 - p$

d = Presisi absolut

$Z_{1-\alpha/2}$ = Statistik Z (Z= 1.96)

N = Besar populasi

Perhitungan :

$$n = \frac{62.662 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,2 \cdot (1 - 0,2)}{(0,1)^2 \cdot 62.661 + (1,96)^2 \cdot 0,2 \cdot (1 - 0,2)} = \frac{48.114}{627} = 76$$

Hasil yang didapat dari perhitungan rumus diatas adalah 76 responden dan dibulatkan oleh peneliti menjadi 150 responden.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode skala. Menurut Sugiyono (2017: 93) pengertian skala digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Skala pengukuran dalam penelitian ini digunakan skala likert dengan empat jenis jawaban, diantaranya, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Pada penelitian ini menggunakan dua jenis pernyataan, *favorable* dan *unfavorable*. Skoring pernyataan untuk *favorable*, apabila subjek memilih (SS) maka mendapat skor 4, (S) mendapat skor 3, (TS) mendapat skor 2, dan (STS) mendapat skor 1. Sedangkan pernyataan untuk *unfavorable*, apabila

subjek memilih (SS) maka mendapat skor 1, (S) mendapat skor 2, (TS) mendapat skor 3, dan (STS) mendapat skor 4.

Tabel 2
Kriteria Penilaian

Jenis pertanyaan	Skoring			
	SS	S	TS	STS
<i>Favorable</i>	4	3	2	1
<i>Unfavorable</i>	1	2	3	4

Penelitian ini menggunakan tiga skala, yaitu skala pengambilan keputusan pembelian impulsif, skala gaya hidup hedonis, dan skala kontrol diri yang lebih lanjut akan dibahas sebagai berikut:

1. Skala pengambilan keputusan pembelian impulsif

Pengambilan keputusan pembelian impulsif dalam penelitian ini akan menggunakan aspek-aspek Verplanken dan Herabadi. Skala ini terdiri dari dua aspek, yaitu kognitif dan afektif. Tiap aspek terdiri dari tiga indikator, dengan total aitem pada skala ini ada 28 aitem.

Berikut *blueprint* dari skala pengambilan keputusan pembelian impulsif yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3

***Blue Print* Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif**

No.	Aspek	Nomor Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Kognitif	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	15, 16, 17, 18, 19, 20, 28	14
2.	Afektif	8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	21, 22, 23, 24, 25, 26, 27	14
Total		14	14	28

2. Skala Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis dalam penelitian ini menggunakan aspek-aspek Wells dan Tigert. Skala ini terdiri dari tiga aspek, yaitu aktivitas, minat, dan opini. Total aitem pada skala ini ada 26 aitem. Berikut *blueprint* dari skala gaya hidup hedonis yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4

***Blue Print* Skala Gaya Hidup Hedonis**

No.	Aspek	Nomor Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Aktivitas	5, 6, 7, 8, 9	18, 19, 20, 21, 22	10
2.	Minat	1, 2, 3, 4	14, 15, 16, 17	8
3.	Opini	10, 11, 12, 13	23, 24, 25, 26	8
Total		13	13	26

3. Skala Kontrol Diri

Kontrol diri dalam penelitian ini akan menggunakan aspek-aspek Averill. Skala ini terdiri dari tiga aspek, yaitu kontrol perilaku, kontrol

kognitif, dan kontrol dalam pengambilan keputusan. Total aitem pada skala ini ada 28 aitem. Berikut *blueprint* dari skala kontrol diri yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 5
Blue Print Skala Kontrol Diri

No.	Aspek	Nomor Aitem		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Kontrol Perilaku	1, 2, 3, 4, 5, 6	15, 16, 17, 18, 19, 20	12
2.	Kontrol Kognitif	7, 8, 9, 10	21, 22, 23, 24	8
3.	Kontrol dalam Pengambilan Keputusan	11, 12, 13, 14	25, 26, 27, 28	8
Total		14	14	28

G. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017: 124) digunakan sebagai penentuan valid atau tidaknya suatu angket. Angket dapat dinyatakan valid ketika pernyataan pada angket dapat mengungkap sesuatu yang akan diukur. Standart yang digunakan untuk mengukur validitas suatu aitem sebesar $r_{xy} = 0,3$. Apabila hasil koefisien validitas yang dihasilkan kurang dari 0,3 maka skala pengukurannya kurang valid. Sedangkan jika hasil koefisien validitas yang dihasilkan lebih dari 0,3 maka skala pengukuran yang digunakan mempunyai tingkat validitas yang tinggi.

2. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017: 124) berpendapat bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila digunakan berulang kali dengan objek atau subjek yang sama tetapi tetap menunjukkan hasil yang konsisten. Alat untuk mengukur reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha*. *Cronbach Alpha* merupakan alat ukur reliabilitas instrumen yang memiliki nilai berkisar 0.0 sampai 1.00. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai

Cronbach Alpha (α) > 0.6. Sebaliknya, jika hasil koefisien reliabilitas kurang dari 0.6 maka skala yang digunakan dikatakan tidak reliabel.

3. Hasil Uji Coba Skala

Dalam penelitian ini telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas skala terhadap 40 subjek dengan menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistics 25*. Hasil uji coba ketiga skala adalah sebagai berikut:

a. Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

Skala pengambilan keputusan pembelian impulsif dalam penelitian ini menggunakan aspek-aspek Verplanken dan Herabadi. Hasil dari analisis validitas menunjukkan ada 24 aitem valid dan 4 aitem gugur karena $r_{xy} < 0.3$. Adapun aitem yang gugur dari skala pengambilan keputusan pembelian impulsif diantaranya aitem 1, 2, 7, dan 12. Kemudian hasil dari analisis reliabilitas sebesar 0.94 yang artinya skala pengambilan keputusan pembelian impulsif yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi karena koefisien reliabilitas yang dihasilkan lebih dari 0,6. Berikut *blueprint* skala pengambilan keputusan pembelian impulsif yang selanjutnya akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 6
Hasil Uji Validitas Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

No.	Aspek	Nomor Aitem		Total
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Kognitif	1*, 2*, 3, 4, 5, 6, 7*	15, 16, 17, 18, 19, 20, 28	11
2.	Afektif	8, 9, 10, 11, 12*, 13, 14	21, 22, 23, 24, 25, 26, 27	13
Total		10	14	24

Keterangan: * = aitem gugur

b. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis dalam penelitian ini menggunakan aspek-aspek Wells dan Tigert. Hasil dari analisis validitas menunjukkan ada 24 aitem valid dan 2 gugur karena $r_{xy} < 0.3$. Adapun aitem yang gugur dari skala gaya hidup hedonis diantaranya aitem 1 dan 4. Kemudian hasil dari analisis reliabilitas sebesar 0.882 yang artinya skala gaya hidup hedonis yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi karena koefisien reliabilitas yang dihasilkan lebih dari 0,6. Berikut *blueprint* skala gaya hidup hedonis yang selanjutnya akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 7
Hasil Uji Validitas Skala Gaya Hidup Hedonis

No.	Aspek	Nomor Aitem		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Aktivitas	5, 6, 7, 8, 9	18, 19, 20, 21, 22	10
2.	Minat	1*, 2, 3, 4*	14, 15, 16, 17	6
3.	Opini	10, 11, 12, 13	23, 24, 25, 26	8
Total		11	13	24

Keterangan: * = aitem gugur

c. Kontrol diri

Kontrol diri dalam penelitian ini akan menggunakan aspek-aspek Averill. Hasil dari analisis validitas menunjukkan ada 25 aitem valid dan 3 gugur karena $r_{xy} < 0.3$. Adapun aitem yang gugur dari skala kontrol diri diantaranya aitem 6, 7, dan 13. Kemudian hasil dari analisis reliabilitas sebesar 0.868 yang artinya skala kontrol diri yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi karena koefisien reliabilitas yang dihasilkan lebih dari 0,6.

Berikut *blueprint* skala kontrol diri yang selanjutnya akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 8
Hasil Uji Validitas Skala Kontrol Diri

No.	Aspek	Nomor Aitem		Total
		Favorable	Unfavorable	
1.	Kontrol Perilaku	1, 2, 3, 4, 5, 6*	15, 16, 17, 18, 19, 20	11
2.	Kontrol Kognitif	7*, 8, 9, 10	21, 22, 23, 24	7
3.	Kontrol dalam Pengambilan Keputusan	11, 12, 13*, 14	25, 26, 27, 28	7
Total		11	14	25

Keterangan: * = aitem gugur

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui sebaran data yang diperoleh pada variabel atau kelompok data apakah berdistribusi secara normal atau tidak (Nuryadi, dkk, 2017: 79). Uji Normalitas pada penelitian ini akan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dimana jika data yang diperoleh memiliki signifikansi di bawah 0,05 maka data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, yang berarti data tersebut tidak normal. Sebaliknya, jika signifikansi lebih diatas 0,05 maka data tersebut terdistribusi secara normal (Nuryadi, dkk, 2017: 87).

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui tingkat linearitas dari variabel yang diteliti (Harlan, 2018: 28). Dalam penelitian ini uji linearitas dilakukan melalui *test of linearity*, dengan bantuan aplikasi SPSS dengan nilai taraf signifikansi lebih dari 0,05 pada variabel dependen dan independen.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen (bebas) (Janie, 2012: 19). Untuk mengetahui uji multikolinearitas ini dapat dilihat dari nilai VIF. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk melihat multikolinieritas menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan *tolerance*, dikatakan bebas multikolinieritas jika nilai VIF > 10.00 dan nilai *tolerance* < 0.10 (Janie, 2012: 23).

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji analisis regresi sederhana dan uji analisis regresi linear berganda. Untuk menguji hipotesis 1 dan 2 menggunakan uji analisis regresi sederhana, sedangkan uji analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh gaya hidup hedonis dan kontrol diri terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian impulsif. Menurut Gani & Amalia (2014: 136) uji analisis regresi linear berganda dapat diperoleh melalui perhitungan :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien Regresi

X_1 = Gaya Hidup Hedonis

X_2 = Kontrol Diri

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek

Subjek dalam penelitian ini ialah wanita dewasa awal berusia 21-25 tahun yang bertempat tinggal di Kota Semarang, Jawa Tengah, senang berbelanja sedikitnya tiga kali dalam satu bulan, dan pernah melakukan pengambilan keputusan pembelian secara spontan tanpa rencana. Pengumpulan data berlangsung selama 10 hari terhitung sejak tanggal 26 Agustus sampai tanggal 4 September 2022. Total keseluruhan subjek yang didapat sebanyak 150 subjek dengan distribusi data sebagai berikut :

1. Berdasarkan Usia

Tabel 9
Distribusi Data Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
21	28	18.7%
22	20	13.3%
23	29	19.3%
24	31	20.7%
25	42	28%
Total	150	100%

B. Deskripsi Data

Deskripsi data bertujuan untuk menggambarkan pengambilan keputusan pembelian impulsif, gaya hidup hedonis, dan kontrol diri pada wanita dewasa awal di Kota Semarang yang bertempat tinggal di Kota Semarang. Gambaran tersebut didapatkan melalui hasil olah data menggunakan *IBM SPSS Statistics 25* berdasarkan hasil *mean*, nilai *standart deviation*, nilai minimum, dan nilai maksimum. Deskripsi data pada penelitian ini didapatkan dari responden pada masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Deskripsi Data Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

Tabel 10
Hasil Uji Deskriptif Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	150	29	91	65.19	19.530
Valid N (listwise)	150				

Pada tabel hasil uji deskriptif diatas dapat diketahui bahwa variabel pengambilan keputusan pembelian impulsif menunjukkan nilai minimum sebesar 29, nilai maksimum sebesar 91, nilai rata-rata sebesar 65.19, dan nilai standar deviasi sebesar 19.530. Maka skor variabel pengambilan keputusan pembelian impulsif dapat dikategorisasikan sebagai berikut:

Tabel 11
Kategorisasi Skor Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

Kategorisasi	Norma	Skor Skala
Rendah	$X < (M-1SD)$ $X < (65.19 - 19.53)$	$X < 45.66$
Sedang	$(M-1SD) \leq X < (M+1SD)$ $(65.19 - 19.53) \leq X < (65.19 + 19.53)$	$45.66 \leq X < 84.72$
Tinggi	$(M + 1SD) \leq X$ $(65.19 + 19.53) \leq X$	$84.72 \leq X$

Berdasarkan kategorisasi skor skala pengambilan keputusan pembelian impulsif di atas, dapat diketahui bahwa skor memasuki kategori rendah jika lebih kecil dari 45.66, memasuki kategori sedang jika skor berada diantara 45.66 hingga kurang dari 84.72, dan memasuki kategori tinggi jika skor lebih besar atau sama dengan 84.72.

Tabel 12

Kategori Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	35	23.3	23.3	23.3
	Sedang	90	60.0	60.0	83.3
	Tinggi	25	16.7	16.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 23.3% atau sebanyak 35 wanita dewasa awal di Kota Semarang yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat pengambilan keputusan pembelian impulsif rendah, sebanyak 60% atau sebanyak 90 wanita dewasa awal di Kota Semarang yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat pengambilan keputusan pembelian impulsif sedang, dan sebanyak 16.7% atau 25 wanita dewasa awal di Kota Semarang yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat pengambilan keputusan pembelian impulsif tinggi. Sehingga dapat diketahui bahwa secara umum kategorisasi pengambilan keputusan pembelian impulsif pada penelitian ini ada pada kategori sedang.

2. Deskripsi Data Gaya Hidup Hedonis

Tabel 13
Hasil Uji Deskriptif Gaya Hidup Hedonis

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	150	28	90	65.70	19.299
Valid N (listwise)	150				

Pada tabel hasil uji deskriptif di atas dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup hedonis menunjukkan nilai minimum sebesar 28, nilai maksimum sebesar 90, nilai rata-rata sebesar 65.70, dan nilai standar deviasi sebesar 19.299. Maka skor variabel gaya hidup hedonis dapat dikategorisasikan sebagai berikut :

Tabel 14
Kategorisasi Skor Skala Gaya Hidup Hedonis

Kategorisasi	Norma	Skor Skala
Rendah	$X < (M-1SD)$ $X < (65.70 - 19.299)$	$X < 46.401$
Sedang	$(M-1SD) \leq X < (M+ 1SD)$ $(65.70 - 19.299) \leq X < (65.70 + 19.299)$	$46.401 \leq X < 84.999$
Tinggi	$(M + 1SD) \leq X$ $(65.70 + 19.299) \leq X$	$84.999 \leq X$

Berdasarkan kategorisasi skor skala gaya hidup hedonis di atas, dapat diketahui bahwa skor memasuki kategori rendah jika lebih kecil dari 46.401, memasuki kategori sedang jika skor berada diantara 46.401 hingga kurang dari 84.999, dan memasuki kategori tinggi jika skor lebih besar atau sama dengan 84.999.

Tabel 15
Kategori Gaya Hidup Hedonis Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	32	21.3	21.3	21.3
	Sedang	89	59.3	59.3	80.7
	Tinggi	29	19.3	19.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 21.3% atau sebanyak 32 wanita dewasa awal di Kota Semarang yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat gaya hidup hedonis rendah, sebanyak 59.3% atau sebanyak 89 wanita dewasa awal di Kota Semarang yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat gaya hidup hedonis sedang, dan sebanyak 19.3% atau 29 wanita dewasa awal di Kota Semarang yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat gaya hidup hedonis tinggi. Sehingga dapat diketahui bahwa secara umum kategorisasi gaya hidup hedonis pada penelitian ini ada pada kategori sedang.

3. Deskripsi Data Kontrol Diri

Tabel 16
Hasil Uji Deskriptif Kontrol Diri

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2	150	32	93	64.06	14.386
Valid N (listwise)	150				

Pada tabel hasil uji deskriptif di atas dapat diketahui bahwa variabel kontrol diri menunjukkan nilai minimum sebesar 32, nilai maksimum sebesar 92, nilai rata-rata sebesar 64.06, dan nilai standar deviasi sebesar 14.386.

Maka skor variabel kontrol diri dapat dikategorisasikan sebagai berikut:

Tabel 17
Kategorisasi Skor Skala Kontrol Diri

Kategorisasi	Norma	Skor Skala
Rendah	$X < (M-1SD)$ $X < (64.06 - 14.386)$	$X < 49.674$
Sedang	$(M-1SD) \leq X < (M+ 1SD)$ $(64.06 - 14.386) \leq X < (64.06 + 14.386)$	$49.674 \leq X < 78.446$
Tinggi	$(M + 1SD) \leq X$ $(64.06 + 14.386) \leq X$	$78.446 \leq X$

Berdasarkan kategorisasi skor skala kontrol diri di atas, dapat diketahui bahwa skor memasuki kategori rendah jika lebih kecil dari 49.674, memasuki kategori sedang

jika skor berada diantara 49.674 hingga kurang dari 78.446, dan memasuki kategori tinggi jika skor lebih besar atau sama dengan 78.446.

Tabel 18

Kategori Kontrol Diri Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Semarang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	33	22.0	22.0	22.0
	Sedang	89	59.3	59.3	81.3
	Tinggi	28	18.7	18.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 22% atau sebanyak 33 wanita dewasa awal di Kota Semarang yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat kontrol diri rendah, sebanyak 59.3% atau sebanyak 89 wanita dewasa awal di Kota Semarang yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat kontrol diri sedang, dan sebanyak 18.7% atau 28 wanita dewasa awal di Kota Semarang yang menjadi subjek penelitian memiliki tingkat kontrol diri tinggi. Sehingga dapat diketahui bahwa secara umum kategorisasi kontrol diri pada penelitian ini ada pada kategori sedang.

C. Hasil Uji Asumsi

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 25*. Ketentuan distribusi data antara lain, jika signifikansi < 0.05 maka data tidak terdistribusi secara normal, dan jika signifikansi > 0.05 maka data dapat terdistribusi normal (Nuryadi, dkk, 2017: 87).

Tabel 19

Hasil Uji Normalitas Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif, Gaya Hidup Hedonis, dan Kontrol Diri

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03946055
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.059
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Tabel di atas menunjukkan bahwa data yang ada pada variabel pengambilan keputusan pembelian impulsif, gaya hidup hedonis, dan kontrol diri menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.08, lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan *Test for Linearity* dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 25*. Jika nilai signifikansi *linearity* < 0.05 dan nilai signifikansi dari *deviation from linearity* > 0.05 maka hubungan variabel X dan Y dianggap linear (Widhiarso, 2010 : 5).

Tabel 20

Hasil Uji Linearitas Variabel Gaya Hidup Hedonis dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	55939.429	51	1096.852	120.595	.000
		Linearity	55449.310	1	55449.310	6096.446	.000
		Deviation from Linearity	490.119	50	9.802	1.078	.370
	Within Groups		891.344	98	9.095		
	Total		56830.773	149			

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil uji linearitas antara gaya hidup hedonis dengan pengambilan keputusan pembelian impulsif memiliki nilai *test for linearity* sebesar 0.000 yang mana lebih kecil dari 0.05 dan nilai *deviation from linearity* sebesar 0.370 yang mana lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel gaya hidup hedonis dengan pengambilan keputusan pembelian impulsif terdapat hubungan yang linear.

Tabel 21

Hasil Uji Linearitas Variabel Kontrol Diri dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	27334.950	51	535.979	1.781	.009
		Linearity	5789.345	1	5789.345	19.235	.000
		Deviation from Linearity	21545.604	50	430.912	1.432	.066
	Within Groups		29495.824	98	300.978		
	Total		56830.773	149			

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil uji linearitas antara kontrol diri dengan pengambilan keputusan pembelian impulsif memiliki nilai *test for linearity* sebesar 0.000 yang mana lebih kecil dari 0.05 dan nilai *deviation from linearity* sebesar 0.066 yang mana lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kontrol diri dengan pengambilan keputusan pembelian impulsif terdapat hubungan yang linear.

3. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*) dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 25*. Dikatakan variabel bebas tidak memiliki multikolinearitas jika nilai VIF < 10.00 dan nilai tolerance > 0.10 (Janie, 2012: 23).

Tabel 22

Hasil Uji Multikolinearitas antar Variabel Gaya Hidup Hedonis dan Kontrol Diri

Coefficients ^a		Unstandardized		Standardized		Collinearity Statistics		
		Coefficients	Std. Error	Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B		Beta				
1	(Constant)	-1.564	1.730		-.904	.367		
	Gaya Hidup Hedonis (X1)	1.003	.014	.991	72.827	.000	.890	1.124
	Kontrol Diri (X2)	.013	.018	.010	.727	.468	.890	1.124

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif (Y)

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* sebesar 0.890 yang mana lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF sebesar 1.124 yang mana lebih kecil dari 10.00. Maka dapat dikatakan bahwa tidak ada multikolinearitas yang terjadi antar variabel bebas pada penelitian ini.

D. Hasil Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, yakni teknik analisis yang digunakan untuk memprediksi seberapa besar peran yang terjadi antara variabel gaya hidup hedonis dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita usia dewasa awal di Kota Semarang. Untuk melihat adanya peran variabel independen terhadap variabel dependen merujuk pada tingkat signifikansi. Ketentuan signifikansi yang digunakan ialah jika tingkat signifikansi < 0.01 menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima, sedangkan jika nilai signifikansi > 0.01 menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Analisis data diolah dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 25*, berikut hasil analisis data yang didapat:

Tabel 23
Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-1.564	1.730		-.904	.367
	X1	1.003	.014	.991	72.827	.000
	X2	.013	.018	.010	.727	.468

a. Dependent Variable: Y

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa pengaruh gaya hidup hedonis terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 yang mana lebih kecil dari 0.01. Hal ini menandakan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini diterima, karena terdapat peran variabel gaya hidup hedonis terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Selanjutnya pada tabel diatas juga diketahui bahwa pengaruh kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif memiliki nilai signifikansi sebesar 0.468 yang mana lebih besar dari 0.01. Hal ini menandakan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini ditolak karena tidak terdapat peran variabel kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang.

Berdasarkan tabel diatas juga dapat diketahui bahwa model garis persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = -1.564 + 1.003 X_1 + 0.013 X_2$$

Keterangan:

Y = Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien Regresi

X_1 = Gaya Hidup Hedonis

X_2 = Kontrol Diri

Interpretasi model garis persamaan regresi linier berganda tersebut antara lain yang pertama, $\beta_0 = -1.564$ berarti nilai konstantanya sebesar -1.564 yang artinya jika tidak ada peran dari variabel gaya hidup hedonis dan kontrol diri, maka variabel pengambilan keputusan pembelian impulsif hanya akan bernilai -1.564. Kedua, $\beta_1 = 1.003$ berarti nilai koefisiennya sebesar 1.003 atau 100% yang artinya jika variabel gaya hidup hedonis mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka variabel pengambilan keputusan pembelian impulsif akan mengalami peningkatan sebesar 1.003 atau 100%. Nilai koefisien regresi ini bernilai positif, artinya jika variabel gaya hidup hedonis meningkat, maka variabel pengambilan keputusan pembelian impulsif juga akan meningkat. Ketiga, $\beta_2 = 0.013$ berarti nilai koefisiennya sebesar 0.013 atau 1.3% yang artinya jika variabel kontrol diri mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka variabel pengambilan keputusan pembelian impulsif akan mengalami peningkatan sebesar 0.013 atau 1.3%. Nilai koefisien regresi ini bernilai positif tetapi tidak memiliki pengaruh secara signifikan.

Tabel 24

Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55454.264	2	27727.132	2961.031	.000 ^b
	Residual	1376.510	147	9.364		
	Total	56830.773	149			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif (Y)
 b. Predictors: (Constant), Kontrol Diri (X2), Gaya Hidup Hedonis (X1)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa peran gaya hidup hedonis dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 yang mana lebih kecil dari 0.01. Hal tersebut mengindikasikan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat pengaruh gaya hidup hedonis dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang.

Tabel 25
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.988 ^a	.976	.975	3.060

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri (X2), Gaya Hidup Hedonis (X1)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa peran gaya hidup hedonis dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.975. Hal tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis dan kontrol diri secara bersama-sama mampu berpengaruh sebesar 97.5% terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Sedangkan 2.5% lainnya dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini.

E. Pembahasan

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara gaya hidup hedonis dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Dalam penelitian ini terdapat tiga pokok bahasan, yaitu *pertama*, pengaruh gaya hidup hedonis terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. *Kedua*, pengaruh kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. *Ketiga*, pengaruh gaya hidup hedonis dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang.

Hasil uji regresi parsial pada hipotesis pertama didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang mana kurang dari 0.01. Hal tersebut menandakan hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima, yakni gaya hidup hedonis dapat memprediksi pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Nilai koefisien regresi yang didapat pada uji hipotesis ini adalah sebesar 1.003, yang artinya gaya hidup hedonis berperan terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif sebesar 100%. Hasil tersebut juga mengindikasikan bahwa gaya hidup hedonis berperan secara positif terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif. Artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis, maka semakin tinggi pula pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis, maka semakin rendah pula pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang.

Hasil uji regresi pada hipotesis pertama dari penelitian ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya mengenai gaya hidup hedonis dengan perilaku impulsif. Penelitian yang dilakukan oleh Solikhah & Dhania (2017) tentang hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku pembelian impulsif mahasiswa. Berdasarkan hasil uji analisis regresi sederhana menunjukkan hasil nilai r_{xy} sebesar 0.609 dengan nilai signifikansi (p) 0.000 dan efektifitas regresi dalam penelitian ini sebesar 0.371. Maka dapat dikatakan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara variabel gaya hidup hedonis dengan perilaku impulsif, semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang maka semakin tinggi perilaku impulsif orang tersebut. Berlaku pula sebaliknya, semakin rendah gaya hidup

hedonis seseorang maka semakin rendah pula perilaku impulsifnya. Pembaruan dari penelitian ini terkait subjek yang diambil, yakni secara spesifik penelitian ini menguji pada subjek wanita dewasa awal di Kota Semarang.

Keterkaitan antara gaya hidup hedonis dengan pengambilan keputusan pembelian impulsif dapat dipahami bahwa, gaya hidup hedonis menurut Lestari, dkk (2013) merupakan seseorang yang senang memusatkan segala aktivitasnya untuk tujuan mendapatkan kesenangan serta kenikmatan hidup. Kebanyakan dari aktivitasnya dikerjakan di luar rumah, lebih senang bermain, senang menjadi sorotan, serta senang membelanjakan produk atau merek yang kurang dibutuhkan. Ketika individu membeli barang yang kurang diperlukan secara spontan dengan timbul perasaan (afektif) senang atau gembira saat melakukan pembelian serta timbul perasaan kecewa akibat penyesalan dari perilaku spontannya maka disebut dengan pengambilan keputusan pembelian secara impulsif. Peter, J. P & Olson (2008) menyatakan bahwa roda analisis konsumen pada pengambilan keputusan pembelian impulsif dapat dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis yang termasuk dalam elemen lingkungan. Peter, J. P & Olson (2008) menambahkan bahwa lingkungan sosial dibedakan menjadi dua, yaitu lingkungan makro dan lingkungan mikro. Lingkungan sosial makro merupakan interaksi sosial yang dilakukan secara tak langsung dan diantara kelompok masyarakat yang sangat besar. Lingkungan sosial mikro merupakan interaksi sosial yang dilakukan secara langsung dan diantara kelompok yang lebih kecil, seperti keluarga, teman, pasangan, dan tetangga. Hal ini sejalan dengan pendapat Erikson (1965) bahwa dewasa awal termasuk dalam fase *intimacy*. Fase *intimacy* inilah yang membuat individu akan cenderung menggabungkan antara perasaan, pikiran, dan perilaku dirinya dengan orang-orang terdekatnya. Hurlock (2011) menambahkan bahwa individu pada fase *intimacy* akan menimbulkan rasa persaingan sosial sehingga meningkatkan aspek gaya hidup hedonis demi memenuhi hasrat kesenangan dalam persaingan sosial. Berdasarkan penelitian dan teori yang telah peneliti jabarkan, terbukti secara empiris bahwa gaya hidup hedonis dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang

Dalam pandangan Islam telah menjelaskan bahwa Islam merupakan agama yang damai di dunia dan akhirat. Fokus utama dalam ajaran agama Islam bukan hanya duniawi

namun juga mencapai akhirat. Kesenangan di dunia merupakan kesenangan fana, sedangkan akhirat merupakan kehidupan yang abadi. Islam melarang umatnya melakukan hal yang bermegah-megahan. Bermegah-megahan merupakan salah satu bentuk hawa nafsu manusia. Segala hawa nafsu akan merusak dan membahayakan manusia apabila kita mengikutinya. Dalam Al-Qur'an telah diperingatkan agar umat manusia senantiasa waspada terhadap hal ini karena ancaman siksaannya yang amat pedih. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. At-Takatsur ayat 1 dan 2:

أَلْهِكُمْ التَّكَاثُرُ ۙ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۚ ٢

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu(1). Sampai kamu masuk ke dalam kubur(2)”. (QS.At-Takatsur (102):1-2)

Selanjutnya, hasil uji regresi parsial pada hipotesis kedua didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.468 yang mana lebih besar dari 0.01. Hal tersebut menandakan hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak, yakni kontrol diri tidak dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Nilai koefisien regresi yang didapat sebesar 0.013 yang artinya kontrol diri berperan terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif sebesar 1.3%. Temuan yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri pada subjek wanita dewasa awal di Kota Semarang tidak berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian impulsif. Hasil ini mendukung pendapat dari Peter, J. P & Olson (2008) bahwa pada roda analisis konsumen pengambilan keputusan pembelian impulsif dapat dipengaruhi oleh kontrol diri yang termasuk dalam elemen afektif. Menurut Mulyono (2012) sisi afektif lebih mendominasi karena lebih banyak dipengaruhi eksternal yang berkaitan dengan harga. Pembelian secara impulsif juga sulit dibendung karena melibatkan pengalaman yang menyenangkan. Mulyono (2012) menambahkan pembelian impulsif dapat terjadi sebagai bentuk untuk mengurangi mood atau perasaan negatif. Sejalan dengan teori Psikososial (Erikson, 1965) bahwa dewasa awal disebut sebagai fase *intimacy vs isolation* atau fase menjalin kedekatan. Pada fase ini berkaitan dengan hubungan kasih sayang dengan orang terdekat. Dengan adanya hal ini membuat individu akan cenderung menggabungkan antara

perasaan, pikiran, dan perilaku dirinya dengan orang-orang terdekatnya sehingga membuat kontrol diri individu rendah.

Menurut pandangan Islam, kontrol diri adalah bagian dari kesabaran. Menurut Alaydrus (2017: 19) kesabaran terberat adalah menjauhi larangan-larangan yang umumnya merupakan hal yang digemari. Dengan kesabaran yang telah dilakukan di dunia akan digantikan dengan kesenangan di masa yang akan datang di akhirat (*delay gratification*). Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

يَقُومُ إِنَّمَا هَذِهِ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا مَتَاعٌ وَإِنَّ الْآخِرَةَ هِيَ دَارُ الْقَرَارِ – ٣٩

“Wahai kaumku! Sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah kesenangan (sementara) dan sesungguhnya akhirat itulah negeri yang kekal”(QS. Al-Mu'min(40): 39)

Selain itu, menurut Al-Ghazali (2008) kemampuan kontrol diri yang baik akan mengantarkan seseorang pada kekuatan karakter. Kontrol diri membutuhkan kematangan spiritual dan juga disiplin diri yang akan membuat seseorang meyakini bahwa akan ada balasan dari Allah SWT. Untuk itu, individu yang memiliki kematangan spiritual mudah saja dalam mengendalikan diri dari kenikmatan dunia yang bersifat fana. Kontrol diri juga dapat mencegah terjadinya perbandingan sosial. Menurut Putra (2018) perbandingan sosial juga akan berpengaruh terhadap *self-esteem*, maka penting bagi individu untuk memiliki rasa bersyukur. Rasa syukur dapat mengarahkan individu untuk lebih melihat ke arah bawah dalam hal yang bersifat duniawi.

Selanjutnya, hasil uji regresi simultan pada hipotesis ketiga didapatkan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang mana kurang dari 0.01. Hal tersebut menandakan hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima, yakni gaya hidup hedonis dan kontrol diri secara bersama-sama dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Peran gaya hidup hedonis dan kontrol diri secara bersama-sama pengambilan keputusan pembelian impulsif memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.975. Hal tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis dan kontrol diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian

impulsif sebesar 97.5%, sedangkan 2.5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan gaya hidup hedonis dan kontrol diri secara bersama-sama memberi pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif. Artinya hal ini sejalan dengan pendapat Ambara (2014) bahwa pengambilan keputusan pembelian impulsif memiliki faktor internal dan eksternal, yang diantaranya adalah gaya hidup hedonis dan kontrol diri. Menurut Anggraini & Santhoso (2019) gaya hidup hedonis merupakan tingkah laku seseorang yang mengarah pada aktivitas guna mencapai kebahagiaan hidup. Aktivitas tersebut seperti senang menghabiskan waktu di tempat umum, senang bermain, senang dengan kemeriahan, gemar melakukan pembelian produk yang tidak dibutuhkan, sehingga dapat meningkatkan pengambilan keputusan pembelian impulsif. Kemudian menurut Haryani & Herwanto (2015) kontrol diri merupakan kecakapan seseorang dalam mengarahkan perilaku dirinya dengan menekan atau mencegah suatu dorongan dan tindakan impulsif, sehingga kontrol diri juga memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif.

Dalam Islam manusia tidak dilarang untuk mengkonsumsi keinginannya. Tetapi, juga terdapat ketentuan yang diperintahkan Islam untuk umatnya, yaitu barang atau jasa yang dikonsumsi merupakan yang halal, suci, bersih, dan tidak berlebihan. Seperti firman Allah SWT:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰتِئْتَكُم مِّنْ عِنْدِ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ- ۳۱

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf(7): 31)

Dari ayat di atas kita diajarkan untuk tidak mengkonsumsi apapun secara berlebih-lebihan dan untuk selalu merasa bersyukur, meskipun sedang berada dalam fase dewasa awal atau fase *intimacy vs isolation*, agar tidak termasuk dalam kategori orang yang merugi di masa yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan dan uji hipotesis yang telah dilakukan peneliti, maka pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gaya hidup hedonis dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Pengaruh ini memiliki peran secara positif, dengan nilai signifikan sebesar 0.000 dan nilai koefisien regresi yang didapat sebesar 1.003, yang artinya gaya hidup hedonis berperan terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif sebesar 100%. Semakin tinggi gaya hidup hedonis, maka semakin tinggi pula pengambilan keputusan pembelian impulsif yang dimiliki wanita dewasa awal di Kota Semarang, dan sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonisnya, maka semakin rendah pula pengambilan keputusan pembelian impulsif wanita dewasa awal di Kota Semarang.
2. Kontrol diri tidak dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian impulsif pada wanita dewasa awal di Kota Semarang. Tidak ada peran secara signifikan yang terjadi pada variabel kontrol diri terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif wanita dewasa awal di Kota Semarang tahun pada penelitian ini.
3. Gaya hidup hedonis dan kontrol diri secara bersama-sama dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian impulsif wanita dewasa awal di Kota Semarang. Pengaruh ini memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.975, yang artinya gaya hidup hedonis dan kontrol diri berperan terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif sebesar 97.5%.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan adanya kelemahan dan sekaligus kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi oleh *gender*, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan unsur-unsur lainnya yang dapat dianggap sebagai faktor dalam mempengaruhi variabel-variabel pada penelitian ini.
2. Pada penelitian ini ditemukan fakta yang berbeda dengan penelitian terdahulu bahwa kontrol diri ternyata tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian impulsif.
3. Pengambilan sampel pada penelitian ini hanya menggunakan kuisioner, sehingga masih terdapat kemungkinan kelemahan yang ditemui, seperti subjek yang menjawab tidak jujur, tidak bersungguh-sungguh, tidak cermat, dan kemungkinan adanya pernyataan yang kurang dipahami oleh subjek.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti memiliki saran-saran sebagai berikut:

1. Akademik

Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen yakni gaya hidup hedonis dan kontrol diri. Namun sebetulnya masih terdapat variabel lain yang memiliki hubungan terhadap pembelian impulsif yang tidak tercantum pada penelitian ini. Sehingga bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menguji variabel lain atau faktor-faktor lain yang masih berhubungan dengan perilaku pembelian secara impulsif.

2. Non Akademik

Hasil dari penelitian yang didapat, kategorisasi pengambilan keputusan pembelian impulsif, gaya hidup hedonis dan kontrol diri pada penelitian ini secara umum ada pada kategori sedang. Berdasarkan hal tersebut, peneliti berharap pada wanita khususnya kategori usia dewasa awal di Kota Semarang untuk lebih mempertimbangkan dan membuat perencanaan terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian dari suatu barang atau produk, mampu membedakan antara kebutuhan utama dengan keinginan atau

kepuasan semata, mampu memilih teman atau kelompok sosial yang akan diikuti, lebih bijaksana dalam menggunakan uang agar tidak menimbulkan perbuatan yang sia-sia dan memberi dampak negatif, serta terhindar dari perilaku pembelian secara impulsif.

REFERENCES

- Al-Ghazali. (2008). *Ringkasan ihya 'ulumuddin*. Akbar Media.
- Alaydrus, R. M. (2017). Membangun kontrol diri remaja melalui pendekatan islam dan neuroscience. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 22(2), 15–27. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol22.iss2.art2>
- Ambara, G. B. B. (2014). Hubungan antara intensitas mengunjungi toko online dengan kecenderungan pembelian impulsif secara online pada remaja. *Skripsi*, 111.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Anggriani, I., & Indasari, F. (2018). Analisis perbedaan pembelian impulsif ditinjau dari gender konsumen pada puncak toserba Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 57–66. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i1.439>
- Azizah, F. N., & Indrawati, E. S. (2015). Kontrol diri dan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Empati*, 4(4), 156–162.
- Bukhori, B. (2012). *Toleransi terhadap umat kristiani ditinjau dari fundamentalisme agama dan kontrol diri*. 10(9), 32.
- Dewi, M. N., & Samuel, H. (2015). Pengaruh gaya hidup (lifestyle), harga, promosi terhadap pemilihan tempat tujuan wisata (destination) studi kasus pada konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3(1), 1–13.
- Dwi Marsela, R., & Supriatna, M. (2019). Kontrol diri: definisi dan faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69. http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling
- Elgeka, H. W. S., & Ma, J. (2020). Mental budgeting and the malleability of decision-making. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(2), 139–154. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v5i2.5759>

- Erikson, E. H. (1965). *Childhood and society*. The Hogarth Press.
- Farihah, U. (2021). *Gaya hidup hedonisme dalam Al-Qur'an (Studi Analisis Kitab Tafsir fi Zhilal Al-Qur'an Karya Sayyid Quthb w. 1966 M)*.
- Gani, I., & Amalia, S. (2014). *Alat analisis data* (M. Bendata (Ed.)). CV. Andi Offset.
- Harlan, J. (2018). *Analisis regresi linear*. Gunadarma.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1), 5–11.
- Henrietta, P. (2012). Impulsive buying pada dewasa awal di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Undip*, 11(2), 6. <https://doi.org/10.14710/jpu.11.2.6>
- Hurlock, E. B. (2011). Psikologi perkembangan. *Jakarta: Erlangga*.
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh citra merek dan gaya hidup hedonis terhadap keputusan pembelian jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150207.id>
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS* (A. I. S (Ed.)). Semarang University Press.
- Kementerian Agama RI. (2020). *Al-Qur'anulkarim*. Al-Qur'an Al-Qosbah.
- Lestari, E. S., Silviandari, I. A., & Widyasari, S. D. (2013). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan impulse buying produk pakaian imitasi pada pria homoseksual di Malang Raya. *Jurnal Psikologi*, 1–14.
- Lestari N., A. (2015). *Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada Mahasiswa Jurusan PPB 2013 FIP UNY*.
- Lestari, N. F., Hartini, N., & Kes, M. (2014). Hubungan Antara Tingkat Stres dengan Frekuensi Kekambuhan pada Wanita Penderita Asma Usia Dewasa Awal yang Telah Menikah. 2(1), 7–15.

- Masyita, A. R. (2016). Pengaruh kontrol diri terhadap kecanduan game online pada pemain Dota 2 Malang. *Skripsi*, 85(1), 2071–2079.
- Mulyatiningsih, E. (2011). *Riset terapan bidang pendidikan & teknik* (A. Nuryanto (Ed.)). UNY Press.
- Mulyono, F. (2012). Faktor demografis dalam perilaku pembelian impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 92–109. <https://doi.org/10.26593/jab.v8i1.416>.
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonis remaja di Kota Malang. *Seminar Psikologi & Kemanusiaan*, 8(1998), 528–596.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku ajar dasar-dasar statistik penelitian*. Sibuku Media.
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2007). *Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan “x.”*
- Penduduk Kelompok Umur (Jiwa)*. (n.d.).
<https://semarangkota.bps.go.id/indicator/12/49/1/penduduk-kelompok-umur.html%09%09>
- Peter, J. P., Olson, J. C. (n.d.). *Consumer Behavior & Marketing*. Mc. Graw Hill.
- Pratama, R., & Salim, A. (2017). Pengaruh gaya hidup dan motivasi hedonis terhadap pembelian impulsif pada Starbucks Coffee. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 35–51.
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk fashion di online shop pada mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 98.
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19994>
- Putra, J. S. (2018). *Peran Syukur sebagai Moderator Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Self-esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial*. 3(2), 197–210.
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35.
<https://doi.org/10.23916/08430011>

- Rahman Afandi, A., & Hartati, S. (2017). Pembelian impulsif pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri. *Gajah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 123–130.
- Santrock, J. W. (2010). *Life-span development*. Mc. Graw Hill.
- Saputri, D. L., & Yuniati, T. (2019). Pengaruh gaya hidup hedonis, keterlibatan fashion dan visual merchandising terhadap pembelian impulsif. *J Chem Inf Model*, 53(9), 1689–1699.
- Solikhah, M., & Dhania, D. R. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya dengan perilaku pembelian impulsif Universitas Muria Kudus. *Psikovidya*, 21(1), 43–49.
- Sosianika, A., & Juliani, N. (2017). Studi tentang perbedaan perilaku pembelian impulsif berdasarkan karakteristik konsumen. *Jurnal Sigma-Mu*, 9(1), 9–18.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suratno, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). *Pengaruh daya tarik iklan televisi, literasi ekonomi, dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif (Studi Kasus Guru Sma Negeri Kabupaten Musi Banyuasin)*. 2(4), 501–515.
- Suyasa, F. & P. T. Y. S. (2017). *Perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran*. December 2005.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi penelitian kuantitatif* (R. Ananda (Ed.)). Citapustaka Media. ISBN 979-3216-90-5
- Syaiful, I. A., Rizal, K., & Sari, A. V. K. (2018). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Toko Daring: Peran Faktor Psikologis Persepsi Kualitas Produk dan Tingkat Kepercayaan. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(2), 194.
<https://doi.org/10.21580/pjpp.v2i2.2296>
- Syaiful, I. A., Verdaningrum, A., & Sari, K. (2016). *Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Bertransaksi di Media Sosial*. 1(1), 95–112.
- Widhiarso, W. (2010). Uji Linieritas Hubungan. *Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas*

Gajah Mada.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Blue print Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

No.	Aspek	Indikator	Item Pernyataan	
			Favo	Unfavo
1	Kognitif	Pembelian tanpa mempertimbangkan harga produk	(3) Saya membeli sesuatu tidak berdasarkan harganya (4) Saya akan melakukan pembelian dari apa yang saya inginkan	(17) Saya melakukan pembelian produk yang saya butuhkan dengan harga yang paling rendah (18) Saya melihat promo dari iklan sebelum berbelanja
		Pembelian tanpa mempertimbangkan kegunaan produk	(1) Saya membeli sesuatu yang tidak terlalu digunakan di kehidupan sehari-hari (2) Saya membeli sesuatu yang terlihat lucu atau memikat bagi saya	(15) Saya membeli produk hanya ketika saya benar-benar membutuhkannya (16) Saya akan membeli produk jika produk tersebut sangat berguna bagi saya
		Pembelian tanpa melakukan perbandingan produk	(5) Ketika saya membutuhkan suatu produk, saya langsung membeli produk yang pertama kali saya lihat (6) Ketika saya menginginkan suatu produk, saya langsung membeli produk yang pertama kali saya lihat (7) Jika saya sudah menyukai salah satu merek, saya akan melakukan pembelian berulang	(19) Saya menyeleksi produk yang saya butuhkan sebelum melakukan pembelian (28) Saya menyeleksi produk yang saya inginkan sebelum melakukan pembelian (20) Saya hanya akan membeli produk dengan kualitas yang bagus

2.	Afektif	Perasaan segera untuk melakukan pembelian	(13) Saya merasa senang melihat produk favorit saya, sehingga saya harus membelinya (14) Saya merasa senang membeli apa yang sedang menjadi tren	(26) Saya berbelanja dengan teliti tanpa melibatkan perasaan (27) Saya akan lebih berhati-hati saat berbelanja ketika sedang terdapat diskon
		Perasaan kecewa setelah pembelian	(11) Saya menyesal setelah membeli suatu produk (12) Saya menyesal membeli produk hanya mengikuti tren	(24) Saya melakukan pertimbangan sebelum membeli, untuk menghindari penyesalan (25) Saya hanya membeli apa yang dibutuhkan untuk menghindari penyesalan
		Pembelian spontan tanpa perencanaan	(8) Saya membeli produk dengan keluaran terbaru (9) Saya berbelanja tanpa melalui perencanaan (10) Saya harus membeli produk yang sedang menjadi tren	(21) Saat berbelanja saya sudah merencanakan jauh-jauh hari (22) Saya hanya berbelanja yang sesuai dengan <i>budget</i> saya (23) Saya menabung untuk membeli sesuatu yang saya inginkan

LAMPIRAN 2

Blue Print Skala Gaya Hidup Hedonis

No.	Aspek	Indikator	Item Pernyataan	
			Favo	Unfavo
1.	Aktivitas	Tindakan seseorang untuk mencari kesenangan	(5) Saya ingin menjadi pusat perhatian (6) Saya senang menghabiskan waktu di tempat umum (7) Saya menyukai julukan “ <i>fashionable</i> ” yang diberikan oleh orang lain kepada saya	(18) Saya dapat menahan diri untuk mengurangi aktivitas berbelanja (19) Saya membeli barang yang bernilai ekonomis (20) Saya merasa nyaman ketika hanya menghabiskan waktu di rumah
		Tindakan seseorang untuk mencari kepuasan diri	(8) Saya senang menghabiskan waktu untuk berbelanja (9) Saya memilih berbelanja ketika memiliki pendapatan lebih	(21) Saya menggunakan waktu luang untuk tetap produktif (22) Ketika memiliki pendapatan lebih, saya memilih untuk melakukan kegiatan sosial
2.	Minat	Ketertarikan terhadap sesuatu	(1) Saya mudah tertarik dengan suatu barang (2) Saya mudah tergoda untuk membeli, ketika teman menunjukkan suatu barang	(14) Saya membagi antara produk yang menjadi prioritas dan yang tidak (15) Saya memiliki pendirian teguh untuk tidak terpengaruh ajakan berbelanja dari teman saya
		Memiliki banyak keinginan	(3) Jika sedang terdapat tren, saya ingin membeli produk tersebut (4) Saya memiliki daftar keinginan (<i>wishlist</i>) barang yang ingin saya beli	(16) Saya menekan biaya pengeluaran untuk produk yang ingin saya beli (17) Saya dapat memilah antara keinginan dan kebutuhan
3.	Opini	Pendapat pribadi tentang tren dan merek	(10) Menurut saya, mengikuti suatu tren adalah hal yang wajar	(23) Bagi saya, menggunakan barang bermerek merupakan

			(11) Menurut saya, membeli produk bermerek adalah hal yang biasa	salah satu pemborosan (24) Bagi saya, produk <i>no-brand</i> tidak kalah dengan produk <i>branded</i>
		Pendapat pribadi tentang kepuasan diri	(12) Saya memilih sebagian besar pendapatan saya digunakan untuk berbelanja (13) Menurut saya, kepuasan memiliki tahapan-tahapan tersendiri dan tidak dapat dibatasi	(25) Ketika saya memperoleh pendapatan, saya memilih untuk menabungnya (26) Menurut saya, kepuasan perlu dibatasi untuk mengatur kestabilan finansial

LAMPIRAN 3

Blue Print Skala Kontrol Diri

No.	Aspek	Indikator	Item Pernyataan	
			Favo	Unfav
1.	Kontrol Perilaku	Kemampuan mengatur pelaksanaan	(1) Saya sulit tergoda untuk membeli produk, walaupun saya menyukai produk tersebut (2) Saya berbelanja dengan perencanaan (3) Saya mampu mengendalikan diri untuk mengelola pengeluaran saya (4) Saya mampu menahan diri untuk membeli sesuatu	(15) Saya spontan membeli apa yang terlihat menarik di mata saya (16) Saya akan membeli suatu produk jika produk tersebut penting bagi saya (17) Saya berbelanja tanpa melalui perencanaan (18) Saya akan membeli produk yang saya sukai
		Kemampuan memodifikasi stimulus	(5) Saya memahami cara untuk menghadapi setiap situasi yang tidak saya harapkan (6) Saya akan menolak saat akan ditawarkan suatu produk	(19) Saya sulit menghindari seseorang yang akan mempromosikan produknya (20) Saya sulit menolak ajakan orang lain
2.	Kontrol Kognitif	Memperoleh informasi	(7) Ketika saya mendapatkan informasi tentang suatu produk, saya tidak akan serta merta membelinya (8) Iklan produk yang menarik, tidak mempengaruhi saya untuk membelinya	(21) Saya membeli suatu produk berdasarkan iklan yang menarik (22) Ketika saya mendapatkan informasi tentang suatu produk, saya cenderung akan membelinya
		Melakukan penilaian	(9) Saya tidak membeli sesuatu hanya karena merasa iba (10) Saya tidak membeli sesuatu hanya karena	(23) Saya membeli produk yang tidak saya butuhkan dengan tujuan untuk berdonasi (24) Saya akan membeli sesuatu untuk membantu orang lain

			dorongan untuk menolong	
3.	Kontrol Dalam Pengambilan Keputusan	Kemampuan memutuskan suatu tindakan	(11) Saya memutuskan untuk tidak membeli sesuatu diluar kebutuhan saya (12) Saya akan berpikir berulang kali sebelum membeli sesuatu	(25) Saya langsung membeli produk yang menarik, meskipun pada awalnya tidak berniat untuk membeli (26) Saya memutuskan untuk membeli produk yang sedang menjadi tren
		Kemampuan mengantisipasi suatu tindakan	(13) Saya memutuskan membeli produk setelah melakukan pertimbangan (14) Saya tidak membeli sesuatu barang yang di luar perencanaan saya	(27) Saya langsung membeli suatu produk tanpa adanya pertimbangan (28) Saya membeli suatu produk yang tidak terduga dan tidak saya butuhkan

LAMPIRAN 4

Kuesioner Uji Coba Skala

Identitas Responden

Nama Inisial :

Usia :

Nomor Whatsapp/E-wallet :

Petunjuk Pengisian

- a. Dibawah ini akan disajikan beberapa pernyataan yang merepresentasikan diri Anda. Mohon dibaca dengan teliti dan berilah tanda pada salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan
- b. Terdapat empat pilihan jawaban untuk masing-masing pernyataan. Pernyataan nomor 1-14 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Setuju (S), 4. Sangat Setuju (SS). Sedangkan pernyataan nomor 15-28 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Setuju (SS), 2. Setuju (S), 3. Tidak Setuju (TS), 4. Sangat tidak setuju (STS)
- c. Berikan jawaban sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan Anda yang sebenarnya
- d. Tidak ada jawaban benar maupun salah

Bagian 1

No.	Pernyataan	1	2	3	4
1.	Saya membeli sesuatu yang tidak terlalu digunakan di kehidupan sehari-hari				
2.	Saya membeli sesuatu yang terlihat lucu atau memikat bagi saya				
3.	Saya membeli sesuatu tidak berdasarkan harganya				
4.	Saya akan melakukan pembelian dari apa yang saya inginkan				
5.	Ketika saya membutuhkan suatu produk, saya langsung membeli produk yang pertama kali saya lihat				
6.	Ketika saya menginginkan suatu produk, saya langsung membeli produk yang pertama kali saya lihat				
7.	Jika saya sudah menyukai salah satu merek, saya akan melakukan pembelian berulang				
8.	Saya membeli produk dengan keluaran terbaru				
9.	Saya berbelanja tanpa melalui perencanaan				

10.	Saya harus membeli produk yang sedang menjadi tren				
11.	Saya menyesal setelah membeli suatu produk				
12.	Saya menyesal membeli produk hanya mengikuti tren				
13.	Saya merasa senang melihat produk favorit saya, sehingga saya harus membelinya				
14.	Saya merasa senang membeli apa yang sedang menjadi tren				
15.	Saya membeli produk hanya ketika saya benar-benar membutuhkannya				
16.	Saya akan membeli produk jika produk tersebut sangat berguna bagi saya				
17.	Saya melakukan pembelian produk yang saya butuhkan dengan harga yang paling rendah				
18.	Saya melihat promo dari iklan sebelum berbelanja				
19.	Saya menyeleksi produk yang saya butuhkan sebelum melakukan pembelian				
20.	Saya hanya akan membeli produk dengan kualitas yang bagus				
21.	Saat berbelanja saya sudah merencanakan jauh-jauh hari				
22.	Saya hanya berbelanja yang sesuai dengan <i>budget</i> saya				
23.	Saya menabung untuk membeli sesuatu yang saya inginkan				
24.	Saya melakukan pertimbangan sebelum membeli, untuk menghindari penyesalan				
25.	Saya hanya membeli apa yang dibutuhkan untuk menghindari penyesalan				
26.	Saya berbelanja dengan teliti tanpa melibatkan perasaan				
27.	Saya akan lebih berhati-hati saat berbelanja ketika sedang terdapat diskon				
28.	Saya menyeleksi produk yang saya inginkan sebelum melakukan pembelian				

Bagian 2

Petunjuk Pengisian

- a. Dibawah ini akan disajikan beberapa pernyataan yang merepresentasikan diri Anda. Mohon dibaca dengan teliti dan berilah tanda pada salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan
- b. Terdapat empat pilihan jawaban untuk masing-masing pernyataan. Pernyataan nomor 1-13 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Setuju (S), 4. Sangat Setuju (SS). Sedangkan pernyataan nomor 15-26 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Setuju (SS), 2. Setuju (S), 3. Tidak Setuju (TS), 4. Sangat tidak setuju (STS)
- c. Berikan jawaban sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan Anda yang sebenarnya
- d. Tidak ada jawaban benar maupun salah

No.	Pernyataan	1	2	3	4
1.	Saya mudah tertarik dengan suatu barang				
2.	Saya mudah tergoda untuk membeli, ketika teman menunjukkan suatu barang				
3.	Jika sedang terdapat tren, saya ingin membeli produk tersebut				
4.	Saya memiliki daftar keinginan (<i>wishlist</i>) barang yang ingin saya beli				
5.	Saya ingin menjadi pusat perhatian				
6.	Saya senang menghabiskan waktu di tempat umum				
7.	Saya menyukai julukan " <i>fashionable</i> " yang diberikan oleh orang lain kepada saya				
8.	Saya senang menghabiskan waktu untuk berbelanja				
9.	Saya memilih berbelanja ketika memiliki pendapatan lebih				
10.	Menurut saya, mengikuti suatu tren adalah hal yang wajar				
11.	Menurut saya, membeli produk bermerek adalah hal yang biasa				
12.	Saya memilih sebagian besar pendapatan saya digunakan untuk berbelanja				
13.	Menurut saya, kepuasan memiliki tahapan-tahapan tersendiri dan tidak dapat dibatasi				
14.	Saya membagi antara produk yang menjadi prioritas dan yang tidak				
15.	Saya memiliki pendirian teguh untuk tidak terpengaruh ajakan berbelanja dari teman saya				
16.	Saya menekan biaya pengeluaran untuk produk yang ingin saya beli				
17.	Saya dapat memilah antara keinginan dan kebutuhan				
18.	Saya dapat menahan diri untuk mengurangi aktivitas berbelanja				
19.	Saya membeli barang yang bernilai ekonomis				
20.	Saya merasa nyaman ketika hanya menghabiskan waktu di rumah				
21.	Saya menggunakan waktu luang untuk tetap produktif				
22.	Ketika memiliki pendapatan lebih, saya memilih untuk melakukan kegiatan sosial				
23.	Bagi saya, menggunakan barang bermerek merupakan salah satu pemborosan				
24.	Bagi saya, produk <i>no-brand</i> tidak kalah dengan produk <i>branded</i>				
25.	Ketika saya memperoleh pendapatan, saya memilih untuk menabungnya				
26.	Menurut saya, kepuasan perlu dibatasi untuk mengatur kestabilan finansial				

Bagian 3

Petunjuk Pengisian

- a. Dibawah ini akan disajikan beberapa pernyataan yang merepresentasikan diri Anda. Mohon dibaca dengan teliti dan berilah tanda pada salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan
- b. Terdapat empat pilihan jawaban untuk masing-masing pernyataan. Pernyataan nomor 1-14 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Setuju (S), 4. Sangat Setuju (SS). Sedangkan pernyataan nomor 15-28 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Setuju (SS), 2. Setuju (S), 3. Tidak Setuju (TS), 4. Sangat tidak setuju (STS)
- c. Berikan jawaban sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan Anda yang sebenarnya
- d. Tidak ada jawaban benar maupun salah

No.	Pernyataan	1	2	3	4
1.	Saya sulit tergoda untuk membeli produk, walaupun saya menyukai produk tersebut				
2.	Saya berbelanja dengan perencanaan				
3.	Saya mampu mengendalikan diri untuk mengelola pengeluaran saya				
4.	Saya mampu menahan diri untuk membeli sesuatu				
5.	Saya memahami cara untuk menghadapi setiap situasi yang tidak saya harapkan				
6.	Saya akan menolak saat akan ditawarkan suatu produk				
7.	Ketika saya mendapatkan informasi tentang suatu produk, saya tidak akan serta merta membelinya				
8.	Iklan produk yang menarik, tidak mempengaruhi saya untuk membelinya				
9.	Saya tidak membeli sesuatu hanya karena merasa iba				
10.	Saya tidak membeli sesuatu hanya karena dorongan untuk menolong				
11.	Saya memutuskan untuk tidak membeli sesuatu diluar kebutuhan saya				
12.	Saya akan berpikir berulang kali sebelum membeli sesuatu				
13.	Saya memutuskan membeli produk setelah melakukan pertimbangan				
14.	Saya tidak membeli sesuatu barang yang di luar perencanaan saya				
15.	Saya spontan membeli apa yang terlihat menarik di mata saya				
16.	Saya akan membeli suatu produk meskipun produk tersebut tidak saya butuhkan				
17.	Saya berbelanja tanpa melalui perencanaan				
18.	Saya akan membeli produk yang saya sukai				

19.	Saya sulit menghindari seseorang yang akan mempromosikan produknya				
20.	Saya sulit menolak ajakan orang lain				
21.	Saya membeli suatu produk berdasarkan iklan yang menarik				
22.	Ketika saya mendapatkan informasi tentang suatu produk, saya cenderung akan membelinya				
23.	Saya membeli produk yang tidak saya butuhkan dengan tujuan untuk berdonasi				
24.	Saya akan membeli sesuatu untuk membantu orang lain				
25.	Saya langsung membeli produk yang menarik, meskipun pada awalnya tidak berniat untuk membeli				
26.	Saya memutuskan untuk membeli produk yang sedang menjadi tren				
27.	Saya langsung membeli suatu produk tanpa adanya pertimbangan				
28.	Saya membeli suatu produk yang tidak terduga dan tidak saya butuhkan				

LAMPIRAN 5

Hasil Uji Validitas Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

No.	Aitem	Koefisien Korelasi	Keterangan
1.	Y1	0,143	Tidak Valid
2.	Y2	0,224	Tidak Valid
3.	Y3	0,477	Valid
4.	Y4	0,502	Valid
5.	Y5	0,486	Valid
6.	Y6	0,582	Valid
7.	Y7	0,038	Tidak Valid
8.	Y8	0,476	Valid
9.	Y9	0,433	Valid
10.	Y10	0,581	Valid
11.	Y11	0,452	Valid
12.	Y12	0,162	Tidak Valid
13.	Y13	0,550	Valid
14.	Y14	0,628	Valid
15.	Y15	0,530	Valid
16.	Y16	0,788	Valid
17.	Y17	0,663	Valid
18.	Y18	0,705	Valid
19.	Y19	0,740	Valid

20.	Y20	0,790	Valid
21.	Y21	0,539	Valid
22.	Y22	0,802	Valid
23.	Y23	0,778	Valid
24.	Y24	0,863	Valid
25.	Y25	0,758	Valid
26.	Y26	0,661	Valid
27.	Y27	0,778	Valid
28.	Y28	0,766	Valid

LAMPIRAN 6

Hasil Uji Validitas Skala Gaya Hidup Hedonis

No.	Aitem	Koefisien Korelasi	Keterangan
1.	X11	0,212	Tidak Valid
2.	X12	0,527	Valid
3.	X13	0,538	Valid
4.	X14	0,227	Tidak Valid
5.	X15	0,587	Valid
6.	X16	0,675	Valid
7.	X17	0,616	Valid
8.	X18	0,337	Valid
9.	X19	0,357	Valid
10.	X110	0,362	Valid
11.	X111	0,489	Valid
12.	X112	0,487	Valid
13.	X113	0,437	Valid
14.	X114	0,523	Valid
15.	X115	0,482	Valid
16.	X116	0,548	Valid
17.	X117	0,535	Valid
18.	X118	0,439	Valid
19.	X119	0,509	Valid

20.	X120	0,517	Valid
21.	X121	0,457	Valid
22.	X122	0,399	Valid
23.	X123	0,541	Valid
24.	X124	0,674	Valid
25.	X125	0,646	Valid
26.	X126	0,671	Valid

LAMPIRAN 7

Hasil Uji Validitas Skala Kontrol Diri

No.	Aitem	Koefisien Korelasi	Keterangan
1.	X21	0,547	Valid
2.	X22	0,546	Valid
3.	X23	0,567	Valid
4.	X24	0,594	Valid
5.	X25	0,687	Valid
6.	X26	0,280	Tidak Valid
7.	X27	0,226	Tidak Valid
8.	X28	0,417	Valid
9.	X29	0,518	Valid
10.	X210	0,323	Valid
11.	X211	0,592	Valid
12.	X212	0,594	Valid
13.	X213	0,054	Tidak Valid
14.	X214	0,533	Valid
15.	X215	0,430	Valid
16.	X216	0,441	Valid
17.	X217	0,439	Valid
18.	X218	0,530	Valid
19.	X219	0,597	Valid

20.	X220	0,447	Valid
21.	X221	0,354	Valid
22.	X222	0,381	Valid
23.	X223	0,522	Valid
24.	X224	0,405	Valid
25.	X225	0,403	Valid
26.	X226	0,442	Valid
27.	X227	0,5559	Valid
28.	X228	0,631	Valid

LAMPIRAN 8

Hasil Uji Reliabilitas Skala Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.940	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item03	56.1000	230.913	.387	.941
Item04	54.9750	229.358	.450	.940
Item05	55.5750	231.276	.419	.940
Item06	55.6750	227.097	.520	.939
Item08	55.5500	229.382	.413	.941
Item09	55.4500	231.895	.362	.941
Item10	55.9250	226.071	.524	.939
Item11	55.6250	232.343	.379	.941
Item13	54.8500	229.926	.482	.940
Item14	55.6750	224.687	.573	.938
Item15	55.4750	225.281	.486	.940
Item16	55.4250	212.251	.791	.935
Item17	55.8250	223.020	.623	.938
Item18	55.7000	222.882	.683	.937
Item19	55.6750	215.148	.726	.936
Item20	55.6250	214.394	.791	.935
Item21	55.6250	227.574	.497	.939
Item22	55.8000	216.062	.800	.935
Item23	55.5750	216.558	.771	.936
Item24	55.6000	212.400	.853	.934
Item25	55.5000	216.821	.760	.936
Item26	55.4250	225.020	.630	.938
Item27	55.7250	217.692	.769	.936
Item28	55.6250	216.651	.771	.936

LAMPIRAN 9

Hasil Uji Reliabilitas Skala Gaya Hidup Hedonis

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.882	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item02	57.7500	130.295	.447	.878
Item03	58.0250	129.666	.454	.878
Item05	58.3250	125.917	.509	.876
Item06	58.0000	125.026	.610	.873
Item07	57.9500	124.715	.531	.875
Item08	57.7250	133.179	.230	.884
Item09	57.3250	133.610	.263	.882
Item10	57.5250	133.281	.257	.882
Item11	57.5250	131.538	.408	.879
Item12	58.0500	130.305	.392	.879
Item13	57.4500	131.228	.363	.880
Item14	58.0250	126.743	.486	.877
Item15	57.8500	130.387	.451	.878
Item16	58.0250	127.051	.516	.876
Item17	57.9250	128.225	.506	.876
Item18	57.9750	131.051	.414	.879
Item19	58.0000	128.667	.469	.877
Item20	58.0500	126.510	.472	.877
Item21	57.9500	129.792	.412	.879
Item22	57.9000	131.631	.349	.880
Item23	57.9500	127.587	.503	.876
Item24	58.1250	123.958	.637	.872
Item25	58.0750	126.328	.613	.873
Item26	58.2750	122.358	.637	.872

LAMPIRAN 10

Hasil Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.868	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item01	67.9250	99.404	.471	.862
Item02	67.7500	99.218	.459	.862
Item03	67.7250	99.794	.499	.861
Item04	67.7000	101.292	.541	.862
Item05	67.7500	97.064	.621	.858
Item08	67.7500	102.141	.293	.867
Item09	68.1500	98.490	.476	.862
Item10	67.6750	103.558	.247	.867
Item11	67.9750	98.230	.567	.859
Item12	68.3250	96.020	.562	.859
Item13	67.4000	107.579	-.038	.874
Item14	67.9250	99.815	.467	.862
Item15	67.8250	100.456	.383	.864
Item16	68.4250	98.712	.365	.866
Item17	67.8750	100.369	.397	.864
Item18	67.8250	97.994	.515	.860
Item19	67.9500	97.946	.539	.860
Item20	67.8500	98.131	.408	.864
Item21	67.6500	101.310	.323	.866
Item22	67.7250	101.999	.307	.866
Item23	68.1000	100.297	.468	.862
Item24	67.9750	101.563	.344	.865
Item25	68.2000	101.549	.311	.866
Item26	68.3500	99.567	.370	.865
Item27	67.5500	98.510	.475	.862
Item28	67.6500	97.464	.584	.859

LAMPIRAN 11

Kuesioner Penelitian

Identitas Responden

Nama Inisial :
 Usia :
 Nomor Whatsapp/E-wallet :

Petunjuk Pengisian

- a. Dibawah ini akan disajikan beberapa pernyataan yang merepresentasikan diri Anda. Mohon dibaca dengan teliti dan berilah tanda pada salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan
- b. Terdapat empat pilihan jawaban untuk masing-masing pernyataan. Pernyataan nomor 1-10 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Setuju (S), 4. Sangat Setuju (SS). Sedangkan pernyataan nomor 11-24 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Setuju (SS), 2. Setuju (S), 3. Tidak Setuju (TS), 4. Sangat tidak setuju (STS)
- c. Berikan jawaban sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan Anda yang sebenarnya
- d. Tidak ada jawaban benar maupun salah

Bagian 1

No.	Pernyataan	1	2	3	4
1.	Saya membeli sesuatu tidak berdasarkan harganya				
2.	Saya akan melakukan pembelian dari apa yang saya inginkan				
3.	Ketika saya membutuhkan suatu produk, saya langsung membeli produk yang pertama kali saya lihat				
4.	Ketika saya menginginkan suatu produk, saya langsung membeli produk yang pertama kali saya lihat				
5.	Saya membeli produk dengan keluaran terbaru				
6.	Saya berbelanja tanpa melalui perencanaan				
7.	Saya harus membeli produk yang sedang menjadi tren				
8.	Saya menyesal setelah membeli suatu produk				
9.	Saya merasa senang melihat produk favorit saya, sehingga saya harus membelinya				
10.	Saya merasa senang membeli apa yang sedang menjadi tren				
11.	Saya membeli produk hanya ketika saya benar-benar membutuhkannya				
12.	Saya akan membeli produk jika produk tersebut sangat berguna bagi saya				

13.	Saya melakukan pembelian produk yang saya butuhkan dengan harga yang paling rendah				
14.	Saya melihat promo dari iklan sebelum berbelanja				
15.	Saya menyeleksi produk yang saya butuhkan sebelum melakukan pembelian				
16.	Saya hanya akan membeli produk dengan kualitas yang bagus				
17.	Saat berbelanja saya sudah merencanakan jauh-jauh hari				
18.	Saya hanya berbelanja yang sesuai dengan <i>budget</i> saya				
19.	Saya menabung untuk membeli sesuatu yang saya inginkan				
20.	Saya melakukan pertimbangan sebelum membeli, untuk menghindari penyesalan				
21.	Saya hanya membeli apa yang dibutuhkan untuk menghindari penyesalan				
22.	Saya berbelanja dengan teliti tanpa melibatkan perasaan				
23.	Saya akan lebih berhati-hati saat berbelanja ketika sedang terdapat diskon				
24.	Saya menyeleksi produk yang saya inginkan sebelum melakukan pembelian				

Bagian 2

Petunjuk Pengisian

- Dibawah ini akan disajikan beberapa pernyataan yang merepresentasikan diri Anda. Mohon dibaca dengan teliti dan berilah tanda pada salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan
- Terdapat empat pilihan jawaban untuk masing-masing pernyataan. Pernyataan nomor 1-11 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Setuju (S), 4. Sangat Setuju (SS). Sedangkan pernyataan nomor 12-24 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Setuju (SS), 2. Setuju (S), 3. Tidak Setuju (TS), 4. Sangat tidak setuju (STS)
- Berikan jawaban sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan Anda yang sebenarnya
- Tidak ada jawaban benar maupun salah

No.	Pernyataan	1	2	3	4
1.	Saya mudah tergoda untuk membeli, ketika teman menunjukkan suatu barang				
2.	Jika sedang terdapat tren, saya ingin membeli produk tersebut				
3.	Saya ingin menjadi pusat perhatian				
4.	Saya senang menghabiskan waktu di tempat umum				
5.	Saya menyukai julukan “ <i>fashionable</i> ” yang diberikan oleh orang lain kepada saya				
6.	Saya senang menghabiskan waktu untuk berbelanja				
7.	Saya memilih berbelanja ketika memiliki pendapatan lebih				

8.	Menurut saya, mengikuti suatu tren adalah hal yang wajar				
9.	Menurut saya, membeli produk bermerek adalah hal yang biasa				
10.	Saya memilih sebagian besar pendapatan saya digunakan untuk berbelanja				
11.	Menurut saya, kepuasan memiliki tahapan-tahapan tersendiri dan tidak dapat dibatasi				
12.	Saya membagi antara produk yang menjadi prioritas dan yang tidak				
13.	Saya memiliki pendirian teguh untuk tidak terpengaruh ajakan berbelanja dari teman saya				
14.	Saya menekan biaya pengeluaran untuk produk yang ingin saya beli				
15.	Saya dapat memilah antara keinginan dan kebutuhan				
16.	Saya dapat menahan diri untuk mengurangi aktivitas berbelanja				
17.	Saya membeli barang yang bernilai ekonomis				
18.	Saya merasa nyaman ketika hanya menghabiskan waktu di rumah				
19.	Saya menggunakan waktu luang untuk tetap produktif				
20.	Ketika memiliki pendapatan lebih, saya memilih untuk melakukan kegiatan sosial				
21.	Bagi saya, menggunakan barang bermerek merupakan salah satu pemborosan				
22.	Bagi saya, produk <i>no-brand</i> tidak kalah dengan produk <i>branded</i>				
23.	Ketika saya memperoleh pendapatan, saya memilih untuk menabungnya				
24.	Menurut saya, kepuasan perlu dibatasi untuk mengatur kestabilan finansial				

Bagian 3

Petunjuk Pengisian

- a. Dibawah ini akan disajikan beberapa pernyataan yang merepresentasikan diri Anda. Mohon dibaca dengan teliti dan berilah tanda pada salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan
- b. Terdapat empat pilihan jawaban untuk masing-masing pernyataan. Pernyataan nomor 1-11 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Tidak Setuju (STS), 2. Tidak Setuju (TS), 3. Setuju (S), 4. Sangat Setuju (SS). Sedangkan pernyataan nomor 12-25 memiliki pilihan jawaban: 1. Sangat Setuju (SS), 2. Setuju (S), 3. Tidak Setuju (TS), 4. Sangat tidak setuju (STS)
- c. Berikan jawaban sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan Anda yang sebenarnya
- d. Tidak ada jawaban benar maupun salah

No.	Pernyataan	1	2	3	4
1.	Saya sulit tergoda untuk membeli produk, walaupun saya menyukai produk tersebut				
2.	Saya berbelanja dengan perencanaan				
3.	Saya mampu mengendalikan diri untuk mengelola pengeluaran saya				
4.	Saya mampu menahan diri untuk membeli sesuatu				
5.	Saya memahami cara untuk menghadapi setiap situasi yang tidak saya harapkan				
6.	Iklan produk yang menarik, tidak mempengaruhi saya untuk membelinya				
7.	Saya tidak membeli sesuatu hanya karena merasa iba				
8.	Saya tidak membeli sesuatu hanya karena dorongan untuk menolong				
9.	Saya memutuskan untuk tidak membeli sesuatu diluar kebutuhan saya				
10.	Saya akan berpikir berulang kali sebelum membeli sesuatu				
11.	Saya tidak membeli sesuatu barang yang di luar perencanaan saya				
12.	Saya spontan membeli apa yang terlihat menarik di mata saya				
13.	Saya akan membeli suatu produk meskipun produk tersebut tidak saya butuhkan				
14.	Saya berbelanja tanpa melalui perencanaan				
15.	Saya akan membeli produk yang saya sukai				
16.	Saya sulit menghindari seseorang yang akan mempromosikan produknya				
17.	Saya sulit menolak ajakan orang lain				
18.	Saya membeli suatu produk berdasarkan iklan yang menarik				
19.	Ketika saya mendapatkan informasi tentang suatu produk, saya cenderung akan membelinya				
20.	Saya membeli produk yang tidak saya butuhkan dengan tujuan untuk berdonasi				
21.	Saya akan membeli sesuatu untuk membantu orang lain				
22.	Saya langsung membeli produk yang menarik, meskipun pada awalnya tidak berniat untuk membeli				
23.	Saya memutuskan untuk membeli produk yang sedang menjadi tren				
24.	Saya langsung membeli suatu produk tanpa adanya pertimbangan				
25.	Saya membeli suatu produk yang tidak terduga dan tidak saya butuhkan				

LAMPIRAN 12**Hasil Uji Deskripsif Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	150	29	91	65.19	19.530
Valid N (listwise)	150				

LAMPIRAN 13**Kategorisasi Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	35	23.3	23.3	23.3
	Sedang	90	60.0	60.0	83.3
	Tinggi	25	16.7	16.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

LAMPIRAN 14**Hasil Uji Deskripsif Gaya Hidup Hedonis**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	150	28	90	65.70	19.299
Valid N (listwise)	150				

LAMPIRAN 15**Kategorisasi Gaya Hidup Hedonis**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	32	21.3	21.3	21.3
	Sedang	89	59.3	59.3	80.7
	Tinggi	29	19.3	19.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

LAMPIRAN 16
Hasil Uji Deskripsif Kontrol Diri

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2	150	32	93	64.06	14.386
Valid N (listwise)	150				

LAMPIRAN 17
Kategorisasi Kontrol Diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	33	22.0	22.0	22.0
	Sedang	89	59.3	59.3	81.3
	Tinggi	28	18.7	18.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

LAMPIRAN 18
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03946055
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.059
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

LAMPIRAN 19

Hasil Uji Linearitas Variabel Gaya Hidup Hedonis dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	55939.429	51	1096.852	120.595	.000
		Linearity	55449.310	1	55449.310	6096.446	.000
		Deviation from Linearity	490.119	50	9.802	1.078	.370
	Within Groups		891.344	98	9.095		
	Total		56830.773	149			

LAMPIRAN 20

Hasil Uji Linearitas Variabel Kontrol Diri dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	27334.950	51	535.979	1.781	.009
		Linearity	5789.345	1	5789.345	19.235	.000
		Deviation from Linearity	21545.604	50	430.912	1.432	.066
	Within Groups		29495.824	98	300.978		
	Total		56830.773	149			

LAMPIRAN 21

Hasil Uji Multikolinieritas Antar Variabel Bebas

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.564	1.730		-.904	.367		
	Gaya Hidup Hedonis (X1)	1.003	.014	.991	72.827	.000	.890	1.124
	Kontrol Diri (X2)	.013	.018	.010	.727	.468	.890	1.124

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif (Y)

LAMPIRAN 22
Hasil Uji Regresi Parsial

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-1.564	1.730		-.904	.367
	X1	1.003	.014	.991	72.827	.000
	X2	.013	.018	.010	.727	.468

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN 23
Hasil Uji Regresi Simultan

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55454.264	2	27727.132	2961.031	.000 ^b
	Residual	1376.510	147	9.364		
	Total	56830.773	149			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pembelian Impulsif (Y)
b. Predictors: (Constant), Kontrol Diri (X2), Gaya Hidup Hedonis (X1)

LAMPIRAN 24
Hasil Uji Regresi Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.988 ^a	.976	.975		3.060

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri (X2), Gaya Hidup Hedonis (X1)

Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Syafira Nanda Anggraeni
2. Tempat & Tgl Lahir : Banyumas, 27 Maret 1999
3. Alamat Rumah : Jatisari, Kota Semarang, Jawa Tengah
4. E-mail : syafiranandaaaaa@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Tambangan 02 Semarang
2. SMP Negeri 23 Semarang
3. SMA Negeri 08 Semarang
4. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Semarang, 23 September 2022

Penulis,



Syafira Nanda Anggraeni

NIM. 1707016092

