

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Oleh:

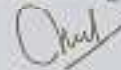
Nama : Yusni Halawa
NPM : 20140030
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul : Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan

Telah dipertahankan dihadapan dewan penguji pada tanggal 22 Juli 2024 dan memperoleh nilai A

Disetujui oleh:

Elisabeth Margareta, S.Pd., M.Si

Pembimbing I



Dapot Tua Manuliang, S.E., M.Si

Pembimbing II



Dr. Mian Siahasn, M.M

Penguji I



Lasma Siagian, S.Pd., M.Pd

Penguji II



Mengesahkan:
Rektor HKBP UHN



Dr. Mita Sapiro, M.Si, Ph.D

Mengesahkan
Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi



Lasma Siagian, S.Pd., M.Pd

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan globalisasi yang semakin pesat mendorong ekonomi suatu negara semakin berkembang. Globalisasi berpengaruh pada segala aspek kehidupan masyarakat baik dari segi politik, ekonomi, sosial budaya maupun keamanan. Globalisasi yang terjadi pada bidang perekonomian disebut dengan globalisasi perekonomian. Globalisasi perekonomian diartikan sebagai suatu proses kegiatan ekonomi dan perdagangan, dimana negara-negara di seluruh dunia menjadi satu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi. Globalisasi perekonomian mengharuskan penghapusan seluruh batasan dan hambatan terhadap arus modal, barang, dan jasa. Globalisasi perekonomian di satu pihak akan membuka peluang pasar produk dari dalam negeri ke pasar internasional secara kompetitif, sebaliknya juga membuka peluang masuknya produk-produk global ke dalam pasar domestik salah satunya di kota Medan.

Kota Medan merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia dan termasuk kota metropolitan. Kota Medan memiliki banyak pusat perbelanjaan seperti minimarket, supermarket, *mall*, *coffe shop*, butik, *distro*, dan berbagai pusat perbelanjaan lainnya. Dalam era globalisasi saat ini kegiatan belanja menjadi aktivitas yang menyenangkan bagi kebanyakan orang sehingga banyak orang yang melakukan perilaku pembelian impulsif terutama dikalangan mahasiswa.

Perilaku pembelian impulsif merupakan tindakan yang dilakukan seseorang ketika membeli barang atau pun jasa secara tiba-tiba dan tanpa adanya

perencanaan dari awal. Konsumen yang melakukan pembelian impulsif tidak berpikir atau pun merencanakan untuk membeli produk atau merk tertentu. Mereka langsung melakukan pembelian karena ketertarikan atau karena tergiur dengan produk atau merk tersebut pada saat itu juga. Pelaku pembelian impulsif ini banyak ditemukan dikalangan pelajar. Mereka sering tergiur dengan iklan, kemasan produk yang menarik dan diskon yang ditawarkan oleh toko atau penjual. Perilaku pembelian impulsif ini disebabkan karena tidak adanya skala prioritas sebelumnya dan kurangnya pengetahuan tentang biaya atau manfaat, sehingga menyebabkan pembelian impulsif. Dalam hal ini dibutuhkan yang namanya literasi ekonomi. Literasi ekonomi itu sendiri merupakan kemampuan memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep ekonomi serta memproyeksikan keuntungan dan biaya dalam kehidupan sehari-hari. Adapun indikator yang digunakan peneliti dalam uji literasi ekonomi ini yaitu uji literasi ekonomi yang dikembangkan oleh NCEE yaitu ekonomi mikro dan ekonomi makro.

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi sudah menempuh mata kuliah ekonomi mikro dan ekonomi makro dan peneliti menemukan bahwa tingkat literasi ekonomi mereka dikategorikan bagus karena nilai yang diperoleh dari mata kuliah ekonomi mikro dan ekonomi makro rata-rata nilai A. Namun, pada kenyataannya Mahasiswa Pendidikan Ekonomi masih ada yang melakukan pembelian impulsif meskipun nilai yang diperoleh dari kedua mata kuliah tersebut bagus akan tetapi mereka tidak mampu menghindari perilaku pembelian impulsif. Hal ini dapat

dilihat dari hasil google form yang dibagikan peneliti kepada 15 orang mahasiswa Pendidikan Ekonomi dan peneliti menemukan bahwa masih ada mahasiswa yang sering melakukan pembelian yang tidak terencana sebesar 91,8%, membeli barang tanpa memikirkan manfaatnya terlebih dahulu sebesar 65,2%, merasakan dorongan membeli yang datang secara tiba-tiba sebesar 95,7%, merasa tidak terkontrol ketika membeli sebuah produk karena tergiur dengan iklan, promo, atau diskon yang ditawarkan oleh toko atau penjual sebesar 52,2%, dan kemasan produk yang menarik yang membuat mereka melakukan perilaku pembelian impulsif. Perilaku pembelian impulsif ini dapat ditekan apabila mahasiswa mempunyai kontrol diri yang baik karena kontrol diri itu sendiri merupakan kemampuan dalam mengendalikan tingkah laku termasuk menahan godaan yang muncul dari dalam diri individu itu sendiri maupun dari lingkungan sekitarnya sehingga mampu mengambil keputusan dengan baik.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan peneliti kepada 15 orang mahasiswa dari 64 orang mahasiswa Pendidikan Ekonomi, peneliti menemukan bahwa terdapat 11 orang mahasiswa yang sering mengambil keputusan dengan terburu-buru, sering terpengaruh oleh ajakan teman, kadang-kadang juga sering terpengaruh oleh bujukan penjual dan sering kehabisan uang bulanan sebelum waktunya. Berdasarkan hasil observasi tersebut dapat dilihat bahwa kontrol diri mahasiswa Pendidikan Ekonomi dikategorikan rendah. Hal ini disebabkan karena kurangnya kontrol diri dari mahasiswa dalam menghadapi keinginan yang timbul dari dalam diri dan lingkungan sekitarnya.

Oleh karena itu, penelitian terkait perilaku pembelian impulsif ini sangat perlu dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang sudah terjadi pada siswa atau mahasiswa yang secara umum masih ditopang oleh keuangan dari orang tua dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan Tahun “.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah diantaranya:

1. Rendahnya penerapan literasi ekonomi mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Kurangnya kontrol diri mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.
3. Mahasiswa cenderung berperilaku impulsif
4. Kurangnya kontrol orang tua terhadap keuangan mahasiswa.
5. Tingginya promosi target pasar terhadap mahasiswa.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas pada pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif. Pembelian impulsif yang dimaksud disini adalah pembelian terhadap produk-produk *fashion* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 dan 2021.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 dan 2021?
2. Apakah terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 dan 2021?
3. Apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian impulsif produk *fashion* pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 dan 2021.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 dan 2021.
2. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 dan 2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh Literasi ekonomi dan kontrol diri secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 dan 2021.

1.6 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta memperluas wawasan dan sekaligus dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan efesien dan

efektivitas perilaku konsumsi mahasiswa sehingga tidak mengarah pada perilaku pembelian impulsif.

- b. Bagi peneliti, penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan menambah wawasan terkait tentang pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion*.
- c. Bagi Universitas, sebagai tambahan literatur dibidang penelitian terkait tentang pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Hakikat Literasi Ekonomi

2.1.1.1 Pengertian Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi atau yang disebut *Economic Literacy* berasal dari bahasa Inggris, yaitu *economic* artinya ilmu ekonomi dan literasi artinya melek. Jadi *economic literacy* dapat diartikan sebagai melek ekonomi. Melek berdasarkan bahasa dapat menangkap atau memahami apa yang dimaksud oleh sesuatu (Murniatiningsih Endah, 2017:134).

Sosialisasi literasi ekonomi pertama kali diperkenalkan oleh Dewan Nasional Pendidikan Ekonomi oleh Amerika Serikat atau lebih dikenal dengan NCEE (*The National Council on Economic Education*). Menurut NCEE dalam Firawaty dan Hasibuan yang dikutip dalam Ferdian Nanda Putri et al., (2022:41) literasi ekonomi adalah suatu keadaan yang menggambarkan seseorang dapat mengerti permasalahan dasar ekonomi secara baik, sehingga dapat melakukan kegiatan ekonomi dengan benar. Sedangkan menurut *North Central Regional Educational Laboratory* atau NCREL dalam Nuray Mercan et al., yang dikutip dalam Murniatiningsih Endah (2017:135) mengartikan bahwa:

Literasi ekonomi adalah kemampuan menafsirkan masalah ekonomi dan memeriksa pilihan yang berbeda yang berkaitan dengan mencari solusi, mendefinisikan biaya dan keuntungan, menganalisis hasil dari perubahan kondisi ekonomi dan kebijakan publik, mengumpulkan dan mengorganisir data, menimbang biaya dan keuntungan.

Sementara itu menurut Onis Nurjaya Filomina et al., (2018:2)

Literasi ekonomi adalah salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia dimana melek ekonomi atau pemahaman ekonomi memiliki peran penting dalam membentuk sikap rasional berkonsumsi. Selain itu, literasi ekonomi penting untuk membuka pengetahuan tentang biaya manfaat suatu barang dalam aktivitas ekonomi.

Budiwati dalam Ferdian Nanda Putri et al., (2022:41) juga memperkuat bahwa literasi ekonomi sangat penting dan dapat mempengaruhi kualitas hidup seseorang. Tingginya pemahaman literasi ekonomi mahasiswa merupakan faktor yang sangat penting dalam kegiatan pengambilan keputusan dan merupakan salah satu pengaplikasian konsep dasar ekonomi yang telah dipelajari di kelas. Oleh karena itu, pemahaman akan literasi ekonomi akan membentuk perilaku yang rasional.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi merujuk pada kemampuan seseorang untuk memahami konsep dasar ekonomi, baik dalam memahami permasalahan ekonomi, menilai pilihan-pilihan yang berkaitan dengan kebijakan publik serta menimbang biaya dan keuntungan dari suatu keputusan ekonomi serta kemampuan dalam membuat pilihan yang lebih bijak terkait dengan alokasi sumber daya dan pengambilan keputusan ekonomi yang tepat.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Literasi Ekonomi

Manusia sebagai makhluk sosial dan makhluk ekonomi pada dasarnya akan selalu menghadapi masalah ekonomi dalam kehidupannya sehari-hari. Inti dari masalah ekonomi yang dihadapi manusia adalah kenyataan bahwa kebutuhan

manusia jumlahnya tidak terbatas namun alat untuk pemuas kebutuhan manusia jumlahnya terbatas. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kebutuhan setiap orang berbeda dengan kebutuhan orang lain. Menurut Aisyah, Iis (2014:7) literasi ekonomi sebagai hasil belajar dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor ekonomi dan non ekonomi. Faktor ekonomi terdiri dari pendapatan dan suku bunga sedangkan faktor non ekonomi terdiri dari sikap, gaya hidup dan pendidikan.

1. Faktor Ekonomi

- a. Pendapatan, merupakan suatu balas jasa dari seseorang atas tenaga atau pikiran yang telah disumbangkan biasanya berupa upah atau gaji. Makin tinggi pendapatan seseorang makin tinggi pula daya belinya dan semakin beraneka ragam kebutuhan yang harus dipenuhi dan begitu juga sebaliknya.
- b. Suku bunga, faktor yang menarik seseorang untuk menabung atau investasi adalah suku bunga. Semakin besar suku bunga tabungan semakin besar pula imbalan jasa yang diberikan oleh bank. Jadi, besar kecilnya suku bunga akan mempengaruhi konsumsi seseorang.

2. Faktor non Ekonomi

- a. Sikap, berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan berpikir yang disiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasikan melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung atau tidak langsung pada praktik atau tindakan.

- b. Gaya hidup, seseorang akan sangat menentukan jumlah kebutuhannya. Jika ia mempunyai gaya hidup sederhana, tingkat kebutuhannya pun akan sederhana dan tidak terlalu kompleks. Akan tetapi, seseorang yang mempunyai gaya hidup yang mewah, tingkat kebutuhannya pun akan semakin banyak dan cenderung perilaku konsumerisme, yaitu pola hidup yang berlebih-lebihkan dalam mengambil keputusan akan sebuah pola yang lebih dari apa yang dibutuhkan.
- c. Pendidikan, juga turut mempengaruhi kebutuhan hidup seseorang. Seseorang yang pendidikannya tinggi memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda dengan seseorang yang pendidikannya rendah. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat pendidikan maka semakin banyak dan bervariasi pula kebutuhan dan keinginan seseorang tersebut untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

2.1.1.3 Indikator Literasi Ekonomi

Kanserina dalam Pujiastuti Novi et al., (2022:109) mengungkapkan bahwa literasi ekonomi dapat diukur dengan tujuh indikator, yaitu : 1) Kelangkaan 2) Sumber daya produktif 3) Sistem Ekonomi 4) Tukar menukar 5) Insentif Ekonomi 6) Pasar dan 7) Ekonomi Manajemen.

Menurut Juliana dalam Yogaswara et al., (2023:200) juga menyebutkan beberapa indikator literasi ekonomi, yaitu sebagai berikut:

1. Pemahaman terhadap kebutuhan, artinya kebutuhan merupakan segala sesuatu yang harus disegerakan dibandingkan keinginan.

2. Pemahaman terhadap kelangkaan, artinya literasi ekonomi berperan dalam memecahkan masalah kelangkaan dengan mencari cara bagaimana menyeimbangkan keinginan dengan sumber daya yang terbatas.
3. Pemahaman terhadap prinsip ekonomi, artinya setiap transaksi sehari-hari harus melibatkan konsep ekonomi untuk membuat penilaian yang logis dan benar.
4. Pemahaman terhadap motif ekonomi, artinya seseorang harus memahami dengan benar terkait motivasi yang jelas dalam memenuhi kebutuhannya.
5. Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi, artinya seseorang harus mampu mengatur pola konsumsi yang baik dengan bijak mengalokasikan waktu dan uangnya ketika mengkonsumsi suatu barang ataupun jasa.

Sedangkan indikator literasi ekonomi yang lainnya menurut NCEE (*The National Council on Economic Education*) dalam Aisyah & Srigustini, (2022:269) dapat diukur dengan kriteria literasi ekonomi berdasarkan pada *The Standards in Economic Survey* yang terdiri dari 20 soal dengan indikator sebagai berikut :

1. Mikroekonomi, dengan aspek yang diukur meliputi : Pasar dan harga, pendapatan, permintaan dan penawaran, masalah pokok ekonomi dan peranan pemerintah.
2. Makroekonomi, dengan aspek yang diukur meliputi : Pendapatan nasional, inflasi dan kebijakan moneter dan fiskal.

Berdasarkan beberapa indikator yang dikemukakan diatas, yang menjadi indikator literasi ekonomi yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator menurut NCEE (*The National Council on Economic Education*) dalam Aisyah &

Srigustini, (2022:269) yang dapat diukur dengan kriteria literasi ekonomi berdasarkan pada *The Standards in Economic Survei*.

2.1.2 Hakikat Kontrol Diri

2.1.2.1 Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan hal penting yang harus dimiliki seseorang dalam mengendalikan tingkah laku baik dalam mengendalikan emosi maupun dorongan-dorongan yang ada dari dalam dirinya. Menurut Udayanthi Olivia Nyoman et al., (2018:198) kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya.

Sedangkan menurut Ghufron & Risnawati dalam Averill yang dikutip dalam Marsela Dwi Ramadona (2019:67) yaitu: Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini.

Sejalan dengan itu, menurut Chaplin dalam Nursiti Dwi et., al (2021:14) kontrol diri didefinisikan sebagai kecakapan seseorang dalam mengarahkan perilakunya dan menekan dorongan yang bersifat impulsif. Sedangkan Menurut Syamsul dalam Pratiwi Indah, (2017:100) kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dari dalam diri maupun dari luar diri individu. Individu yang memiliki kemampuan kontrol diri yang baik akan membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif sehingga terhindar dari akibat yang tidak diinginkan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengelola perilaku, membaca situasi diri dan

lingkungan serta mengarahkan tindakan secara sadar. Kontrol diri juga memiliki peran penting dalam membentuk respon individu terhadap terhadap situasi dan dorongan impulsif dan melibatkan kesadaran diri serta kemampuan untuk membuat keputusan berdasarkan nilai dan keyakinan pribadi. Kemampuan ini menjadi penting dalam menjaga keseimbangan dan respon yang tepat terhadap berbagai situasi dan dorongan.

2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Kontrol diri mempunyai peranan yang sangat penting terutama bagi kehidupan remaja. Kontrol diri yang terdapat di dalam diri tidaklah sama, hal ini dipengaruhi karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Menurut Ghufron & Risnawati dalam Ezra Addo Setiawan (2023:88), ada 2 (dua) faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri, diantaranya yaitu :

1. Faktor Internal

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia dan kematangan. Semakin bertambah usia seseorang maka semakin baik kemampuan mengontrol dirinya, begitu juga dengan individu yang matang secara psikologis dia memiliki kontrol diri yang baik karena dia sudah mampu membedakan mana yang baik dan yang buruk.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini adalah diantaranya lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Hal ini dikarenakan keluarga adalah lingkungan terdekat kita. Persepsi remaja terhadap penerapan disiplin orang tua yang

semakin demokratis cenderung diikuti tingginya kemampuan mengontrol dirinya.

Menurut Chaloun & Acocella dalam M. Nur Ghufron & Rini Risnawati, (2017) berpendapat bahwa berhasilnya kontrol diri dipengaruhi oleh tiga faktor dasar, yaitu:

- a. Memilih tidak dengan tergesa-gesa
- b. Memilih diantara dua perilaku yang bertentangan, yaitu membedakan kepuasan seketika dan memberikan reward jangka panjang
- c. Memanipulasi stimulus dengan tujuan membuat sebuah perilaku menjadi tidak mungkin dan perilaku satunya menjadi lebih memungkinkan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kontrol diri terutama pada remaja, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup usia dan kematangan, dimana ketika usia dan tingkat kematangan seseorang bertambah maka kemampuan mengontrol dirinya semakin baik. Sedangkan faktor eksternal seperti lingkungan keluarga dan pola disiplin orang tua juga berkontribusi dalam kemampuan kontrol diri individu.

2.1.2.3 Jenis dan Indikator Kontrol Diri

Menurut Block dan Block dalam Ghufron yang dikutip dalam Suratno et., al (2021:505) Mengemukakan tiga jenis kontrol, yaitu :

1. Over control, yaitu kontrol yang berlebihan sehingga menyebabkan seseorang banyak mengontrol dan menahan diri untuk bereaksi terhadap suatu stimulus.

2. Appropriate control, yaitu kontrol yang memungkinkan individu mengendalikan implusnya dengan tepat.
3. Under control, yaitu kecenderungan untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa perhitungan yang matang.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dalam penelitian ini adalah kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mengatur perilakunya sesuai dengan standar tertentu seperti moral, nilai dan aturan yang berlaku dalam masyarakat yang mengarah pada perilaku positif.

Menurut Averill dalam Nursiti Dwi et., al (2021:16) menyebutkan ada 3 aspek kemampuan mengontrol diri, yaitu kontrol perilaku (*behavioral control*), kontrol kognitif (*cognitive control*) dan mengontrol keputusan (*decisional control*). Aspek kontrol diri tersebut antara lain:

- a. Kontrol Perilaku

Merupakan kesiapan atau tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administrion*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan mengatur individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan keadaan dirinya sendiri atau sesuatu yang ada di luar dirinya. Sedangkan kemampuan mengatur stimulus adalah kemampuan

untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi.

b. Kontrol Kognitif (*cognitive control*)

Merupakan kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau untuk mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri dari dua komponen, yaitu memperoleh informasi dan melakukan penilaian. Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

c. Mengontrol Keputusan (*Decisional control*)

Merupakan kemampuan seseorang untuk memilih suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kemampuan kontrol diri mencakup aspek-aspek sebagai berikut :

1. Kemampuan mengontrol perilaku.
2. Kemampuan mengontrol stimulus.

3. Kemampuan mengatasi suatu peristiwa atau kejadian.
4. Kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian.
5. Kemauan mengambil keputusan.

2.1.3 Hakikat Perilaku Pembelian Impulsif

2.1.3.1 Pengertian Perilaku Pembelian Impulsif

Perilaku pembelian impulsif merujuk pada keputusan pembelian yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan atau perencanaan sebelumnya. Seseorang yang melakukan perilaku pembelian impulsif cenderung membuat keputusan secara tiba-tiba tanpa memikirkan dampak atau konsekuensinya dan seringkali perilaku pembelian impulsif ini dipicu oleh dorongan emosional atau keinginan mendadak. Menurut Rozaini & Ginting, (2019:2), saat melakukan pembelian impulsif seseorang merasa tiba-tiba tertarik dan membeli saat itu juga meskipun sebelumnya tidak berencana membeli sebuah produk. Hal ini sesuai dengan pernyataan Noneng et al., 2020 dalam Rosidah & Prakoso, (2021:277) bahwa pembelian impulsif merupakan salah satu perilaku konsumtif yang mana pembeli sebelumnya tidak memiliki rencana untuk membeli produk tersebut atau dengan kata lain pembelian dilakukan dengan spontan.

Rook dan Fisher dalam Rozaini & Ginting, (2019:2) menyatakan bahwa pembelian impulsif dapat diartikan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, tiba-tiba dan otomatis.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku pembelian impulsif adalah perilaku pembelian yang dilakukan oleh konsumen

secara tiba-tiba, spontan dan tanpa adanya perencanaan dari awal tanpa memikirkan dampak atau konsekuensi yang akan dihadapi.

2.1.3.2 Karakteristik Perilaku Pembelian Impulsif

Menurut Rook dan Fisher dalam Pancaningrum (2017: 26), pembelian impulsif (impulse buying) memiliki beberapa karakteristik, yaitu diantaranya:

1. Spontanitas, yaitu pembelian yang tidak diharapkan dan memotivasi konsumen untuk membeli sekarang, sering sebagai respon terhadap stimulasi visual yang langsung ditempat penjualan.
2. Kekuatan, kompulsif dan intensitas, dimana kemungkinan ada motivasi untuk mengesampingkan semua yang lain dan bertindak seketika.
3. Kegairahan dan stimulasi, yakni desakan mendadak untuk membeli sering disertai emosi yang dicirikan sebagai “menggairahkan”, “menggetarkan” atau “liar”.
4. Ketidakpedulian akan akibat, yakni desakan untuk membeli yang begitu sulit ditolak, sehingga akibat yang mungkin negatif diabaikan.

2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif

Menurut penelitian Pratomo Dimas dan Ernawati Liya (2019:245), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian secara impulsif, yaitu:

1. Karakteristik produk, yaitu memiliki harga yang rendah, sedikit kebutuhan terhadap produk tersebut, siklus kehidupan produknya pendek, ukurannya kecil atau ringan dan mudah disimpan.

2. Karakteristik Pemasaran, dalam marketing hal yang mempengaruhi pembelian impulsif adalah distribusi masa dan sel-service outlet. Ketersediaan informasi secara langsung berhubungan dengan produk yang dipasarkan. Pemasangan iklan, barang yang dipamerkan, website, penjaga toko, adanya diskon dan sumber yang bebas informasi monsumen menjadi daya tarik tersendiri.
3. Karakteristik Konsumen yang mempengaruhi pembelian impulsif meliputi kepribadian, demografis yang terdiri dari jenis kelamin, usia, status perkawinan, pekerjaan dan pendidikan dan yang terakhir adalah karakteristik sosio-ekonomi yang mempengaruhi tingkat pembelian impulsif.

2.1.3.4 Klasifikasi Pembelian Impulsif

Menurut Japrianto dalam Engel yang dikutip dalam Hidayat Rahmat & Tryanti Kusni Inggit (2018:175) mengemukakan bahwa pembelian impulsif dapat diklasifikasikan dalam empat tipe, yaitu *planned impulse buying*, *suggestion impulse buying*, *reminder impulse buying* dan *pure impulse buying*.

1. Planned Impulse Buying

Merupakan pembelian yang terjadi ketika konsumen membeli produk berdasarkan harga spesial dan produk-produk tertentu. Dengan demikian *planned impulse buying* merupakan pembelian yang dilakukan tanpa direncanakan dan tidak memerlukannya dengan segera.

2. *Suggestion Impulse Buying*

Merupakan pembelian yang terjadi pada saat konsumen melihat produk, melihat tata cara pemakaian atau kegunaannya dan memutuskan untuk melakukan pembelian.

3. *Reminder Impulse Buying*

Merupakan pembelian yang terjadi karena konsumen tiba-tiba teringat untuk melakukan pembelian produk tersebut. Dengan demikian konsumen telah pernah melakukan pembelian sebelumnya atau telah pernah melihat produk tersebut dalam iklan.

4. *Pure Impulse Buying*

Merupakan pembelian secara impulse yang dilakukan karena adanya luapan emosi dari konsumen sehingga melakukan pembelian terhadap produk di luar kebiasaan pembeliannya.

Menurut Dimas Pratomo & Ernawati Liya (2019:244) terdapat empat jenis pembelanja impulsif :

1. Tipe Kompensatif

Orang yang termasuk dalam tipe ini biasanya berbelanja karena ingin meningkatkan harga diri. Bagi mereka berbelanja merupakan sarana untuk melarikan diri dari berbagai masalah yang dihadapi, seperti masalah pekerjaan, rumah tangga atau keluarga.

2. Tipe Akseleratif

Orang yang termasuk dalam tipe ini sering kali tergoda berbelanja pada saat banyak penawaran sale di pusat- pusat perbelanjaan. Mereka

akan membeli barang-barang tersebut meskipun tidak membutuhkannya saat membeli. Barang-barang yang dibeli murah tersebut dapat digunakan untuk mengantisipasi kebutuhan di masa depan.

3. Tipe Terobosan

Orang yang termasuk dalam tipe ini akan membeli barang-barang mahal tanpa ada perencanaan yang matang. Ketika berjalan-jalan di pusat perbelanjaan dan melihat ada pameran mobil atau rumah, mereka akan pulang dengan menandatangani kontrak pembelian rumah atau mobil baru tersebut. Bagi mereka membeli barang-barang mahal tersebut menjadi lambang dimulainya babak baru dalam kehidupannya, meskipun sebenarnya hasrat untuk membelinya sudah lama ada.

4. Tipe Pembeli Buta

Orang termasuk dalam tipe ini akan membeli barang tanpa ada pertimbangan sama sekali. Sulit sekali memahami apa yang melatarbelakangi mereka berbelanja seperti itu.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembelian impulsif dipengaruhi oleh berbagai afaktor seperti emosi, kebutuhan spesifik, persepsi dan jenis pembelian yang berbeda. Memahami jenis dan tipe pembelian impulsif ini dapat membantu pemilik bisnis merancang strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan karakteristik pelanggan.

2.1.4 Produk *Fashion*

2.1.4.1 Pengertian Produk *Fashion*

Fashion adalah gaya pakaian yang mencakup seluruh aksesoris seperti ikat pinggang, sepatu, sandal, topi, tas, kaos kaki, make up dan pakaian dalam. *Fashion* juga dikenal sebagai mode yang mengacu pada *tren* atau gaya terkini. Bagi seorang remaja atau mahasiswa penampilan dianggap sangat penting untuk menunjang keberhasilan di sebuah bidang kehidupan sehingga orang sering menghabiskan banyak waktu dan uang untuk membeli produk *fashion*.

Menurut Lee, 2003:xv-xvi dalam Pujiastuti et al., (2022:210) pada zaman Renaissance di Eropa, pakaian merupakan bentuk seni tingkat tinggi dan simbol status. Korset yang rumit, pakaian yang ketat, dan sepatu berhak tinggi dengan jelas dapat menggambarkan status sosial pemakainya. *Fashion* adalah sebuah ekspresi diri yang memungkinkan setiap orang mencoba berbagai peran dalam hidup. *Fashion* juga merupakan cermin yang dapat menjadi alat ukur situasi sikap dan perasaan seseorang.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *fashion* dikenal sebagai mode yang mencerminkan *tren* atau gaya terkini. Selain itu *fashion* juga merupakan sebuah produk yang memiliki elemen yang sangat penting dalam mendukung penampilan dan presentasi diri seseorang dengan harapan akan diterima dalam kelompok yang dikehendakinya.

2.2 Penelitian Relevan

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti juga menggunakan penelitian lain, yaitu:

1. Penelitian yang sudah dilakukan oleh Rosidah dan Prakoso (2021) yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi serta kontrol diri terhadap impulsif mahasiswa prodi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018. Penelitian ini menggunakan penelitian korelasional (asosiatif) dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Literasi ekonomi tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif. (2) Kontrol diri mempunyai pengaruh yang bersifat negatif serta signifikan terhadap pembelian impulsif.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi Indah (2017) yang berjudul “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 bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion di online shop pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Undiksha. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal dengan jumlah populasi 156 orang dengan jumlah sampel 61 orang dan diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan (1) Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion sebesar 11.442, (2) Kelompok

teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion sebesar 2,707, (3) kontrol diri berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion sebesar 1,714 dan (4) literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 98,012.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rozaini dan Ginting (2019) yang berjudul “Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis stambuk 2014 Universitas Negeri Medan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa prodi pendidikan bisnis unimed. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 76 mahasiswa dan sampel 76 mahasiswa dengan teknik total sampling. Hasil penelitian menunjukkan (1) literasi ekonomi tidak terdapat pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif, (2) kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif dan (3) secara simultan literasi ekonomi dan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif.

2.3 Kerangka Berpikir

Dalam setiap penelitian, mau tidak mau harus ada suatu metodologi yang menghubungkan seluruh variabel yang ada, seperti menghubungkan variabel bebas dan variabel terikat. Hal ini dikenal sebagai kerangka berpikir. Tujuan

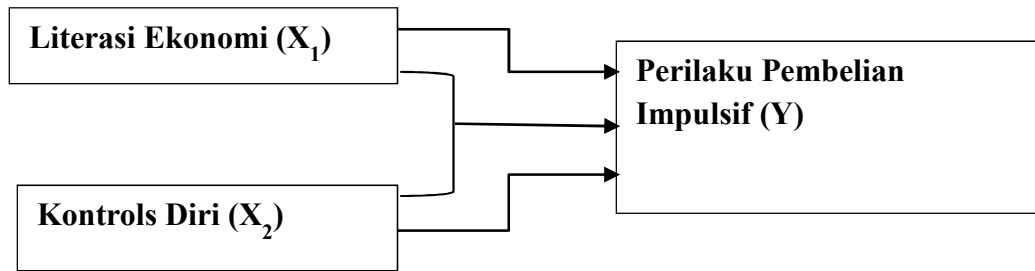
dari kerangka berpikir ini adalah untuk memahami arah penelitian yang akan dilakukan guna memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

Literasi ekonomi merupakan kemampuan seseorang dalam memahami, menerapkan dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dalam kehidupan sehari-hari. Seperti mengelola atau menggunakan uang secara bijak, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun orang lain.

Jika seseorang mempunyai literasi ekonomi yang baik, maka orang tersebut akan berhati-hati dalam mengelola keuangannya. Dalam hal ini, mahasiswa harus mampu menerapkan atau mengimplementasikan konsep-konsep ekonomi dalam kehidupannya sehari-hari, seperti mengelola keuangannya secara mandiri dan menunjukkan dukungan yang teguh terhadap keputusan yang telah diambil.

Selanjutnya adalah kontrol diri. Kontrol diri dapat dikatakan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku dimana kontrol diri ini berkaitan dengan bagaimana individu dapat mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya agar mengarah pada perilaku yang positif.

Perilaku pembelian impulsif *fashion* adalah perilaku pembelian yang dilakukan konsumen secara tiba-tiba atau spontan pada produk *fashion* tanpa adanya perencanaan dari awal dan tanpa mempertimbangkan dampak atau konsekuensi yang akan dihadapi karena dipicu oleh emosi atau dorongan yang ada dalam diri individu tersebut.



Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian

Sumber: Diolah oleh peneliti

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan dari beberapa teori dan kerangka berpikir yang telah di jelaskan diatas, Maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

- H1: Terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 dan 2021 Universitas HKBP Nommensen Medan.
- H0: Tidak terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 dan 2021 Universitas HKBP Nommensen Medan.
- H2: Terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 dan 2021 Universitas HKBP Nommensen Medan.
- H0: Tidak terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 dan 2021 Universitas HKBP Nommensen Medan.

- H3: Terdapat pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 dan 2021 Universitas HKBP Nommensen Medan.
- H0: Tidak terdapat pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2020 dan 2021 Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bermula dari suatu teori menuju bentuk perolehan suatu data numerik di lapangan. Sugiyono (2019) mengatakan penelitian kuantitatif berpusat pada pengumpulan data berupa angka hasil pengukuran karena sifatnya statistik.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan desain penelitian dengan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2019) metode deskriptif digunakan dalam mendeskripsikan data yang terkumpul sebagaimana adanya untuk memberikan gambaran umum mengenai fenomena pada literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif *fashion* pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 dan 2021 di Universitas HKBP Nommensen Medan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan yang beralamat di jalan Sutomo No. 4A, Perintis, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara dan pelaksanaanya dilakukan pada tahun pembelajaran 2024/2025.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada tahun ajaran semester genap 2024/2025.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2020/2021 dan stambuk 2021/2022 Universitas HKBP Nommensen Medan yang masih aktif. Dengan rincian 34 orang mahasiswa dari stambuk 2020/2021 dan 30 orang mahasiswa dari stambuk 2021/2022.

3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah total sampling. Menurut Sugiyono (2019) “total sampling” adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi”. Alasan menggunakan total sampling karena jumlah populasi yang kurang dari 100. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 64 orang yang terdiri dari 34 orang stambuk 2020/2021 dan 30 orang stambuk 2021/2022.

3.4 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel, yang terdiri dari 2 (dua) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat. Berikut beberapa variabel dalam penelitian ini :

a. Variabel Bebas (X)

1. Literasi Ekonomi (X_1)

2. Kontrol Diri (X_2)

b. Variabel Terikat (Y)

1. Perilaku Pembelian Impulsif (Y)

3.4.2 Defenisi Operasional Variabel

Yang menjadi defenisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi adalah kemampuan menerapkan prinsip ekonomi dan kemampuan berpikir kritis dalam merumuskan argumentasi ekonomi. Literasi ekonomi dapat membantu masyarakat menjadi lebih percaya diri dalam menerapkan konsep ekonomi yang relevan untuk mencapai stabilitas ekonomi keuangan. Selain itu, literatur ekonomi sangat penting untuk menumbuhkan pemahaman tentang biaya atau manfaat yang terkait dengan suatu barang tertentu dalam kegiatan ekonomi.

2. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah salah satu jenis aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian diri mengacu pada bagaimana seseorang mengelola atau mengendalikan emosi serta dorongan dari dalam dirinya. Kontrol diri melibatkan kemampuan untuk memanipulasi diri baik untuk mengurangi maupun untuk meningkatkan perilakunya.

3. Perilaku Pembelian Impulsif *fashion*

Perilaku pembelian impulsif *fashion* adalah proses dimana seseorang atau konsumen melakukan pembelian *fashion* secara spontan dan tanpa ragu-ragu. Hal ini ditandai dengan spontanitas dan keinginan yang kuat untuk membeli sesuatu dengan cepat tanpa mempertimbangkan segala akibat yang mungkin terjadi sehingga konsumen tidak menjadi rasional dalam proses pembelian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Dokumentasi

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode dokumentasi agar pembaca dapat melihat jelas bukti informasi yang di dapat dari objek. Dokumentasi yang akan dilakukan peneliti berupa foto pada saat penyebaran angket yang akan dilakukan di Universitas HKBP Nommensen Medan objeknya ialah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 dan 2021.

3.5.2 Observasi

Observasi merupakan teknik dalam pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan kepada objek penelitian. Observasi dalam penelitian ini dilakukan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas HKBP Nommensen Medan.

3.5.3 Kuesioner (angket)

Menurut Sugiyono dalam Dewi & Sudaryanto yang dikutip dalam Rosita Esi et., al (2021:280), kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari seseorang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Kuesioner (angket) tersebut berisi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis dengan harapan jawaban singkat atau mengharapkan responden memilih satu jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti. Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis angket tertutup. Angket tertutup adalah daftar pertanyaan dalam jenis angket yang dibuat untuk menyediakan pilihan jawaban dari responden dengan menyediakan opsi jawabannya. Jenis skala yang digunakan untuk mengukur pertanyaan dalam angket adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2019) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, tanggapan, dan persepsi responden tentang suatu gejala atau fenomena yang dilihat dan dirasakan.

Tabel 3. 1 Skor Responden

No	Pilihan Jawaban	Bobot
1	Selalu	4
2	Sering	3
3	Kadang-Kadang	2
4	Tidak Pernah	1

No.	Pilihan Jawaban	Bobot
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Sugiyono, 2019)

Untuk mengumpulkan data penelitian pada variabel kontrol diri dan perilaku pembelian impulsif digunakan angket dengan empat (4) pilihan jawaban, yaitu SL= Selalu, S= Sering, KK= Kadang-Kadang dan TP= Tidak Pernah. Sedangkan pada variabel literasi ekonomi digunakan angket dengan alternatif jawaban SS= Sangat Setuju, S= Setuju, TS= Tidak Setuju dan STS= Sangat Tidak Setuju. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan indikator disetiap variabel yang dirumuskan dengan layout sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Lay Out Angket

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Literasi Ekonomi (X ₁)	Ekonomi Mikro	1. Masalah pokok ekonomi	5, 6
		2. Pasar dan harga	2, 3, 4, 8, 19, 20
		3. Penawaran dan permintaan	9, 12
		4. Peranan pemerintah	10, 11
		5. Distribusi pendapatan	13, 14
	Ekonomi Makro	6. Pendapatan	15, 16
		7. inflasi	1, 7
		8. Kebijakan moneter dan fiskal	17, 18
Kontrol Diri (X ₂)	Kontrol Perilaku	9. Kemampuan mengatur Pelaksanaan	1-12
		10. Kemampuan mengatur stimulus	
	Kontrol Kognitif (Cognitive control)	11. Kemampuan mengantisipasi peristiwa atau kejadian 12. Kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian	13-18
	Mengontrol Keputusan	13. Kemampuan menentukan pilihan	19-25

	(Decision Control)		
Perilaku Pembelian Impulsif (Y)	Spontanitas	14. Pembelian yang tidak diharapkan atau tidak direncanakan	1-5
	Kekuatan, kompulsif dan intensitas	15. Motivasi untuk Mengesampingkan semua yang lain dan bertindak seketika	6-10
	Kegairahan dan stimulasi	16. Desakan mendadak untuk membeli yang disertai dengan emosi	11-18
	Ketidakpeduliaan akan akibat	17. Desakan untuk membeli yang begitu sulit ditolak, sehingga akibat yang mungkin negatif diabaikan.	19-25

3.6 Uji coba Instrumen

Pelaksanaan uji coba instrumen dilakukan untuk menguji ketepatan (validitas) instrumen dan kelayakan (reliabilitas) instrumen sebelum kuesioner disebarkan kepada mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dalam hal ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2020 dan 2021 Universitas HKBP Nommensen Medan. Pelaksanaan uji coba instrumen ini dilakukan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi stambuk 2022 Universitas HKBP Nommensen Medan.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) uji validitas adalah salah satu langkah yang dilakukan untuk menguji terhadap isi (content) dari sebuah instrumen. Adapun tujuan dari uji validitas ini adalah untuk mengukur ketepatan instrumen yang akan dipergunakan dalam sebuah penelitian. Uji

validitas yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu uji validator, dimana dalam uji ini yang menguji adalah ahli. Adapun tujuan pengujian adalah untuk mengukur keabsahan data dalam kuesioner peneliti, dalam hal ini terdapat tiga orang ahli, yaitu:

1. Dr. Mian Siahaan, M.M
2. Elisabeth Margareta, S.Pd., M.Si
3. Dr. Sanggam Pardede, S.E., M.Pd

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* (Arikunto dalam Werwanas Febiana et., al). Rumus ini digunakan untuk mencari reliabilitas yang skornya antara 0 sampai 1.

$$R_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:

n : Banyaknya item soal yang valid

R_{11} : Reliabilitas instrumen

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah variabel soal

σ_1^2 : Total variasi soal

Untuk menghitung varians butir menggunakan rumus:

$$\sum \sigma_b^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

N : Jumlah responden

$\sum Y^2$: Varians skor

$(\sum Y)^2$: Jumlah skor

Dengan ketentuan jika r hitung \geq r tabel pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$ maka angket tersebut reliabel. Perhitungan ini menggunakan bantuan SPSS 29.

3.8 Uji Prasyarat Penelitian

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian apakah distribusi variabel terikat dan variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Menurut Ghazali dalam Nanincova Niken (2019: 111) untuk menguji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Pengujian secara visual juga dapat dilakukan dengan metode-metode grafik normal probability plots dalam program SPSS sebagai dasar pengambilan keputusan, yaitu jika menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk memenuhi syarat pada analisis regresi yang mengharuskan adanya hubungan fungsional antara X dan Y pada populasi yang linear. Dalam penelitian ini perhitungan uji linearitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

3.8.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam model regresi linear berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Menurut Ghazali dalam Nanincova Niken (2019:105) model regresi dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai variance inflation factor (VIF) <10 dan nilai tolerance > 0,1.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sebayang (2022 : 18) analisis regresi linear sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam regresi, variabel independen menerangkan variabel dependennya. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel bersifat linear, dimana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan variabel Y secara tetap. Sedangkan pada hubungan non linear, perubahan variabel X tidak diikuti variabel Y secara proposional. Berikut model analisis regresi linear sederhana

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas X_1 (literasi ekonomi) dan X_2 (kontrol diri) terhadap variabel terikat Y (perilaku pembelian impulsif) digunakan teknik analisis data dengan menggunakan rumus regresi linear berganda yaitu:

$$Y_c = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y_c : Variabel perilaku pembelian impulsif

b_0 : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi literasi ekonomi

b_2 : Koefisien regresi kontrol diri

X_1 : Variabel literasi ekonomi

X_2 : Variabel kontrol diri

e : Error (variabel gangguan)

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas (X_1) secara parsial terhadap variabel terikat (Y) dan juga pengaruh variabel bebas (X_2) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Adapun rumus yang digunakan untuk menguji masing-masing hipotesis ini yaitu rumus uji t parsial (Ghozali dalam Nanincova Niken 2019: 152).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t : Distribusi t

r : Koefisien korelasi parsial

r^2 : Koefisien determinasi

n : Jumlah data

Apabila hasil perhitungan diperoleh tingkat signifikan $t_{hitung} > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1 ditolak bila dilakukan uji parsial dan jika tingkat signifikan $t_{hitung} < 0,05$ atau t_{tabel} , maka H_0 ditolak H_1 diterima bila dilakukan uji parsial.

3.10.2 Uji f (simultan)

Menurut Sugiyono dalam Agus Ivan et., al (2023:2578) terdapat hubungan yang positif dan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan $\alpha = 0,05$. Maka rumus uji F yaitu:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

F : Harga F garis regresi

R^2 : Koefisien determinasi

K : Jumlah variabel independen

N : Jumlah anggota sampel

Jika signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak artinya variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika $F > 0,05$ maka H_0 diterima artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Sebelum mengetahui besarnya koefisien determinasi terlebih dahulu ditentukan berapa koefisien korelasi dan koefisien determinasi dengan rumus (Sugiyono, 2014).

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

R^2 : Determinasi

n : Jumlah sampel

X : Skor tiap item

Y : Skor total variabel

Apabila R^2 semakin mendekati nol (0) maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel terikat semakin kecil dan begitu juga sebaliknya, jika R^2 semakin mendekati (1) maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar.