

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel Tergantung (Y) : Kontrol Diri
2. Variabel Bebas (X) : *Impulsive Buying*

B. Definisi Operasional

1. Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan keahlian dari seseorang untuk mengolah suatu informasi, berperilaku, dan bersikap dengan apa yang ia yakini.

2. *Impulsive Buying*

Impulsive buying yaitu suatu perilaku individu dalam melakukan aktivitas pembelian suatu produk dilakukan tanpa adanya perencanaan, mengambil keputusan secara cepat, dan tanpa memperdulikan kepentingan yang lainnya.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini di tentukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan beberapa kriteria tertentu. Kriteria subjek dalam penelitian ini yaitu:

1. Generasi Z individu dengan kelahiran tahun 1995 hingga 2012
2. Pengguna *e-commerce*
3. Domisili Sleman

D. Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan mengisi kuesioner. Menurut Nazir kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan yang dibuat secara logis dan berkaitan dengan isu penelitian, dimana setiap pertanyaan berkontribusi memberikan jawaban yang berarti dalam menguji hipotesis yang telah di rumuskan (Bahrun, dkk. 2017).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2010) skala likert adalah penghitungan terkait jawaban dari para responden yang didasari oleh bobot nilai yang di tentukan. Penelitian ini menggunakan 4 nilai yaitu sebagai berikut

Tabel 3.1 Skor jawaban kuesioner

Keterangan	Favorabel	Unfavorabel
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Pengukuran dari kontrol diri menggunakan skala kontrol diri merupakan dari penelitian Istiqlal (2021) yang telah dimodifikasi dengan aspek sebagai berikut :

Tabel 3.2 Blue Print Kontrol diri

NO	Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah Aitem
			Fav	Unfav	
1	Kontrol perilaku (behavior control)	1. Mampu mengontrol keinginan dalam dirinya	10		1
		2. Mampu mengendalikan situasi diluar dirinya	1,14	11,19	4
		3. Merubah stimulus yang tidak menyenangkan menjadi menyenangkan	17,18,21		3
2	Kontrol kognitif (cognitive control)	1. Mampu memahami dan mengenali berbagai stimulus	12	3	2
		2. Mampu menilai suatu keadaan lingkungannya dengan baik	6,15	23	3
		3. Mampu melakukan antisipasi terhadap stimulus yang tidak diharapkan	2,13		3
3	Mengontrol keputusan (decisional control)	1. Mampu mengambil tindakan atas masalah yang dihadapi	5,9	16	3
		2. Mengambil tindakan tanpa melibatkan kebutuhan pribadi	8,20,22,24		4
		3. Mempertimbangkan dari berbagai sisi sebelum mengambil suatu tindakan	7,25,4		3
Total					25

Sedangkan pengukuran dari *impulsive buying* menggunakan skala *impulsive buying* dari penelitian Istiqlal (2021) yang telah dimodifikasi dengan aspek sebagai berikut :

Tabel 3.3 Blue Print Impulsive Buying

NO	ASPEK	INDIKATOR	AITEM		Jumlah Aitem
			FAV	UNFAV	
1	Kognitif	1. Kekurangan / Tidak adanya perencanaan	6,10,11	13	10
		2. Kekurangan / tidak adanya pertimbangan dalam pembuatan keputusan	5,15,19,17,14	20,13	
2	Afektif	1. Kesenangan dan ketertarikan untuk membeli	2,3,7,2,1,12	1,4	12
		2. Adanya dorongan untuk membeli	9,18,22		
		3. Sulit meninggalkan barang yang akan dibeli	8		
		4. Penyesalan setelah membeli suatu barang	16		
Total					22

E. Metode Analisis Data

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilaksanakan dengan tujuan untuk melihat apakah data berdistribusi secara normal atau tidak. Data dikatakan

normal jika nilai signifikan yang sudah di tentukan yaitu $P > 0,05$ (Sugiyono,2010).

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dapat di uji menggunakan software SPSS versi 25, variabel yang dapat dinyatakan linear adalah apabila p atau (sig.) $> 0,05$. Jika nilai p atau (sig.) $< 0,05$ variabel tidak linear (Raharjo, 2013)

2. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis *korelasi product moment*. Tujuannya untuk melihat hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung apabila memenuhi syarat uji asumsi. Hipotesis diterima jika taraf signiifikan (sig.) $< 0,005$.

G. Kredibilitas

1. Validitas

Menurut Azwar (2010) validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat dan akurat suatu instrumen alat ukur dalam mengukur variabel. Dalam penelitian ini akan menggunakan jenis validitas isi. Validitas isi merupakan validitas yang diperoleh dengan mengevaluasi kelayakan setiap item dalam instrumen terhadap indikator yang mewakili variabel, penilaian tersebut dilakukan oleh *expert judgement*. Hasil penilaian tersebut akan dinyatakan dalam bentuk indeks validitas

CVR dan statistic Aiken's V (Azwar,2010). Berikut ini adalah rumus dari Aiken's V :

$$V = \sum s / \{n (c - 1)\}$$

Keterangan :

s: r – lo

lo : angka penilaian dengan validitas terendah (1)

c : angka penilaian dengan validitas tertinggi (5)

r : angka yang di berikan oleh ahli

n : jumlah ahli yang memberikan nilai

2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat konsistensi dari sebuah alat ukur dalam menghasilkan data yang akurat dengan kesalahan pengukuran yang rendah (Azwar, 2012). Instrumen dinyatakan reliabel apabila hasil yang di peroleh akan tetap meskipun dilakukan berulang. Menurut Darma (2021) uji reliabilitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai dari *alfa cronbach's* dengan tingkat signifikan yang digunakan. Adapaun tingkat signifikan yang umumnya digunakan yaitu 0,3 , 0,5 , dan 0,7 tergantung dengan penelitiannya. Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikan 0,7 maka dinyatakan reliabel, jika di bawah 0,7 maka dinyatakan tidak reliabel.

Dalam menyeleksi aitem dari skala menggunakan uji beda daya. Menurut Azwar (2012) uji beda daya digunakan untuk mengetahui

seberapa jauh aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan tidak memiliki atribut yang diukur. Pengujian uji beda daya dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antara distribusi aitem dengan distribusi skala (Azwar, 2012). Teknik yang digunakan adalah teknik korelasi *product moment*. Taraf signifikan dalam uji beda daya aitem yaitu 0,03.

H. Rancangan Penelitian

a. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, yang dilakukan adalah menentukan judul atau topik apa yang akan diangkat untuk menjadi penelitiannya. Selanjutnya, peneliti melakukan *research gap* dengan study literature berdasarkan variabel yang akan diteliti. Kemudian, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa responden sebagai bentuk data awal pada penelitian yang bisa dijadikan acuan untuk melanjutkan penelitiannya.

b. Tahap Pelaksanaan

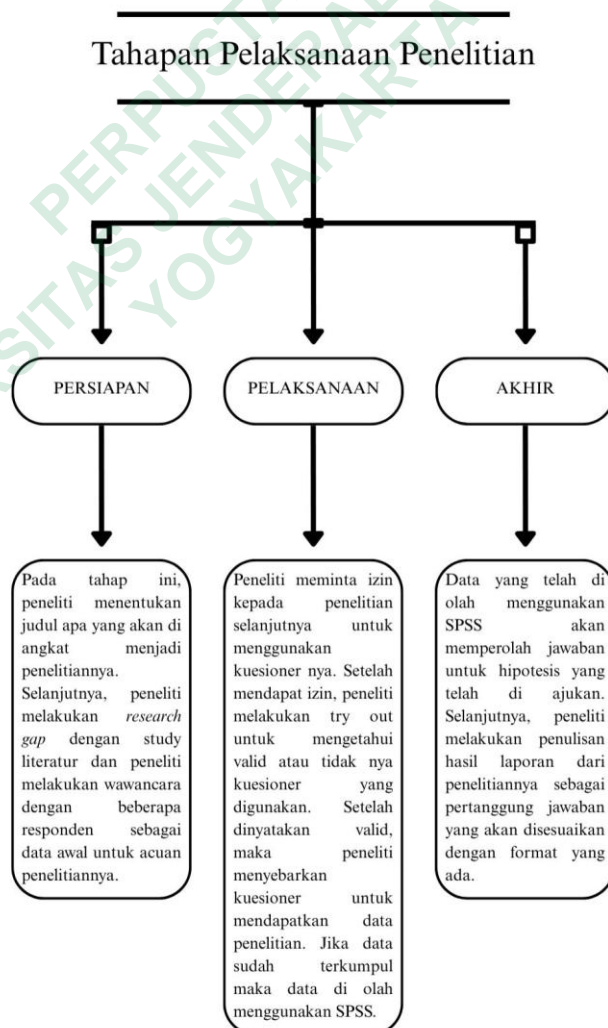
Pada tahap pelaksanaan, sebelum melakukan penyebaran kuesioner peneliti meminta izin kepada peneliti sebelumnya untuk memakai kuesionernya. Setelah mendapatkan izin, peneliti melakukan try out untuk mengetahui valid atau tidak kuesioner yang digunakan. Jika dinyatakan valid, peneliti menyebarkan kuesioner yang telah diadaptasi dari penelitian sebelumnya. Setelah

data terkumpul, maka akan dilakukan analisa data menggunakan SPSS versi 25.

c. Tahap Akhir

Pada tahap akhir, data yang didapatkan selanjutnya dilakukan olah data dan memperoleh jawaban mengenai hipotesis yang diajukan. Selanjutnya peneliti melakukan penulisan hasil laporan sebagai bentuk pertanggung jawaban yang akan disesuaikan dengan format yang ditentukan.

Gambar 3.1 Bagan Tahapan Penelitian



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancan dan Persiapan Penelitian

1. Orientasi Kancan

Pada tanggal 24 Juni 2025 sampai dengan 14 Juli 2025 peneliti melakukan pengambilan data pada generasi Z pengguna *e-commerce* yang ada di kabupaten Sleman. Kabupaten Sleman merupakan salah satu kabupaten yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Sleman terdiri dari 17 kecamatan Gamping, Godean, Mlati, Berbah, Depok, Moyudan, Seyegan, Kalasan, Prambanan, Ngemplak, Ngaglik, Sleman, Turi, Tempel, Pakem, Minggir, dan Cangkringan. Akan tetapi, selama pengambilan data hanya terkumpul sebanyak 15 kecamatan

Generasi Z yang berada di kabupaten Sleman melakukan *impulsive buying* hanya untuk mencari kesenangan dan ketika melihat barang yang disukai tidak mudah untuk menghindari. Penyebaran data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan *google form* yang disebarkan melalui sosial media seperti *tiktok*, *twitter*, *whatsapp*, dan *facebook*. Selain itu, peneliti melakukan penyebaran data secara langsung di lapangan. *Google Form* terdiri dari *informed consent*, data diri, dan skala *impulsive buying* serta skala kontrol diri.

2. Persiapan Penelitian

Persiapan yang di lakukan oleh peneliti melalui 3 tahapan yaitu sebagai berikut :

a) Persiapan Administrasi

Pada fase administrasi, peneliti melakukan penetapan karakteristik subjek yang akan di teliti. Karakteristik subjek yang digunakan yaitu individu dengan kelahiran tahun 1995 – 2012 (Generasi Z), pengguna *e-commerce*, dan berdomisili di kabupaten Sleman.

Penelitian ini tidak menggunakan surat pengantar dari pihak kampus maupun prodi karena pengambilan data dilakukan secara online dan tidak membutuhkan pertanggungjawaban dari pihak manapun. Akan tetapi, di dalam *gform* yang digunakan untuk pengambilan data terdapat informed consent apabila responden bersedia maka data akan di analisis dan jika tidak setuju maka data tidak di analisis.

b) Persiapan Alat Ukur

1) Skala impulsive Buying

Skala yang digunakan dalam *impulsive buying* menggunakan teori dari Herabadi dan Verplanken (2001), aspek dalam teori tersebut terdiri dari aspek kognitif dan aspek afektif. Peneliti menggunakan kuesieoner penelitian sebelumnya dengan memodifikasi subjek dari mahasiswa

menjadi generasi Z. Peneliti melakukan *try out* untuk mengetahui kevalidan dan keandalan sebelum digunakan.

Peneliti melakukan uji reliabilitas dan uji beda daya di temukan bahwa aitem yang gugur pada skala *impulsive buying* yaitu nomor 4,7,20. Aitem yang tersisa yaitu aitem *favorable* pada nomor 2,3,6,7,8,9,10,11,12,14,15,16,17,18,19,21,22. Sedangkan aitem *unfavorable* pada nomor 1 dan 13.

Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas

Putaran	<i>Cronbach's Alpha</i>
Pertama	0,901
Kedua	0,906

Berdasarkan Uji beda daya aitem yang dilakukan mendapatkan kisaran angka sebesar 0,304 hingga 0,0857.

2) Skala Kontrol diri

Skala kontrol diri menggunakan teori dari Averill (1973) yang terdiri dari aspek kontrol perilaku, aspek kognitif, dan aspek mengontrol keputusan. Kuesioner yang digunakan yaitu dari penelitian sebelumnya yang telah di modifikasi dari subjek mahasiswa menjadi generasi Z. Peneliti melakukan *try out* untuk menguji kevalidan dan keandalan kuesieoner sebelum digunakan.

Peneliti melakukan uji realiabilitas dan uji beda daya, yang menemukan bahwa terdapat aitem yang gugur pada

nomor 3,4,7,8,11,13,15,16,19,20,22,23. Sehingga tersisa aitem *favorable* pada nomor 1,2,5,6,9,10,12,14,17,18,21,24, dan 25.

Tabel 4.2 Hasil Uji Realibilitas Kontrol Diri

Putaran	Cronbach's Alpha
Pertama	0,642
Kedua	0,813

Uji beda daya aitem yang dilakukan berjalan dari kisaran 0,333 hingga 0,620

c) Uji Coba Alat Ukur

Uji coba Alat Ukur dilakukan menggunakan metode *try out*. Metode *try out* digunakan untuk menguji kevalidan dan keandalan suatu alat ukur. Pengujian alat ukur dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2025 dengan melibatkan sejumlah 50 responden. Setelah itu, peneliti melakukan uji reliabilitas dan uji beda aitem terhadap skala yang digunakan dengan alat bantu berupa *software SPSS for windows 25*.

d) Hasil Uji Coba Alat Ukur Penelitian

1) Skala Impulsive Buying

Hasil uji coba pada skala *impulsive buying* dengan menghitung reliabilitas menggunakan *alpa cronbach's* ditemukan bahwa nilai dari skala *impulsive buying* yaitu 0,906. Nilai tersebut menunjukkan bahwa reliabilitas pada skala *impulsive buying* yang digunakan sangat tinggi.

Tabel 4.3 *Blue Print Skala Impulsive Buying Setelah Uji Coba*

NO	ASPEK	INDIKATOR	AITEM		Jumlah Aitem
			FAV	UNFAV	
1	Kognitif	1. Kekurangan / Tidak adanya perencanaan	6,10, 11	13	9
		2. Kekurangan / tidak adanya pertimbangan dalam pembuatan keputusan	5,15, 19,1 7,14		
2	Afektif	5. Kesenangan dan ketertarikan untuk membeli	2,3,2 1,12	1	10
		6. Adanya dorongan untuk membeli	9,18, 22		
		7. Sulit meninggalkan barang yang akan dibeli	8		
		8. Penyesalan setelah membeli suatu barang	16		
Total					19

2) Skala Kontrol Diri

Hasil uji coba pada skala kontrol diri dengan menghitung realibilitas yang menggunakan *alpa cronbach's* ditemukan bahwa nilai dari skala kontrol diri yaitu 0,837. Nilai tersebut menunjukkan bahwa reliabilitas pada skala kontrol diri yang di gunakan cukup tinggi.

Tabel 4.4 *Blue Print Skala Kontrol Diri Setelah Uji Coba*

NO	Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah Aitem
			Fav	Unfav	
	Kontrol perilaku (behavior control)	1. Mampu mengontrol keinginan dalam dirinya	10		1
		2. Mampu mengendalikan situasi diluar dirinya	14		1
		3. Merubah stimulus yang tidak menyenangkan menjadi menyenangkan	17,18		2
2	Kontrol kognitif (cognitive control)	1. Mampu memahami dan mengenali berbagai stimulus	12		1
		2. Mampu menilai suatu keadaan lingkungannya dengan baik	6		1
		3. Mampu melakukan antisipasi terhadap stimulus yang tidak diharapkan	2		1
3	Mengontrol keputusan (decisional control)	1. Mampu mengambil tindakan atas masalah yang dihadapi	5,9		1
		2. Mengambil tindakan tanpa melibatkan kebutuhan pribadi	24		1
		3. Mempertimbangkan dari berbagai sisi sebelum mengambil suatu tindakan	7		1
Total					11

B. Laporan dan Hasil Penelitian

Pengambilan data dilakukan pada tanggal 24 Juni 2025 hingga 14 Juli 2025. Pengambilan data dilakukan dengan bantuan *platform google form* yang berisi tentang data diri, skala *impulsive buying*, dan skala kontrol diri. *Google form* disebarluaskan melalui secara langsung dan media sosial seperti *tiktok*, *whatsapp*, *twitter*, dan *facebook*. Kriteria dalam penelitian ini yaitu individu dengan kelahiran tahun 1995 hingga 2012

(Generasi Z), pengguna *e-commerce*, dan berdomisili Sleman. Jumlah responden pada penelitian ini yaitu terdapat 100 responden.

C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden Penelitian

Berdasarkan data penelitian yang telah terkumpul, bahwa terdapat 100 responden yang telah mengisi kuesioner. Berikut ini adalah sebaran daftar data responden:

Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	N	Presentase (%)
Perempuan	71	71%
Laki – Laki	29	29%
Total	100	100%

Berdasarkan data yang terkumpul dari responden, terdapat 71% atau 71 responden berjenis kelamin perempuan. Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 29% atau 29 responden.

Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Status

Status	N	Presentase (%)
Pelajar	13	13%
Mahasiswa	62	62%
Pekerja	25	25%
Total	100	100%

Berdasarkan data yang terkumpul, diketahui bahwa responden yang berstatus sebagai pelajar terdapat sebanyak 13% atau 13 responden, responden dengan status mahasiswa sebanyak

62% atau 62 responden. Sedangkan responden dengan status sebagai pekerja sebanyak 25% atau 25 responden.

Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	N
Gamping	10
Godean	24
Moyudan	1
Minggir	2
Seyegan	5
Mlati	2
Depok	27
Berbah	1
Prambanan	7
Kalasan	5
Ngemplak	1
Ngaglik	4
Sleman	5
Tempel	5
Cangkringan	1
Total	100

Total kecamatan yang berada di kabupaten sleman berjumlah 17 kecamatan. Akan tetapi, saat pengambilan data peneliti hanya bisa menggumpulkan data responden di 15 kecamatan.

2. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian digunakan untuk memudahkan pemahaman mengenai data-data yang terkumpul serta digunakan dalam menginterpretasi hasil pengujian yang telah dilakukan.

Tabel 4.8 Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Hipotetik min	Max	Mean	SD	Empirik Min	Max	Mean	SD
<i>Impulsive Buying</i>	19	76	47,5	28,5	23	67	47,47	10,316
Kontrol Diri	11	44	27,5	16,5	26	44	35,61	3,3733

Tabel deskripsi data penelitian yang ada di atas dapat digunakan untuk mengklasifikasikan skor dari responden pada tiap variabel. Tujuan dari mengklasifikasikan skor yaitu untuk membagi individu dalam kelompok berdasarkan karakteristik yang di ukur.

Tabel 4.9 Rumus Norma Kategorisasi

No	Kategorisasi	Rumus norma
1	Sangat Rendah	$X \leq M - 1,8SD$
2	Rendah	$M - 1,8SD < X \leq M - 0,6SD$
3	Sedang	$M - 0,6SD < X \leq M + 0,6SD$
4	Tinggi	$M + 0,6SD < X \leq M + 1,8SD$
5	Sangat Tinggi	$M + 1,8SD < X$

Keterangan:

X: Skor Total

SD: Standar Deviasi

Setelah mengetahui rumus dari norma kategorisasi, tahap selanjutnya mengkategorikan jawaban dari responden yang telah terkumpul.

Tabel 4.10 *Persentil dan Kategori Variabel Impulsive Buying*

Kategori	Kriteria		N	Presentase
Sangat Rendah	$X < M - 1,8SD$	$X < 29$	2	2%
Rendah	$M - 1,8SD < X < M - 0,6SD$	$29 < X \leq 47$	13	13%
Sedang	$M - 0,6SD < X < M + 0,6SD$	$47 < X \leq 48$	3	3%
Tinggi	$M + 0,6SD < X < M + 1,8SD$	$48 < X \leq 66$	14	14%
Sangat Tinggi	$M + 1,8SD < X$	$X > 66$	68	68%
Total			100	100%

Berdasarkan pada tabel persentil dan kategorisasi di atas, maka dapat di nyatakan bahwa kategorisasi pada variabel *impulsive buying* yang berada pada kategori sangat rendah terdapat 2 responden atau 2%, kategori rendah terdapat 13 responden atau 13%, kategori sedang rerdapat 3 responden atau 3%, kategori tinggi terdapat sebanyak 14 responden atau 14%, sedangkan pada kategori sangat tinggi terdapat 68 responden atau setara 68% dari total keseluruhan responden.

Tabel 4.11 *Persentil dan Kategori Variabel Kontrol diri*

Kategori	Kriteria		N	Presentase
Sangat Rendah	$X < M - 1,8SD$	$X < 29$	6	6%
Rendah	$M - 1,8SD < X < M - 0,6SD$	$29 < X \leq 35$	43	43%
Sedang	$M - 0,6SD < X < M + 0,6SD$	$35 < X \leq 36$	8	8%
Tinggi	$M + 0,6SD < X < M + 1,8SD$	$36 < X \leq 42$	41	41%
Sangat Tinggi	$M + 1,8SD < X$	$X > 42$	2	2%
Total			100	100%

Berdasarkan pada tabel persentil dan kategorisasi di atas, maka dapat di nyatakan bahwa kategorisasi pada variabel kontrol diri yang berada pada kategori sangat rendah terdapat 6 responden atau 6%, kategori rendah terdapat 43 responden atau 43%, kategori sedang rerdapat 8 responden atau 8%, kategori tinggi terdapat sebanyak 41 responden atau 41%, sedangkan pada kategori sangat tinggi terdapat 2 responden atau setara 2% dari total keseluruhan responden.

3. Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *kolmogorov-smirnov test* yang dianalisis menggunakan alat bantu berupa *software SPSS for windows 25*. Data penelitian dikatakan berdistribusi normal apabila nilai (sig.) $> 0,05$ (Sugiyono, 2019).

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

Variabel	Statistic	Df	Sig.	keterangan
Kontrol Diri	0,075	100	0,180	Terdistribusi normal
<i>Impulsive buying</i>	0,82	100	0,097	Terdistribusi normal

Berdasarkan pada hasil uji normalitas menggunakan *one sample kolmogorov-smirnov* diketahui bahwa nilai (sig.) dari variabel kontrol diri sebesar $0,180 > 0,05$ sedangkan pada variabel

impulsive buying sebesar $0,097 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa data berdistribusi secara normal.

b) Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel apakah bersifat linear atau tidak. Variabel yang dinyatakan bersifat linear apabila nilai P atau (sig.) $> 0,05$ (Raharjo. 2013). Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan alat bantu berupa *software SPSS for windows 25*.

Tabel 4.13 Hasil Uji linearitas

Variabel	Linearty	Deviation from linearty	Ket
Kontrol diri* <i>Impulsive Buying</i>	0,085	0,324	Linear(ideal)

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui bahwa nilai P atau (sig.) sebesar 0,324. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa variabel yang digunakan bersifat linear namun tidak ideal karena nilai *deviation from linearity* $> 0,05$.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apakah terdapat hubungan antara variabel *impulsive buying* (Y) terhadap variabel kontrol diri (X) pada generasi Z pengguna *e-commerce* di Sleman. Uji hipotesis yang dilakukan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Tujuannya yaitu untuk melihat

apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Syarat apabila jika hipotesis diterima yaitu apabila nilai signifikan (sig.) $<0,05$. Jika nilai signifikan (sig.) $>0,05$ maka hipotesis tidak diterima.

Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis Korelasi Product Moment

Variabel	Pearson correlation	Sig.
Kontrol diri**	- 0,340	0,01

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan teknik korelasi *product moment* ditemukan bahwa nilai korelasi *pearson* - 0,340 dan nilai p atau signifikan (sig.) 0,001. Maka dapat diartikan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *impulsive buying* terhadap kontrol diri pada generasi Z pengguna *e-commerce* di Sleman.

Tabel 4.15 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2011)

Melihat pada *output* SPSS pada uji hipotesis dengan teknik korelasi *product moment* diketahui bahwa nilai *pearson correlation*

sebesar -0,340. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan yang negatif serta berkorelasi rendah. Dalam kata lain, individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi maka akan mudah untuk mencegah *impulsive buying*. Begitupun sebaliknya, jika individu memiliki kontrol diri yang rendah maka akan mudah melakukan *impulsive buying*.

Tabel 4.16 Uji Tambahan R Squared

Variabel	R	R Squared
Kontrol diri * <i>impulsive buying</i>	-0,170	0,029

Pada penelitian ini terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri terhadap *impulsive buying* dan berarah negatif serta diketahui bahwa kedua variabel berkorelasi rendah. Oleh karena itu, peneliti melakukan uji tambahan berupa *R Squared* untuk melihat seberapa besar kontrol diri dapat mempengaruhi *impulsive buying*. Uji tambahan dilakukan menggunakan SPSS didapatkan bahwa nilai *R Squared* sebesar 0,029. Dapat dikatakan bahwa kontrol memiliki pengaruh sebesar 2,9% terhadap perilaku *impulsive buying*.

D. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan secara empirik antara *impulsive buying* dengan kontrol diri pada generasi

Z pengguna *e-commerce* di Sleman. Sebelum dilakukannya uji hipotesis, peneliti melakukan uji prasyarat yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas.

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan *kolmogorv smirnov* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Dalam pengujiannya, ditemukan bahwa *cronch's alpa* pada variabel kontrol diri sebesar 0,180 > 0,05 sedangkan pada variabel *impulsive buying* sebesar 0,097 > 0,05. Nilai tersebut, dapat diartikan bahwa sebaran data berdistribusi secara normal karena melebihi batas nilai p atau signifikan (sig.) >0,05.

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah kedua variabel yang digunakan bersifat linear atau tidak. Variabel yang dinyatakan linear jika nilai p atau signifikan (sig.) >0,05. Pengujian dilakukan menggunakan alat bantu berupa *software SPSS for windows 25*. Dalam pengujian, ditemukan bahwa nilai p atau signifikan (sig.) 0,324. Dapat diartikan, bahwa variabel yang digunakan bersifat linear.

Uji prasyarat yang telah dilakukan menyatakan bahwa data dan variabel yang digunakan telah memenuhi syarat. Selanjutnya, peneliti melakukan uji hipotesis dengan teknik korelasi *product moment*. Tujuan dari uji hipotesis yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel

impulsive buying (X) terhadap variabel kontrol diri (Y). Apabila hipotesis di terima maka nilai p atau signifikan (sig.) $<0,05$.

Pengujian yang dilakukan di bantu alat berupa *software* SPSS *for windows* 25. Dalam pengujiannya ditemukan bahwa nilai p atau signifikan (sig.) 0,001. Dalam kata lain, hipotesis yang diajukan di terima.

Pada uji hipotesis menggunakan teknik korelasi *product moment* ditemukan juga nilai korelasi sebesar -0,340 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif serta berkorelasi rendah antara *impulsive buying* terhadap kontrol diri. Untuk melihat seberapa besar hubungan antara kontrol diri terhadap *impulsive buying* maka peneliti menambah uji tambahan berupa *R Squared* yang diketahui nilai nya yaitu 0,029 atau sebesar 2,9%. Dapat dikatakan bahwa hubungan antara kontrol diri terhadap *impulsive buying* dinyatakan lemah akan tetapi hubungan yang terjadi antara kedua variabel signifikan secara statistik.

Melihat dari uji analisis data yang di lakukan ditemukan bahwa individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi maka *impulsive buying* yang dilakukan maka semakin rendah. Begitupun sebaliknya, individu yang memiliki kontrol diri yang rendah maka *impulsive buying* yang dilakukannya maka akan semakin tinggi.

Pada penelitian yang dilakaukan Rahmadhani dan Bakar (2023) menyatakan bahwa perempuan akan cenderung lebih *impulsive buying* daripada laki-laki. Hal itu disebabkan karena perempuan melakukan

impulsive buying di dasari oleh emosional sedangkan laki-laki cenderung memikirkan fungsi dan instrumen. Penelitian yang dilakukan oleh Dyatmika, dkk (2023) menemukan bahwa subjek dengan status mahasiswa sedikit lebih cenderung melakukan *impulsive buying* daripada subjek dengan status sebagai pekerja. Mahasiswa cenderung akan lebih *impulsive buying* pada produk *fashion* karena merupakan elemen penting dari penampilan dan presentasi diri.

Individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang rendah maka akan semakin mudah untuk melakukan *impulsive buying* dikarenakan akan mudah untuk merespon *stimulus visual*. Hal itu diperkuat oleh pernyataan dari Rook dan Fisher (1995) karakteristik dari *impulsive buying* adalah spontanitas dari individu dalam merespon stimulus yang ada seperti pameran dan diskon.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Istiglal (2021) yang menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara *impulsive buying* terhadap kontrol diri. Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi maka dapat mengontrol dirinya dalam kondisi tertentu dan melihat konsekuensi dari tindakannya.

Nafeesa dan Novita (2021) menyatakan dalam penelitiannya bahwa ada kemungkinan besar individu akan melakukan *impulsive buying* ketika melihat sesuatu yang di sukai atau digemari. Hal itu diperkuat oleh hasil penelitiannya bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri

terhadap *impulsive buying* pada remaja *KPOP* di Medan. Artinya semakin tinggi *impulsive buying* maka semakin rendah kontrol.

Penelitian ini tentu memiliki kekurangan, limitasi pada penelitian ini di tinjau dari beberapa bagian seperti tidak ada data responden terkait seberapa sering mengunjungi *e-commerce* dan sebaran data yang tidak merata di setiap kecamatannya.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA