

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

THE INFLUENCE OF ECONOMIC LITERACY AND SELF-CONTROL ON IMPULSIVE BUYING IN STATE UNIVERSITY OF SURABAYA ECONOMIC EDUCATION STUDY PROGRAM STUDENTS

Ainur Rosidah, Albrian Fiky Prakoso

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya
email: *ainur.17080554007@mhs.unesa.ac.id* email: *albrianprakoso@unesa.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi serta kontrol diri terhadap pembelian impulsif mahasiswa prodi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional (asosiatif) dengan pendekatan kuantitatif. Data pada kajian ini didapatkan menggunakan metode wawancara, tes, serta kuesioner. Berdasarkan hasil kajian ditemukan jika literasi ekonomi tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif. Selain itu ditemukan bahwa kontrol diri mempunyai pengaruh yang bersifat negatif serta signifikan terhadap pembelian impulsif mahasiswa prodi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018. Hasil penelitian memperlihatkan jika terdapat pengaruh secara simultan yang bersifat negatif dan signifikan antara literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif mahasiswa prodi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018.

Kata Kunci: literasi ekonomi, kontrol diri, pembelian impulsif

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of economic literacy and self-control on impulsive purchases of students of the 2018 UNESA Economic Education study program. The research method used in this study is correlation research with a quantitative approach. The data in this study were obtained using interviews, tests, and questionnaires. Based on the results of the study, it was found that economic literacy had no effect on impulsive buying. In addition, it was found that self-control had a negatif and significant effect on impulsive purchases of students of the 2018 UNESA Economic Education study program. In addition, it was found that self-control had a negatif and significant effect on impulsive purchases of 2018 UNESA Economic Education Study Program students. The results also show that there is a simultaneous negatif and significant influence between economic literacy and self-control on impulsive purchases of students of the 2018 UNESA Economic Education Study Program.

Keyword: economic literacy, self-control, impulsive buying

PENDAHULUAN

Manusia melakukan kegiatan konsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Menurut data yang diolah oleh BPS Indonesia (Khoer, 2020) secara nasional, rata-rata pengeluaran perkapita untuk konsumsi sebulan adalah sebesar 1.205.862 rupiah. Dengan rincian

49,21% untuk konsumsi makanan dan 50,79% untuk konsumsi bukan makanan. Di Jawa Timur sendiri angka tingkat konsumsi yang dilakukan masyarakat cukup tinggi, khususnya di kota Surabaya. Menurut data yang telah dihimpun BPS Kota Surabaya, pengeluaran rata-rata perbulan masyarakat cenderung tinggi.

Tabel 1. Pengeluaran Rata-Rata
Rumah Tangga Perbulan Kota Surabaya

Kelompok Barang	2018	2019
Makanan	Rp. 776.985	Rp. 742.013
Bukan Makanan	Rp. 1.120.876	Rp. 1.285.586
Total	Rp. 1.897.861	Rp. 2.027.599

Sumber : Data Badan Pusat Statistik Kota Surabaya (BPS, 2020)

Berdasarkan tabel pengeluaran rata-rata rumah tangga perbulan Kota Surabaya dapat diketahui bahwa jumlah rata-rata pengeluaran perbulan mengalami kenaikan dari tahun 2018 ke tahun 2019. Data tersebut menunjukkan masyarakat aktif melakukan kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi juga didukung oleh banyaknya pusat perbelanjaan dengan ragam pilihan produk dan kualitas. Tidak harus pergi ke *mall* untuk berbelanja, ada banyak pasar, sentra kuliner serta *marketplace*. Namun justru karena banyaknya pilihan serta kemudahan yang ditawarkan menimbulkan kekhawatiran aktivitas belanja masyarakat, khususnya mahasiswa yang mengarah pada perilaku konsumtif.

Kini kegiatan konsumsi memiliki paradigma baru, selain untuk memenuhi kebutuhan juga untuk memenuhi gaya hidup. Fenomena perilaku konsumtif yang mengarah pada pembelian impulsif ini juga terjadi pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Berdasarkan wawancara awal yang peneliti lakukan, dari 7 mahasiswa 5 diantaranya pernah melakukan kegiatan pembelian impulsif baik dengan datang langsung ke tempat jual beli maupun melalui *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Sedangkan barang-barang yang mereka beli diantaranya produk *fashion* dan *skincare*.

Selain pergeseran tujuan belanja, dewasa ini juga terjadi perubahan cara belanja menjadi serba *online* yang disebabkan oleh berkembangnya teknologi. (Balik et al., 2020) mengungkapkan bahwa kegiatan belanja *online* dianggap lebih menghemat waktu, mudah dalam melakukan proses pembayaran dan lebih praktis. Selain karena berbagai kemudahan tersebut, (Noneng et al., 2020) juga mengungkapkan bahwa belanja secara *online* dapat menekan biaya pencarian (*search cost*) dengan hanya melakukan pencarian melalui *marketplace*. Hal ini tentu akan semakin mempermudah mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif.

Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya angkatan 2018 merupakan mahasiswa dengan usia antara 18-21

tahun sehingga termasuk dalam kategori remaja tingkat akhir. Menurut (Mulyono, 2012) remaja tingkat akhir cenderung lebih mudah melakukan pembelian impulsif daripada kelompok usia lain.

Lebih lanjut menurut (Diba, 2013) remaja membeli produk yang tidak mereka perlukan karena begitu melihat tampilan produk baru yang terlihat menarik lalu merasa terdorong ingin segera memilikinya. Hal ini membuat remaja akhir sangat rentan melakukan pembelian impulsif sehingga perlu untuk mencari tahu bagaimana cara menghindari pembelian impulsif. Penelitian ini perlu dilakukan di lingkungan mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA Angkatan 2018 mengingat sebelumnya belum terdapat penelitian serupa yang berfokus pada subjek dan masalah yang peneliti angkat pada penelitian ini.

Pembelian impulsif ialah perilaku masyarakat dalam kegiatan konsumsi yang terjadi karena adanya stimulus yang kuat, mendadak dan intens. Menurut (Afandi & Hartati, 2019) teori tersebut dikembangkan oleh Rook pada tahun 1987. Sedangkan (Rook & Hoch, 1985) menjelaskan bahwa pembelian impulsif cenderung lebih menikmati sensasi belanja yang merupakan hasil dari persepsi konsumen yang didorong oleh stimulus lingkungan. Pembelian impulsif merupakan perilaku individu dalam proses pembelian yang terjadi secara seketika dan tanpa rencana serta pertimbangan akibat dari dorongan hasrat yang kuat untuk memiliki sebuah produk.

Ciri-ciri pembelian impulsif yang telah dikembangkan oleh Rook ialah spontanitas (*spontaneity*); kekuatan, kompulsi dan intensitas (*power, compulsion and intensity*); kegairahan dan stimulus (*excitement and stimulus*); dan Ketidakpedulian terhadap akibat (*disregard for consequences*) (Efendi et al., 2019). Sementara itu (Widhyanto & Junaedi, 2016) menjelaskan bahwa ada empat bentuk pembelian impulsif yaitu *pure impulse, suggestion impulse, reminder impulse dan planned impuse*.

Menurut (Rozaini & Ginting, 2019) saat melakukan pembelian impulsif seseorang merasa tiba-tiba tertarik dan membeli saat itu juga meskipun sebelumnya tidak berencana membeli

sebuah produk. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan (Noneng et al., 2020) 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.

Dalam observasi awal, mahasiswa dalam melakukan pembelian impulsif mengaku awalnya tergiur promo potongan harga yang disediakan toko, promo gratis ongkos kirim dan beberapa diantaranya juga membeli dikarenakan *review* oleh salah satu *influencer* yang mereka ikuti di media sosial Instagram dan Twitter. Akun Instagram yang banyak diikuti mahasiswa yang telah diwawancarai ialah akun milik salah satu pengusaha terkenal yakni “rachelvennya”. Sementara di Twitter, terdapat akun “Thread Shopee” dimana kontennya berisi rangkuman produk murah dan promo di aplikasi Shopee. Kedua akun tersebut banyak mempromosikan produk *fashion*, *skincare* dan makanan. Pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut juga dilakukan tanpa ada rencana sebelumnya.

Selain promo dalam aplikasi *marketplace* juga menyediakan berbagai alternatif pembayaran yang mudah dan aman mulai dari transfer antar bank, *e-wallet* hingga hingga *Cash On Delivery* (COD). Hal ini tentu membuat konsumen lebih nyaman dan tidak khawatir melakukan aktivitas belanja. Namun disisi lain adanya berbagai kemudahan tersebut justru mengarahkan konsumen pada pembelian impulsif. Pernyataan ini selaras dengan pendapat (Balik et al., 2020) bahwa kemudahan, sifat praktis serta kelengkapan informasi yang ditawarkan kepada konsumen mampu mempengaruhi keputusan pembelian yang mengarah pada pembelian impulsif.

Fenomena adanya perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa dapat ditekan dengan sistem pengendalian yang ada pada dalam diri mahasiswa atau pada umumnya dikenal dengan kontrol diri. Menurut (O’Creevy et al., 2018) kontrol diri ialah proses yang dilalui seseorang dan digunakan untuk menyetarakan diri dengan tujuan yang relevan. Sedangkan (Rozaini & Ginting, 2019) mengungkapkan bahwa kontrol diri ialah kemampuan seseorang untuk menentukan keputusan dan melakukan tindakan cermat dalam upaya mewujudkan atau menghindari suatu hal.

Kontrol diri dapat digunakan seseorang untuk mempengaruhi dan mengarahkan perilaku. Kontrol diri dapat mengarahkan perilaku seseorang melalui penurunan atau peningkatan frekuensi perilaku yang dilakukan (Pratiwi, 2017).

Sedangkan menurut (Afandi & Hartati, 2019) kontrol diri yang rendah pada seseorang membuatnya mudah untuk dipengaruhi keputusan pembeliannya. Terdapat tiga aspek kemampuan mengontrol diri yang dikembangkan oleh Averill yakni seperti kontrol kognitif, perilaku, dan keputusan (Larasati & Budiani, 2014).

Secara umum ada dua faktor yang berperan dalam kontrol diri seseorang, yakni faktor internal berupa usia dan faktor eksternal yang berupa lingkungan keluarga (Ghufron & Risnawita, 2014). Lebih lanjut, (Marsela & Supriatna, 2019) menyimpulkan bahwa faktor yang memiliki peran dalam kontrol diri seseorang ialah: a) usia; b) perlakuan orang tua; c) faktor kognitif; d) lingkungan dan keluarga.

Penelitian awal mengenai faktor emosional yang turut mempengaruhi keputusan pembelian impulsif seseorang dilakukan oleh Rook & Hoch. Menurut (Rook & Hoch, 1985) dalam melakukan pembelian impulsif, konsumen memiliki keinginan kuat yang seketika, intens dan terus-menerus. Mereka mencirikan pembelian impulsif sebagai reaksi yang tidak disengaja dan tidak reflektif, yang terjadi segera setelah terpapar rangsangan di dalam toko. Lebih lanjut menemukan bahwa kurangnya pengendalian diri seseorang menyebabkan adanya pembelian spontan (impulsif).

Pembelian impulsif dipengaruhi oleh beberapa faktor. Kategori faktor yang berperan dalam pembelian impulsif antara lain : a. Stimulus eksternal, b. Stimulus internal, c. Faktor yang berhubungan dengan produk dan situasional dan d. Faktor demografi dan sosial-budaya (G. & Shankar Bhakat, 2013).

Sedangkan menurut (Engel et al., 1995) faktor yang mendorong terbentuknya perilaku impulsif saat melakukan pembelian ialah adanya faktor internal serta eksternal. Menurutnya, faktor internal yang mempunyai peran membentuk perilaku pembelian impulsif terdiri atas pengetahuan, latar belakang dorongan, kepribadian, kepercayaan, usia, sumberdaya konsumen dan gaya hidup. Lalu faktor eksternal terdiri dari keadaan, kelompok serta budaya.

Perilaku pembelian impulsif juga dikarenakan tidak adanya penyusunan skala prioritas sebelumnya sehingga menyebabkan pembelian tak terduga. Penyusunan skala prioritas kebutuhan sendiri merupakan hal yang dipelajari dalam ilmu ekonomi khususnya ekonomi mikro. Hal selaras dengan pendapat (Pratiwi, 2017) bahwa dalam pembelian impulsif literasi ekonomi diperlukan untuk mengetahui bagaimana cara

memanajemen pendapatan dalam melakukan konsumsi.

Berdasarkan hasil observasi awal, mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA Angkatan 2018 telah menempuh mata kuliah mulai dari pengantar teori ekonomi mikro, teori ekonomi mikro I hingga teori ekonomi mikro II. Mata kuliah tersebut mempelajari materi yang cukup lengkap yakni mencakup biaya peluang, barang modal, kelangkaan, sistem ekonomi, keuntungan, pembatasan impor, spesialisasi dan divisi kerja, keseimbangan harga pasar, surplus produsen, barang substitusi dan komplementer, permintaan dan penawaran, uang, inflasi, suku bunga riil, tenaga kerja, produk domestik bruto serta defisit anggaran pemerintah. Sehingga mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA Angkatan 2018 dapat dikatakan telah mendapatkan bekal literasi ekonomi yang memadai. Hal ini kemudian menjadi menarik, karena meskipun begitu beberapa mahasiswa masih melakukan pembelian impulsif.

Sebagai contoh, saat promo puncak yang diadakan *marketplace* tiap bulan seperti promo 11.11, 12.12 dan seterusnya mahasiswa seringkali terjebak dan melakukan pembelian impulsif. Saat melihat baju yang terlihat menarik mereka ingin segera memiliki baju tersebut, meskipun sebelumnya hanya berniat untuk melihat-lihat produk di *marketplace*.

Literasi ekonomi menurut (Uhaib, 2020) dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami perkembangan ekonomi beserta pengaruhnya, mengeksplorasi dan menganalisis data ekonomi yang ada serta memproyeksikan keuntungan dan biaya. Sedangkan menurut (Nuraeni, 2015) literasi ekonomi adalah sebutan yang mengarah pada keterampilan seseorang untuk menerapkan konsep dan pola pikir yang dipelajari dalam ilmu ekonomi dalam rangka usaha untuk mencapai kemakmuran. Berdasarkan berbagai definisi mengenai literasi ekonomi tersebut bisa diketahui jika literasi ekonomi ialah kemampuan mengaplikasikan pemahaman konsep ekonomi yang disertai dengan pola pikir kritis untuk menentukan keputusan ekonomi.

Tingkat literasi ekonomi di Indonesia masih tergolong rendah (Budiwati, 2014). Penelitian ini dilakukan terhadap guru SMA di Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitiannya responden cenderung memiliki literasi yang baik mengenai prinsip ekonomi dan hal yang menyangkut isu ekonomi mikro. Namun disisi lain responden memiliki pemahaman yang rendah terhadap isu ekonomi makro. Survei dan tes lain juga yang mengukur tingkat literasi ekonomi di

Indonesia juga dilakukan oleh (Uhaib, 2020) pada mahasiswa Universitas Indonesia mengungkapkan bahwa literasi ekonomi mahasiswa Indonesia berada pada level sedang.

Berdasarkan teori belajar behavioristik oleh (Gage & Berliner, 1984) proses belajar merupakan kegiatan yang akhirnya menimbulkan adanya perbedaan pola perilaku sebagai hasil dari proses belajar (pengalaman). Sejalan dengan teori tersebut menurut (Uhaib, 2020), dengan literasi ekonomi yang merupakan hasil dari proses belajar tentang ilmu ekonomi seseorang dapat menjadi lebih rasional dalam melakukan pembelian karena mampu menentukan pilihan-pilihan dengan proses pertimbangan sebelumnya. Mahasiswa dapat menggunakan literasi ekonomi dalam melakukan pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut (Wastald et al., 2013) terdapat setidaknya 20 indikator yang telah dikemukakan oleh *National Council on Economic Education* (NCEE) yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat literasi ekonomi seseorang.

Sementara itu menurut (Efendi et al., 2019) kontrol diri yang baik mampu mengurangi pembelian impulsif seseorang. Namun dalam penelitian tersebut belum dibahas pengaruh literasi ekonomi terhadap pembelian impulsif secara langsung. (Utami, 2020) melakukan penelitian pada mahasiswa Malang, penelitian tersebut menunjukkan bahwa baik literasi ekonomi maupun kontrol diri mempunyai pengaruh yang bersifat negatif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Lebih lanjut (Pratiwi, 2017) melakukan penelitian yang menunjukkan bahwa untuk menghindari perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa, diperlukan tingkat literasi ekonomi dan kontrol diri yang memadai. Penelitian tersebut juga menemukan kelompok teman sebaya mampu mempengaruhi pembelian impulsif.

Menurut hasil kajian yang dilaksanakan oleh (Noneng et al., 2020) dan (Rozaini & Ginting, 2019) justru menemukan literasi ekonomi tidak tidak memberikan pengaruh pada pembelian impulsif. Hal tersebut menunjukkan jika terdapat adanya *gap search* sehingga menjadi menarik untuk diteliti.

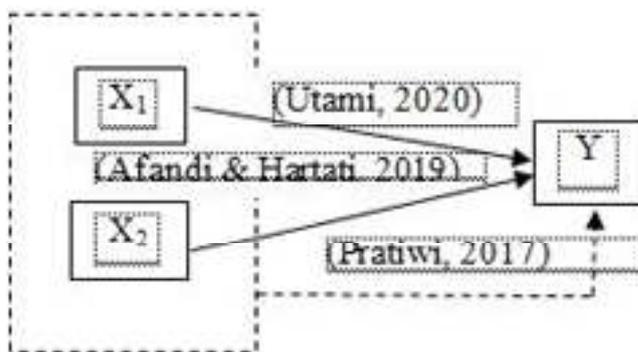
Adanya *gap search* serta benturan antara teori yang ada dengan keadaan sebenarnya di lapangan membuat peneliti tergugah untuk meneliti peranan literasi ekonomi, kontrol diri pada pembelian impulsif. Sementara itu tujuan dari kajian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA, pengaruh kontrol diri terhadap perilaku

pembelian impulsif mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA serta pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah : a. literasi ekonomi berpengaruh terhadap pembelian impulsif mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA; b. kontrol diri berpengaruh terhadap pembelian impulsif mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA; dan c. literasi ekonomi dan kontrol diri berpengaruh terhadap pembelian impulsif mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNESA

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan ialah metode korelasional (asosiatif). Selain itu pendekatan yang dipakai yaitu pendekatan kuantitatif guna menganalisis hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018. Teknik pengambilan sampel menerapkan teknik sampel jenuh. Seluruh jumlah populasi dalam penelitian ini digunakan sebagai sampel yaitu mahasiswa program studi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018 yang berjumlah 65 mahasiswa. Adapun variabel pada kajian ini ialah variabel literasi ekonomi (X1) dan kontrol diri (X2) sebagai variabel bebas dan pembelian impulsif (Y) sebagai variabel terikat. Berikut adalah rancangan penelitian yang akan dilakukan:



Gambar 1. Skema Kerangka Berpikir

Keterangan :

X1 : literasi ekonomi

X2 : kontrol diri

Y : pembelian impulsif

————> : pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial/ sendiri-sendiri

- - - - -> : pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan/bersama-sama

Peneliti mengumpulkan data penelitian melalui wawancara, tes dan kuesioner dengan skala *Likert*. Peneliti melakukan wawancara awal dalam rangka merumuskan permasalahan yang harus diteliti,. Tes disusun berdasarkan 20 indikator yang telah dikemukakan oleh *National Council on Economic Education (NCEE)* (Wastald et al., 2013). Indikator-indikator tersebut yakni :

Tabel 2 Indikator Variabel
Literasi Ekonomi (X1)

Variabel	Indikator
Literasi Ekonomi	Kelangkaan, pilihan, sumber daya produktif
	Pengambilan keputusan, analisis marjinal
	Sistem ekonomi dan mekanisme alokasi
	Insentif ekonomi- harga, upah, keuntungan dll
	Pembentukan harga
	Spesialisasi dan <i>Comparative advantage</i>
	Pasar dan harga
	Permintaan dan penawaran
	Kompetisi Pasar
	Lembaga Keuangan
	Uang dan inflasi
	Tingkat bunga
	Pasar tenaga kerja dan pendapatan
	Kewirausahaan
	<i>Physical and human capital investment</i>
	Peran pemerintah dalam perekonomian
	Kegagalan pemerintah, kelompok kepentingan khusus
	Keluaran, pendapatan, ketenagakerjaan dan tingkat harga
	Pengangguran dan inflasi
	Kebijakan moneter dan fiscal

Sumber : (Wastald et al., 2013)

Aspek-aspek dalam kontrol diri yang dikembangkan oleh Averill dan diteliti oleh (Larasati & Budiani, 2014) menjadi dasar

penyusunan kuesioner variabel kontrol diri. Aspek-aspek tersebut yakni:

Tabel 3 Indikator Variabel
Kontrol Diri (X2)

Variabel	Indikator
Kontrol Diri	Kontrol Perilaku
	Kontrol Kognitif
	Kontrol Keputusan

Sumber : (Larasati & Budiani, 2014)

Sedangkan kuesioner variabel pembelian impulsif disusun berdasarkan karakteristik

pembelian impulsif yang dikembangkan Rook dan diteliti oleh (Efendi et al., 2019) yaitu:

Tabel 4 Indikator Variabel Pembelian Impulsif (Y)

Variabel	Indikator
Karakteristik Pembelian Impulsif	Spontanitas (<i>spontaneity</i>) Kekuatan, kompulsi dan intensitas (<i>power, compulsion and intensity</i>) Kegairahan dan stimulus (<i>excitement and stimulus</i>) Ketidakpedulian akan akibat (<i>disregard for consequences</i>)

Sumber: (Efendi et al., 2019)

Kuesioner pada kajian ini sudah melalui pengujian validitas serta reliabilitas. Setelah diuji dan dinyatakan valid serta reliabel, peneliti mulai menyebarkan kuesioner kepada responden dan kemudian melakukan analisis data. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, uji hipotesis yang mencakup Uji t dan Uji F serta analisis koefisien determinasi (R²). Teknik analisis data pada kajian ini memakai bantuan aplikasi SPSS 21 *for windows* dan Microsoft Excel 2013.

a. Variabel literasi ekonomi:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif bertujuan mendapatkan ilustrasi keadaan subjek penelitian. Dalam hasil analisis deskriptif masing-masing variabel dikelompokkan kedalam 3 kelompok tingkatan yaitu tinggi, sedang dan rendah. Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5 Distribusi Kecenderungan Variabel Literasi Ekonomi

Skor	F	Frekuensi Relatif (%)	Keterangan
$X \geq 67$	25	38%	Tinggi
$33 \leq X < 67$	34	52%	Sedang
$X < 33$	6	9%	Rendah
Jumlah	65	100%	

Sumber : data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh gambaran keadaan subjek yakni terdapat 34 atau 52% dari jumlah mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi rendah. Selanjutnya terdapat 25 mahasiswa atau 38% mahasiswa yang memiliki

literasi ekonomi sedang dan sisanya sebanyak 6 mahasiswa atau 9% dari jumlah mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018 memiliki tingkat literasi ekonomi rendah.

b. Variabel kontrol diri

Tabel 6 Distribusi Kecenderungan Variabel Kontrol Diri

Skor	F	Frekuensi Relatif (%)	Keterangan
$X \geq 48$	43	66%	Tinggi
$30 \leq X < 48$	22	34%	Sedang
$X < 30$	0	0%	Rendah
Jumlah	65	100%	

Sumber : data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan tabel diatas sebagian besar mahasiswa prodi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA memiliki tingkat kontrol diri tinggi dengan

frekuensi 43 mahasiswa (66%), selanjutnya 22 mahasiswa masuk dalam kategori sedang (34%)

c. Variabel pembelian impulsif

Tabel 7 Distribusi Kecenderungan Variabel Pembelian Impulsif

Skor	F	Frekuensi Relatif (%)	Keterangan
$X \geq 55$	10	15%	Tinggi
$35 \leq X < 55$	41	63%	Sedang
$X < 35$	14	22%	Rendah
Jumlah	65	100%	

Sumber : data diolah peneliti (2021)

Menurut tabel ini sebagian besar frekuensi kecenderungan pembelian impulsif mahasiswa prodi S1 Pendidikan Ekonomi 2018 UNESA sebesar 10 (Pratiwi, 2017) mahasiswa berada pada kategori tinggi (15%), 41 mahasiswa mempunyai tingkat pembelian impulsif sedang (63%) dan 14 mahasiswa mempunyai tingkat pembelian impulsif yang rendah (22%).

Uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini dilaksanakan dengan memakai aplikasi SPSS 21.00 for windows menunjukkan

data pada penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini diketahui dengan adanya hasil uji normalitas yang menunjukkan nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,932. Hal ini berarti nilai *Asymp. Sig* sebesar $0,932 > 0,05$.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Hubungan antar variabel dikatakan ideal apabila nilai *Sig.* pada *deviation from linearity* $> 0,05$. Berikut merupakan tabel hasil uji linieritas dalam penelitian ini :

Tabel 8 Hasil Uji Linieritas

No	Variabel		Sig.	Ket.
	Bebas	Terikat		
1	X_1	Y	0,306	Linear
2	X_2	Y	0,408	Linear

Sumber : data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan hasil uji linieritas menunjukkan bahwa nilai *Sig.* pada *deviation from linearity* masing-masing variabel adalah sebesar 0,306 dan 0,408. Hal tersebut berarti terdapat hubungan yang

linear pada seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai *Tolerance dan Variance Inflation Factor* (VIF). Berdasarkan hasil uji

multikolinieritas diperoleh hasil yang telah dirangkum pada tabel berikut:

Tabel 9 Hasil Rangkuman Uji Multikolinieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan	
1	X ₁	0,918	1,089	Tidak	Terjadi
2	X ₂	0.918	1,089	Multikolinieritas	

Sumber : data diolah peneliti (2021)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* 0,918 > 0,10 dan nilai VIF 1,089 < 10. Oleh karena hal tersebut terbukti tidak terjadi multikolinieritas antar sesama variabel bebas pada kajian ini.

tidak mengandung heteroskedastisitas. Hal tersebut terlihat melalui besarnya nilai signifikansi variabel independen > 0,05. Rangkuman hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat melalui tabel berikut:

d. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas ditemukan bahwa dalam pemodelan regresi

Tabel 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel	Nilai Sig.	Keterangan
1	X ₁	0,166	Tidak Terdapat
2	X ₂	0.309	Heteroskedastisitas

Sumber : data diolah peneliti (2021)

Analisis regresi linier berganda

Menurut hasil analisis regresi linier, maka didapatkan rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 70,472 - 0,257(X_1) - 0,685(X_2) + e$$

Keterangan :

Koefisien regresi variabel X₁ sebesar -0,257 memiliki arti bahwa hubungan antara variabel literasi ekonomi dengan pembelian impulsif adalah negatif. Sedangkan koefisien regresi variabel X₂ sebesar -0,685 memiliki arti bahwa variabel kontrol diri memiliki pengaruh negatif terhadap pembelian impulsif.

Uji t

Pada kajian ini, uji t dilaksanakan untuk melihat apakah variabel literasi ekonomi (X₁), dan kontrol diri (X₂) berpengaruh secara positif atau negatif terhadap variabel pembelian impulsif (Y) secara parsial (sendiri-sendiri). Berikut adalah hasil interpretasi hasil uji t:

Variabel literasi ekonomi (X₁) memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 3,18 > 0,05 dan

nilai t hitung (1,006) < t tabel (2,0555). Hal tersebut memperlihatkan jika H₀ diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel literasi ekonomi (X₁) tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif (Y) secara parsial.

Variabel kontrol diri (X₂) memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung (4,715) > t tabel (2,0555). Sementara itu nilai koefisien regresi adalah sebesar -0,685 yang berarti variabel kontrol diri memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel kontrol diri (X₂) memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif (Y) secara parsial.

Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel literasi ekonomi (X₁) dan kontrol diri (X₂) terhadap pembelian impulsif (Y) secara bersama-sama (simultan). Dengan bantuan program SPSS 21 *for windows* untuk melakukan uji F, dapat diketahui besarnya nilai signifikansi (Sig.) ialah 0,000 < 0,05, selain itu diketahui besarnya Fhitung (14,136) > Ftabel

(3,14). Data tersebut membuktikan bahwa H_0 dalam penelitian ini ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel literasi ekonomi (X1) dan kontrol diri (X2) memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif (Y) secara simultan.

Koefisien Determinasi

Hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R. Square* ialah sebesar 0,291, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel literasi ekonomi (X1) dan kontrol diri (X2) dalam menjelaskan variabel pembelian impulsif (Y) ialah sebesar 29,1%. Sedangkan sisanya dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor lain tersebut seperti faktor teman sebaya (Fitrawaty & Hasibuan, 2018), literasi keuangan (Suratno, Rosmiati, et al., 2021), suasana toko (In'am et al., 2016), penggunaan sosial media (Balik et al., 2020) dll.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Pembelian Impulsif

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa variabel literasi ekonomi tidak memiliki peran dalam mempengaruhi pembelian impulsif mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tidak memiliki perbedaan dalam melakukan pembelian impulsif meskipun mereka memiliki tingkat literasi ekonomi yang beragam.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang terlebih dulu dilakukan oleh (Rozaini & Ginting, 2019), (Fitrawaty & Hasibuan, 2018) dan (Noneng et al., 2020) yakni tidak adanya pengaruh variabel literasi ekonomi terhadap pembelian impulsif. Namun hasil penelitian ini menyanggah hasil penelitian yang dilakukan (Pratiwi, 2017) dan (Utami, 2020) yang menyimpulkan variabel literasi ekonomi memiliki peranan terhadap pembelian impulsif.

Menurut (Efendi et al., 2019) literasi ekonomi pada diri seseorang mampu membantu manusia menjadi lebih bijak menggunakan sumber daya ekonomi guna meningkatkan kemakmuran dalam hidup. Dengan kemampuan mengolah sumber daya ekonomi serta pengetahuan prinsip dasar bahwa sumber daya ekonomi yang terbatas mampu membuat seseorang lebih berhati-hati dalam membuat keputusan ekonomi. Meskipun begitu perlu diketahui bahwa karakteristik pembelian impulsif yang dikembangkan oleh Rook yang diteliti (Efendi et al., 2019) ialah spontanitas;

kekuatan, kompulsi dan intensitas; kegairahan dan stimulasi; serta ketidakpedulian akan akibat. Pembelian impulsif terjadi secara spontan, didasari oleh stimulus yang kuat dan intens. Oleh karena itu dalam penelitian ini ditemukan bahwa meskipun tingkat literasi ekonomi tinggi, namun ketika dihadapkan dengan tawaran yang menggiurkan mahasiswa cenderung tidak punya cukup waktu untuk memilah prioritas, mengingat serta menganalisis konsep ekonomi yang pernah ia pelajari. Sehingga literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif.

Pengaruh Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa variabel kontrol diri mampu mempengaruhi tingkat pembelian impulsif pada mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018. Selain itu berdasarkan hasil penelitian juga diketahui bahwa sifat pengaruh yang diberikan variabel kontrol diri ialah negatif. Hal ini memiliki makna bahwa jika tingkat kontrol diri mahasiswa bertambah tinggi, maka kecenderungannya untuk melakukan pembelian impulsif menjadi lebih rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh (Efendi et al., 2019) bahwa kontrol diri memegang peranan penting dalam aktivitas manusia, terutama dalam menekan perilaku impulsif. Selain itu hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu oleh (Afandi & Hartati, 2019), (Diba, 2013), (Larasati & Budiani, 2014) bahwa kontrol diri memiliki pengaruh yang bersifat negatif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Sedangkan hasil penelitian (Salsabila & Nio, 2019) justru memperlihatkan tidak adanya pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat (Engel et al., 1995) bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku impulsif pada konsumen saat melakukan pembelian ialah kepribadian dan gaya hidupnya. Individu yang tingkat kontrol dirinya rendah rentan melakukan pembelian impulsif. Oleh karena itu adanya kontrol diri diperlukan untuk mengabaikan keinginan membeli secara impulsif.

Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif

Menurut hasil penelitian, ditemukan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap

pembelian impulsif mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018. Hal ini berarti dengan kontrol diri yang baik serta diimbangi dengan literasi ekonomi yang memadai dapat mencegah mahasiswa terjebak dalam pembelian impulsif.

Memperkuat hasil penelitian sebelumnya yakni penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi, 2017), (Suratno, Denmar, et al., 2021) dan (Rozaini & Ginting, 2019) bahwa secara simultan literasi ekonomi dan kontrol diri mampu mempengaruhi pembelian impulsif.

Hal ini juga selaras dengan pendapat (Engel et al., 1995) bahwa faktor internal yang mampu mempengaruhi perilaku impulsif dalam pembelian selain kepribadian ialah pengetahuan yang dimiliki konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berpegang pada data kajian yang sudah diolah dan dianalisis, sehingga bisa diambil kesimpulan seperti berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018.
2. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi UNESA angkatan 2018 secara simultan.

Saran

1. Mahasiswa masih perlu menguasai materi ekonomi meskipun dalam penelitian ini variabel literasi ekonomi tidak memiliki pengaruh pada pembelian impulsif. Hal tersebut perlu disertai dengan penerapan dalam kebiasaan berbelanja sehingga diharapkan mampu menghindarkan mahasiswa dari pembelian impulsif melalui pola pikir yang kritis dan mempertimbangkan akibat.
2. Selain aspek pengetahuan mengenai ekonomi, faktor psikologis dalam diri mahasiswa dalam hal ini kemampuan mengontrol perilaku perlu dipertahankan dan ditingkatkan supaya mahasiswa tidak

mudah terbawa pengaruh untuk melakukan pembelian impulsif

3. Dalam upaya memperkokoh ilmu pengetahuan dengan penelitian serupa dimasa yang akan datang, peneliti hendaknya melakukan pengembangan variabel penelitian. Peneliti dimasa mendatang diharapkan mampu mengembangkan variabel agar lebih relevan dengan masalah yang dihadapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2019). Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 123. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44103>
- Balik, D., Abraham, F., & Tupamahu, S. (2020). Efek Moderasi Kontrol Diri pada Hubungan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif Online. *Public Policy*, 1(2)(2), 116–136.
- BPS. (2020). *Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas (rupiah) di Kota Surabaya, 2018 dan 2019*. BPS Kota Surabaya. %0ARata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas (rupiah) di Kota Surabaya, 2018 dan 2019
- Budiwati, N. (2014). *ANALISIS LITERASI EKONOMI DAN PERILAKU KONSUMEN (Survey pada Guru SMA di Kota Bandung)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Diba, D. S. (2013). PERANAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA REMAJA BERDASARKAN PERBEDAAN JENIS KELAMIN DI SAMARINDA. *Psikoborneo*, 1(3), 185–191.
- Efendi, R., Indartono, S., & Sukidjo. (2019). The Mediation of Economic Literacy on the Effect of Self Control on Impulsive Buying Behaviour Moderated by Peers. *International Journal of Economics and Financial Issues*. <https://doi.org/https://doi.org/10.32479/ijefi.7738>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.
- Fitrawaty, & Hasibuan, R. D. A. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Pensisikan Ekonomi Angkatan 2015 Di Fakultas Ekonomi Universitas

- Negeri Medan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 6(7), 21–27.
- G., M., & Shankar Bhakat, R. (2013). A Review of Impulse Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 5(3). <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n3p149>
- Gage, N. L., & Berliner, D. C. (1984). *Educational Psychology*. Houghton Mifflin.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. (2014). *Teori-Teori Psikologi*. Ar-ruzz.
- In'am, M. F., Suharyono, & Yulianto, E. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Survei pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian Impulsif di Distro 3Second Cabang Mall Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 36(1), 92–100.
- Khoer, M. I. (2020). *Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia Per Provinsi* (Issue September). Badan Pusat Statistik.
- Larasati, M. A., & Budiani, M. S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya Yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Psikologi*, 2(3), 1–8.
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling*, 3(2), 65–69.
- Mulyono, F. (2012). Faktor Demografis Dalam Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 92–109. <https://doi.org/10.26593/jab.v8i1.416>.
- Noneng, Supatminingsih, T., Inanna, Hasan, M., & Dinar, M. (2020). Pengaruh literasi ekonomi dan lingkungan sosial terhadap perilaku pembelian impulsif melalui online shop pada peserta didik kelas x jurusan ips di sma negeri 8 makassar. *INTELEKTIVA : JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 2(2), 94–104.
- Nuraeni. (2015). *PENGARUH LITERASI EKONOMI, KELOMPOK TEMAN SEBAYA DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF UNTUK PRODUK FASHION PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- O'Creevy, M. F., Dibb, S., & Furnham, A. (2018). ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES OF CHRONIC IMPULSIVE BUYING: CAN IMPULSIVE BUYING BE UNDERSTOOD AS DYSFUNCTIONAL SELFREGULATION? *Wiley Online Library*, 35(3). <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/mar.21078>
- 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). Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya, Kontrol Diri, Perilaku Pembelian Impulsi
- Rook, D. W., & Hoch, S. J. (1985). Consuming Impulses. *NA-Advances in Consumer Research*, 12, 23–27. <https://www.acrwebsite.org/volumes/6351/>
- Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i1.12795>
- Salsabila, R., & Nio, S. R. (2019). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum UBH Pengguna Shopee. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(4), 1–12. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jrp.v2019i4.7969>
- Suratno, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). *PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI, LITERASI EKONOMI, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (STUDI*. 2(4), 501–515.
- Suratno, S., Rosmiati, R., & Siswono, E. (2021). Pengaruh Online Shop , Lingkungan Teman Sebaya Dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Implusif. *Jmpis-Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 61–75.
- Uhaib, M. (2020). Economic Literacy Levels : A Case Study in Indonesian University. *Econder International Academic Journal*, 4(54189), 190–202. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/econder/issue/54189/750474>
- Utami, N. N. (2020). Analisis pemahaman ekonomi terhadap keputusan pembelian impulsif. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 14(2).
- Wastald, W. B., Rebeck, K., & Butters, R. B. (2013). *TEST OF ECONOMIC LITERACY* (Fourth Edi). Council for Economic

Education.

Widhyanto, D. G., & Junaedi, M. S. (2016).
STUDI TIPE PERILAKU PEMBELIAN
IMPULSIF PADA KONSUMEN
GENERASI Y. *Jurnal Universitas Atma Jaya
Yogyakarta*, 1–15.