

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Konformitas**

###### **2.1.1.1 Pengertian Konformitas**

Menurut Khandelwal et al., (2018:2) konformitas secara umum didefinisikan sebagai kecenderungan anggota kelompok untuk mematuhi norma yang ada dan membentuk norma kelompok.

Menurut Sartika & Yandri (2019) konformitas adalah salah satu jenis sosial pengaruh dimana individu mengubah sikap mereka dan perilaku untuk menyesuaikan norma sosial yang ada.

Menurut Vatmawati (2019:58) konformitas adalah fenomena sosial dimana terdapat perubahan perilaku individu yang menampilkan perilaku tertentu karena dipengaruhi oleh individu lain. Individu tersebut berperilaku tidak sesuai dengan apa yang ingin dilakukannya tetapi berperilaku seperti individu lain agar dapat bersosialisasi dan diterima dalam kehidupan sosial ditempat dimana individu tersebut berada.

Menurut Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015:148) konformitas adalah perubahan persepsi, opini dan perilaku individu berdasarkan informasi yang diberikan kelompok sehingga konsisten dengan norma kelompok dan dilakukan sebagai bentuk penyesuaian terhadap aturan kelompok karena adanya tekanan baik

yang nyata maupun yang hanya dibayangkan dengan tujuan agar dapat diterima menjadi bagian dari kelompok tersebut.

Menurut Myers D. G., & Twenge, J. M. (2012) dalam Rahmatika, A. F., & Kusmaryani, R. E. (2020:178) konformitas adalah perubahan perilaku atau tindakan yang disebabkan dengan tekanan dari kelompok. Individu dapat terpengaruh melalui proses tidak sadar atau langsung melalui tekanan teman sebaya. Individu sering melakukan konformitas untuk mendapatkan rasa aman. Kebanyakan orang berperilaku menurut norma-norma sosial dengan menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk sesuai. Norma sosial ini cenderung mempengaruhi perilaku seseorang jika relevan dengan dirinya. Keseluruhan, individu merasa jauh lebih nyaman ketika melakukan atau memiliki kesamaan dengan teman atau keluarga daripada ketika mereka berbeda.

Maka dapat disimpulkan pengertian yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli diatas bahwa konformitas merupakan pengaruh sosial yang dirasakan didalam kelompok dan dapat mempengaruhi keputusan individu didalam kelompok.

#### **2.1.1.2 Indikator Konformitas**

Berdasarkan beberapa ahli yang telah memaparkan indicator mengenai konformitas, maka penulis memutuskan untuk menggunakan indicator yang digunakan oleh Khandelwal et al., (2018:7) yang terdapat dalam jurnal “*E-Consumer Conformity And It's Impact On Consumer Attitude*”.

Tabel 2.1 Indikator-Indikator Konformitas

No	Referensi	Indicator
1.	E-Consumer Conformity And Its Impact On Consumer Attitude  <b>Khandelwal et al., (2018)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterlibatan (<i>Involvement</i>)</li> <li>2. Motivasi (<i>Motivation</i>)</li> <li>3. Harga Diri (<i>Self-Esteem</i>)</li> </ol>
2.	Hubungan Konformitas Siswa Dengan Pengambilan Keputusan Karir  <b>Vatmawati (2019)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketaatan</li> <li>2. Informasi</li> <li>3. Kekompakan</li> <li>4. Kesepakatan</li> </ol>
3.	Pengaruh layanan bimbingan kelompok terhadap konformitas  <b>Sartika M &amp; Yandri H(2019)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perasaan ingin dekat dengan anggota kelompok</li> <li>2. Pengakuan terhadap kelompok</li> <li>3. Penyesuaian dengan anggota kelompok</li> <li>4. Perhatian yang ditunjukkan kepada kelompok</li> <li>5. Kepercayaan pada pendapat kelompok</li> <li>6. Kesetaraan pendapat diantara anggota kelompok</li> <li>7. kepatuhan individu untuk mengambil tindakan</li> <li>8. kesediaan individu melakukan tindakan sesuai dengan harapan kelompok</li> </ol>

1. Menurut Khandelwal et al., (2018:7) terdapat indikator konformitas pengaruh normatif, yaitu :

1. Keterlibatan (*Involvement*)

Keterlibatan atau *involvement* dalam konformitas diartikan sebagai keterlibatan suatu individu dalam sebuah kelompok atau

perkumpulan yang telah dibentuk sebelumnya. Individu dapat dikatakan sebagai anggota apabila individu tersebut terlibat dalam segala aktivitas maupun kegiatan yang diselenggarakan atau dibuat oleh anggota kelompok tersebut.

## 2. Motivasi (*Motivation*)

Menurut Losh dan Kahle dalam (Khandelwal et al., 2018) bahwa konformitas terhadap norma kelompok didorong secara internal dipengaruhi oleh motivasi (*conformity motivation*). Yang dimaksud dalam hal tersebut ialah termotivasinya suatu individu atau kelompok untuk bergabung dan mengikuti segala norma atau kegiatan yang berlaku didalam kelompok itu sendiri.

## 3. Harga Diri (*Self-Esteem*)

Harga diri atau *self-esteem* dalam konformitas merupakan suatu bentuk apakah individu tersebut merasa diakui atau tidak dalam terbentuknya sebuah kelompok tersebut atau tidak.

## 2. Menurut Vatmawati (2019:63) terdapat indikator-indikator konformitas yaitu :

### 1. Ketaatan,

Ketaatan dalam konformitas merujuk pada sikap atau perilaku individu yang sesuai dengan aturan, norma, dan nilai-nilai sosial yang ada di lingkungan atau kelompok tertentu. Ketaatan ini biasanya dilakukan oleh individu dengan tujuan untuk menjaga keharmonisan suatu kelompok, memenuhi ekspektasi kelompok,

dan mematuhi segala peraturan yang telah ditetapkan oleh kelompok.

2. Informasi,

Dalam konteks konformitas, informasi diberikan untuk tujuan mempengaruhi individu agar sesuai dengan kelompok atau norma yang berlaku. Informasi ini dapat berupa data objektif, informasi verbal, atau pesan persuasif yang digunakan untuk meyakinkan individu agar bertindak atau berpikir secara sesuai dengan standar yang disesuaikan.

3. Kekompakan, dan

Kekompakan dalam konformitas merujuk pada kemampuan anggota kelompok untuk secara seragam mengikuti norma dan aturan yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan kesatuan dalam sikap, perilaku, dan tujuan yang sama diantara anggota kelompok. Kekompakan dalam konformitas diharapkan akan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kerjasama kelompok dalam mencapai tujuan bersama.

4. Kesepakatan.

Maksud dari kesepakatan adalah mencapai persetujuan yang sejalan dengan norma, keputusan kelompok, atau tekanan sosial yang ada. Kesepakatan ini dapat terjadi secara sukarela jika individu yakin dan setuju dengan pandangan atau tindakan tersebut, atau dapat juga

terjadi sebagai akibat dari tekanan sosial atau kebutuhan untuk diterima oleh kelompok.

3. Menurut Sartika M & Yandri H (2019:136-143) terdapat indikator-indikator konformitas yaitu :

1. Perasaan ingin dekat dengan anggota kelompok

Hal tersebut dikarenakan ingin mendapatkan pengakuan dari anggota kelompok tersebut.

2. Pengakuan terhadap kelompok,

Hal tersebut muncul dalam diri individu karena ingin dekat dengan anggota kelompok lainnya agar terbiasa dengan segala kegiatan yang dilakukan oleh kelompok itu sendiri.

3. Penyesuaian dengan anggota kelompok,

Penyesuaian individu dengan anggota kelompok atau norma-norma sosial yang ada dalam kelompok tersebut. Hal tersebut menggambarkan tingkat dimana individu mematuhi atau mengikuti perilaku yang diharapkan atau dianggap benar oleh kelompok tempatnya berada.

4. Perhatian yang ditunjukkan kepada kelompok,

Mengacu pada perhatian yang ditunjukkan seseorang terhadap kelompok atau norma yang ada dalam suatu lingkungan sosial. Orang yang memperlihatkan hal tersebut cenderung menyesuaikan perilaku atau sikap mereka dengan harapan kelompok atau norma

tersebut dapat diterima dan dianggap sebagai anggota yang sesuai dan diakui dalam lingkungan tersebut.

5. Kepercayaan pada pendapat kelompok,

Dalam hal konformitas, kepercayaan pada pendapat kelompok menjadi factor utama yang mempengaruhi konformitas. Namun, penting untuk diingat bahwa konformitas tidak selalu berarti mengabaikan pemikiran individu atau berperilaku tanpa pemikiran kritis. Beberapa orang mungkin secara sadar memilih untuk mengikuti pendapat kelompok karena mereka meyakini bahwa kelompok tersebut memiliki pengetahuan atau pengalaman yang lebih baik dalam suatu bidang tertentu.

6. Kesetaraan pendapat diantara anggota kelompok,

Terdapat ketergantungan antara individu dengan anggota kelompok lainnya sehingga kesetaraan pendapat dibutuhkan dalam kelompok tersebut.

7. Kepatuhan individu untuk mengambil tindakan, dan

Adanya ancaman atau imbalan dari kelompok dalam mematuhi segala norma-norma yang berlaku atau peraturan yang diterapkan dalam kelompok itu sendiri.

8. Kesiediaan individu melakukan tindakan sesuai dengan harapan kelompok

Hal tersebut dikarenakan adanya ancaman atau imbalan dari kelompok tersebut sehingga individu yang tergabung dalam suatu

kelompok memiliki kesediaan untuk melakukan suatu hal dengan tujuan yang diharapkan oleh kelompok tersebut.

## **2.1.2 Pembelian Impulsif**

### **2.1.2.1 Pengertian Pembelian Impulsif**

Menurut Effendi et al (2020:26) pembelian impulsif didefinisikan sebagai perilaku pembelian yang tidak direncanakan dengan ciri pengambilan keputusan relatif cepat dan hasrat untuk dapat memiliki. Pembelian seperti ini digambarkan lebih menggairahkan, tidak disengaja, dan sulit untuk dihindari dibandingkan dengan perilaku pembelian terencana.

Menurut Dwi Santy (2018:10) pembelian impulsif dapat dikatakan sebagai kegiatan konsumen untuk menghabiskan uang yang tidak terkontrol, kebanyakan pada barang-barang yang tidak diperlukan.

Menurut Aragoncillo & Orus (2018), pembelian impulsif didefinisikan sebagai pembelian yang tidak direncanakan, tiba-tiba, dan dorongan spontan untuk membeli, yaitu tidak cermat dalam menilai produk dan konsekuensi dari pembelian setelahnya.

Menurut Pratomo D & Ermawati L (2019:243) pembelian impulsif merupakan pembelian yang tidak direncanakan, yang dikarakteristikan oleh pengambilan keputusan yang cenderung cepat, kompleksitas hedonis dan lebih banyak pengaruh emosionalnya, dan tidak disertakan dari pembelian yang mengingatkan kita pada suatu benda tertentu untuk memenuhi rencana tertentu, seperti membeli hadiah untuk orang lain.



Menurut Rahmadana N.M.S (2016:686) *impulse buying* adalah perilaku orang yang di mana orang tersebut tidak merencanakan sesuatu dalam berbelanja. Konsumen yang melakukan *impulse buying* tidak berpikir untuk membeli produk atau merek tertentu. Mereka langsung melakukan pembelian karena ketertarikan pada merek atau produk saat itu juga. *Impulse buying* sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, reflek, tiba-tiba, dan otomatis. Dengan demikian *impulse buying* merupakan sesuatu yang alamiah dan merupakan reaksi yang cepat.

Menurut Rozaini N & Ginting B.A (2019:3) pembelian impulsif adalah perilaku membeli konsumen dimana konsumen tersebut melakukan pembelian tanpa adanya perencanaan, terjadi dengan tiba-tiba, dan keinginan yang kuat untuk membeli sesuatu dengan segera tanpa adanya suatu pertimbangan untuk akibat yang akan dihadapi. Sehingga konsumen tidak lagi berpikir rasional dalam perilaku pembelian.

#### **2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif**

Menurut Loudon D. L. & Bitta, A. J (2003:35) dalam Pratomo D & Ermawati L (2019:245) terdapat faktor yang memengaruhi perilaku pembelian impulsif, yaitu sebagai berikut :

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 massa dan self-service outlet. Ketersediaan informasi secara langsung berhubungan dengan produk yang dipasarkan. Pemasangan iklan, barang yang dipamerkan, websites, penjaga toko, paket-paket, adanya discount, dan sumber yang bebas informasi konsumen menjadi daya tarik tersendiri; posisi barang yang dipamerkan dan lokasi toko yang strategis dapat mempengaruhi pembelian impulsif. Kunjungan ke toko membutuhkan waktu, energi, dan uang, jarak kedekatan dari toko seringkali memberikan pengaruh terhadap konsumen dalam hal pembelian.
3. Karakteristik konsumen yang mempengaruhi pembelian impulsif meliputi; kepribadian, demografis yang terdiri dari gender, usia, status perkawinan, pekerjaan dan Pendidikan dan yang terakhir adalah karakteristik sosio-ekonomi yang mempengaruhi tingkat pembelian impulsif.

### **2.1.2.3 Indikator Perilaku Pembelian Impulsif**

Berdasarkan beberapa ahli yang telah memaparkan indicator mengenai konformitas, maka penulis memutuskan untuk menggunakan indicator yang digunakan oleh Aragoncillo & Orus (2018) yang terdapat dalam jurnal “Perilaku Pembelian Impulsif: Perbandingan *online-offline* dan dampak media sosial”.

Tabel 2.2 Indikator-Indikator Perilaku Pembelian Impulsif

No	Referensi	Indikator
1.	Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word Of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee  <b>Effendi et, all (2020:29)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencoba produk baru</li> <li>2. Menyenangkan orang lain</li> <li>3. Diskon dalam berbelanja</li> </ol>
2.	Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair  <b>Amanah D &amp; Pelawi S.P (2015:11)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian tanpa direncanakan sebelumnya</li> <li>2. Pembelian tanpa berpikir akibatnya</li> <li>3. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional</li> <li>4. Pembelian dipengaruhi penawaran terbaik</li> </ol>
3.	Perilaku Pembelian Impulsif: Perbandingan <i>online-offline</i> dan dampak media sosial  <b>Aragoncillo &amp; Orus (2018)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak memikirkan &amp; mempertimbangkan penggunaan barang,</li> <li>2. Tidak merencanakan sebelum membeli barang,</li> <li>3. Tidak membandingkan produk yang diinginkan dengan produk lainnya,</li> <li>4. Ada perasaan senang dan kepuasan sesaat ketika melihat atau setelah melakukan pembelian,</li> <li>5. Ada dorongan batin yang kuat untuk segera berbelanja, dan</li> <li>6. Ada dorongan untuk berbelanja karena melihat barang dalam kondisi tertentu.</li> </ol>

1) Menurut Effendi et, all (2020:29) terdapat beberapa indikator yaitu :

1. Mencoba produk terbaru,

Bentuk tindakan pembelian impulsif karena biasanya dilakukan tanpa adanya perencanaan sebelumnya. Seseorang dapat tergoda untuk mencoba produk baru berdasarkan iklan atau promosi yang

menarik tanpa mempertimbangkan apakah produk itu benar-benar dibutuhkan atau memiliki kualitas yang baik.

2. Menyenangkan orang lain, dan

Hal tersebut berarti merujuk pada individu yang ingin memberikan kebahagiaan atau kenikmatan kepada orang yang didekatinya. Dalam konteks ini, pembelian impulsif dapat menjadi cara untuk mengekspresikan kasih sayang, apresiasi, atau mendapatkan perhatian oranglain.

3. Diskon dalam berbelanja.

Mengacu pada pengurangan harga atau penawaran khusus yang diberikan oleh pengecer kepada konsumen. Dalam konteks pembelian impulsif, diskon dapat menjadi salah satu pemicu atau factor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian tanpa berpikir secara rasional.

2) Menurut Amanah D & Pelawi S.P (2015:11) terdapat beberapa indikator yaitu :

1. Pembelian tanpa direncanakan sebelumnya,

Orang yang melakukan pembelian impulsif cenderung tidak mempertimbangkan secara matang dan rasional mengenai kebutuhan, manfaat, atau konsekuensi dari pembelian tersebut.

2. Pembelian tanpa berpikir akibatnya,

Pembelian impulsif tanpa berpikir akibatnya biasanya dilakukan secara mendadak dan seringkali dipengaruhi oleh dorongan emosional atau *impuls momentary*.

3. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional, dan

Tindakan pembelian yang dipengaruhi oleh emosi dan kurang melibatkan pertimbangan rasional.

4. Pembelian dipengaruhi penawaran terbaik.

Penawaran terbaik seperti diskon besar-besaran, potongan harga, atau promo menarik lainnya dapat membuat konsumen merasa seperti kehilangan kesempatan untuk memperoleh produk dengan harga yang lebih murah atau keuntungan lainnya.

3) Menurut Aragoncillo & Orus (2018) terdapat beberapa indikator yaitu :

1. Tidak memikirkan dan mempertimbangkan penggunaan barang,

Pembelian impulsif seringkali dilakukan secara spontan, tanpa merencanakan sebelumnya atau melibatkan pertimbangan terhadap kebutuhan, kualitas, harga atau fungsi barang yang akan dibeli

2. Tidak merencanakan sebelum membeli barang,

Perilaku dimana seseorang membeli barang tanpa perencanaan sebelumnya atau tanpa mengambil waktu untuk mempertimbangkan kebutuhan atau konsekuensi jangka panjang dari pembelian tersebut.

3. Tidak membandingkan produk yang diinginkan dengan produk lainnya,

Perilaku individu yang dilakukan tanpa mempertimbangkan secara seksama produk yang diinginkan dengan produk lainnya. Artinya, ketika seseorang melakukan pembelian impulsive, mereka tidak membandingkan produk yang diinginkan dengan alternatif atau opsi lain yang tersedia di pasaran.

4. Ada perasaan senang dan kepuasan sesaat ketika melihat atau setelah melakukan pembelian,

Mengacu pada perasaan senang dan kepuasan sesaat yang muncul saat melihat atau melakukan pembelian tanpa perencanaan atau pertimbangan yang matang.

5. Ada dorongan batin yang kuat untuk segera berbelanja, dan  
Dorongan batin yang kuat untuk segera berbelanja tanpa pertimbangan yang matang atau tanpa rencana sebelumnya. Pembelian ini dilakukan secara spontan dan cenderung tidak terencana.

6. Ada dorongan untuk berbelanja karena melihat barang dalam kondisi tertentu.

Hal ini umumnya dipicu oleh dorongan kuat atau perasaan tertarik yang muncul saat seseorang melihat barang dalam kondisi tertentu.

### **2.1.3 Kontrol Diri**

#### **2.1.3.1 Pengertian Kontrol Diri**

Menurut Hermin Nainggolan (2022:816) kontrol diri merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan dan berfungsi untuk mendorong penghematan serta menekan pembelian impulsif yang memiliki tujuan untuk kesenangan semata.

Menurut Nisa C.L & Arief S (2019:14) kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam membaca situasi diri dan lingkungan. Individu dengan tingkat kontrol diri yang tinggi akan melihat dirinya mampu mengendalikan segala sesuatu yang berhubungan dengan perilakunya, dan ketika pengendalian diri rendah, dia tidak akan bisa mengendalikan semuanya.

Menurut Marsela R.D & Supratna M (2019:152) kontrol diri dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu tersebut ke arah konsekuensi positif serta merupakan salah satu kemampuan yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama melakukan proses perubahan dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat dilingkungan sekitarnya.

Menurut Valikhani et al., (2019) kontrol diri adalah situasi yang meliputi kemampuan untuk mengubah perilaku, kemampuan individu untuk mengelola informasi yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan apa yang diyakini.

Menurut Setiawan I & Mugiarto H (2021:31) kontrol diri merupakan kemampuan atau kecakapan seseorang dalam mengendalikan tingkah laku dengan cara menahan, menekan, mengatur atau mengarahkan dorongan keinginan dengan berbagai pertimbangan agar pengambilan keputusan yang salah dapat dihindari, sehingga tujuan individu dapat tercapai tanpa melanggar norma yang berlaku

Maka dari pengertian beberapa ahli yang telah dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri adalah suatu perilaku yang dirasakan oleh individu yang memiliki arti apakah individu tersebut dapat mengontrol pengeluaran secara berlebih atau tidak, membeli produk yang sedang dibutuhkan atau tidak, dan mengarahkan perilaku individu ke arah kontrol diri secara positif atau mengarahkan perilaku individu ke arah kontrol diri secara negatif.

### **2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri**

Menurut Gunawan, L. N. (2017:19). mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri adalah sebagai berikut :

1. Faktor internal

Dimana usia mempengaruhi kontrol diri seseorang. Semakin bertambah usia seseorang maka semakin baik kemampuan mengontrol diri.

2. Faktor eksternal

Lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Orang tua yang menerapkan disiplin kepada anaknya secara intens sejak dini dan orang tua tetap



konsisten terhadap semua konsekuensi, sikap kekonsistenan ini akan diinternalisasikan anak dan akan menjadi kontrol diri baginya

### 2.1.3.3 Indikator Kontrol Diri

Berdasarkan beberapa ahli yang telah memaparkan indikator mengenai konformitas, maka penulis memutuskan untuk menggunakan indikator yang digunakan oleh Hermin Nainggolan (2022:816) yang terdapat dalam jurnal “Perilaku Pembelian Impulsif: Perbandingan *online-offline* dan dampak media sosial”.

*Tabel 2.3 Indikator-Indikator Kontrol Diri*

No	Referensi	Indikator
1.	Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol diri dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumfit pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan  <b>Hermin Nainggolan (2022)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merencanakan sebelum membeli</li> <li>2. Membandingkan harga sebelum membeli</li> <li>3. Mempertimbangkan kegunaan barang</li> <li>4. Berpikir sebelum membeli barang yang sama</li> <li>5. Membeli barang yang sedang dibutuhkan</li> </ol>
2.	<i>Psychometric Properties of Dispositional Self-Regulation Scale in Iranian Population and Predicting Inhibitory/Initiatory Self-Control on the Basis of It</i>  <b>Valikhani et al., (2019)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan mengendalikan</li> <li>2. Kemampuan untuk mengatur rangsangan</li> <li>3. Kemampuan untuk mempertimbangkan keadaan</li> <li>4. Kemampuan menilai situasi</li> <li>5. Kemampuan untuk memilih tindakan</li> </ol>

3.	<p style="text-align: center;">Konseling Kelompok Berbasis <i>Cybercounseling</i> Pendekatan <i>Rational Emotive Behaviour Theraphy</i> (REBT) Untuk Meningkatkan Kontrol Diri Siswa</p> <p style="text-align: center;"><b>Setiawan I &amp; Mugiarto H (2021:34)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Individu mampu mengontrol perilaku</li> <li>2. Individu mampu mengontrol stimulus</li> <li>3. Individu mampu mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian</li> <li>4. Individu mampu menafsirkan peristiwa atau kejadian</li> <li>5. Individu mampu mengambil keputusan</li> </ol>
----	--	--

1) Menurut Hermin Nainggolan (2022:816) terdapat indikator-indikator

kontrol diri yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Merencanakan sebelum membeli

Mempersiapkan langkah-langkah atau strategi sebelum memutuskan melakukan pembelian barang atau jasa. Hal ini dilakukan agar keputusan pembelian dapat dilakukan dengan lebih bijak dan efektif, menghindari pemborosan atau kerugian finansial. Merencanakan sebelum membeli juga bisa membantu mengidentifikasi kebutuhan yang sebenarnya dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti budget, kualitas, dan fitur-fitur yang diperlukan sehingga bisa memilih produk atau layanan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan.

2. Membandingkan harga sebelum membeli

Melakukan pengecekan pada harga barang atau jasa yang ingin dibeli pada beberapa tempat atau toko sebelum melakukan transaksi pembelian. Dengan membandingkan harga, pembeli dapat mengetahui harga yang paling murah atau yang paling sesuai dengan budget yang dimiliki. Hal ini juga dapat membantu pembeli untuk menghindari penipuan dan memperoleh produk atau layanan dengan kualitas dan harga yang terbaik.

3. Mempertimbangkan kegunaan barang

Mempertimbangkan apakah barang tersebut dapat digunakan atau dimanfaatkan secara efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan atau tujuan yang diinginkan. Penting untuk mempelajari apakah barang yang akan dibeli atau digunakan dapat memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan yang tepat. Selain itu, juga penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas barang, bahan, daya tahan, dan harga untuk memastikan bahwa barang tersebut memberikan nilai yang sepadan dengan uang yang dikeluarkan.

4. Berpikir sebelum membeli barang yang sama

Melakukan pertimbangan secara matang dan bijak sebelum memutuskan untuk membeli barang yang sama. Hal ini dilakukan untuk menghindari pembelian yang impulsif atau tidak perlu, serta untuk mengevaluasi apakah produk yang akan

dibeli memang benar-benar dibutuhkan atau tidak. Dengan berpikir lebih dulu sebelum membeli, seseorang dapat menghemat pengeluaran dan menghindari pemborosan.

5. Membeli barang yang sedang dibutuhkan

Melakukan pembelian atas barang yang benar-benar diperlukan pada saat itu. Dalam kata lain, membeli barang yang sedang dibutuhkan artinya membeli barang yang akan berguna untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau untuk menyelesaikan suatu tugas atau proyek tertentu. Tujuannya adalah agar tidak terjadi pemborosan atau pembelian barang yang tidak perlu, sehingga menghemat pengeluaran dan waktu.

2) Menurut Valikhani et al., (2019), terdapat indikator-indikator kontrol diri yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Kemampuan mengendalikan,

Merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengatur emosi dan keinginan mereka sendiri serta mengendalikan impuls dan dorongan yang mungkin muncul dalam situasi tertentu.

2. Kemampuan untuk mengatur rangsangan,

Merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengendalikan diri dan merespons dengan tepat terhadap rangsangan eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi perilaku mereka. Perilaku tersebut melibatkan aturan mengenai emosi, keinginan, dan respons terhadap situasi tertentu. Hal tersebut melibatkan

kemampuan untuk menahan diri dari membuat keputusan impulsif atau merespons secara emosional yang dapat mengganggu kehidupan sehari-hari.

3. Kemampuan untuk mempertimbangkan keadaan,

Kemampuan seseorang untuk mengenali dan memahami konteks atau situasi yang ada sebelum individu melakukan tindakan atau mengambil keputusan. Dalam perilaku kontrol diri, seseorang perlu mampu merenungkan situasi sebelum merespons atau bertindak, dan mampu mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan dalam pengambilan keputusan.

4. Kemampuan menilai situasi, dan

Kemampuan individu untuk menganalisis dan memahami situasi yang dihadapi dengan objektif dan rasional. Kemampuan ini melibatkan kemampuan individu untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi situasi, melihat konsekuensi dari tindakan yang mungkin diambil, dan mengevaluasi pilihan-pilihan yang tersedia.

5. Kemampuan untuk memilih tindakan

Merujuk pada kemampuan seseorang untuk secara aktif memilih dan melaksanakan tindakan yang dianggap tepat dan sesuai dalam situasi tertentu. Kemampuan ini mencakup kesadaran diri dan kemampuan untuk mengendalikan impuls, emosi, dan

keinginan yang mungkin mengganggu perilaku atau mengarah ke tindakan yang tidak diinginkan.

3) Menurut Setiawan I & Mugiarto H (2021:34) terdapat beberapa indikator kontrol diri yaitu :

1. Individu mampu mengontrol perilaku,

Kemampuan seseorang untuk mengendalikan dan mengatur tindakan, emosi, dan reaksi diri sesuai dengan keinginan dan nilai-nilai yang dimiliki. Hal ini melibatkan kesadaran diri tentang apa yang sedang kita lakukan atau rasakan, serta kemampuan untuk menahan diri dari tindakan atau reaksi yang tidak sesuai.

2. Individu mampu mengontrol stimulus,

Individu memiliki kemampuan untuk mengatur atau mengendalikan rangsangan eksternal atau internal yang dapat mempengaruhi perilaku sesuai dengan tujuan atau nilai-nilai yang diinginkan. Hal ini melibatkan pilihan sadar untuk menghindari atau menunda segala sesuatu dan mengambil tindakan yang lebih sesuai dengan tujuan jangka panjang individu.

3. Individu mampu mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian,

Kemampuan seseorang untuk merencanakan atau memprediksi apa yang mungkin terjadi di masa depan serta melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi atau mengelola peristiwa tersebut. Individu yang memiliki kontrol

diri yang baik mampu melihat dan memahami situasi-situasi yang mungkin terjadi, serta mampu mengambil tindakan yang sesuai untuk mengantisipasi dan menghadapinya.

4. Individu mampu menafsirkan peristiwa atau kejadian, dan Kemampuan seseorang untuk memahami dan memberikan penjelasan terhadap peristiwa atau kejadian yang terjadi di sekitarnya. Individu dapat menggunakan pengetahuan, pengalaman, keyakinan, dan perspektif mereka sendiri dalam proses penafsiran tersebut.

5. Individu mampu mengambil keputusan.

Individu memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan secara mandiri dan bertanggungjawab atas pilihan yang diambil. Individu yang memiliki kontrol diri dapat mengendalikan emosi, mengontrol impuls, dan membuat keputusan yang didasarkan pada pertimbangan rasional.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Peneliti memasukkan beberapa penelitian terdahulu untuk melihat persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu diharapkan memberikan gambaran atau originalitas temuan. Maka dari itu peneliti melakukan kajian terhadap beberapa penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan dengan variabel yang sedang diteliti melalui beberapa jurnal yang telah dikumpulkan oleh peneliti.

Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu

No	Penulis/Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Egi Vizya A, Dedi Setiawan & Okuard M / (2021)  e-ISSN (2654-7244) p-ISSN (2656-0011)	Relationship of Conformity with Adolescent Impulsion Buying Behavior on Fashion Products in Marketplace with Self-Control as a Moderating Variable	Hasil penelitian menemukan bahwa variabel konformitas secara simultan berpengaruh terhadap variabel pembelian impulsif	Menggunakan variabel X yaitu Konformitas, variabel Y yaitu Perilaku Pembelian Impulsif dan variabel Z yaitu Kontrol Diri sebagai variabel pemoderasi	Unit penelitian berbeda.
2	Dira Sarah Diba / (2013)  e-ISSN (2477-2674) p-ISSN (2477-2666)	Peranan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif pada Remaja Berdasarkan Jenis Kelamin di Samarinda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang signifikan antara control diri terhadap pembelian impulsif	Menggunakan variabel Z yaitu Kontrol Diri dan variabel Y yaitu Pembelian Impulsif	Variabel X dan Unit penelitian berbeda.
3	Febriana Hidayanti, Naelati Tubastuvi, Wida Purwidiyanti, & Hermin Endratno / (2023)  e-ISSN (2614-1280) p-ISSN (2622-4771)	The Influence Of Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, And Peer Conformity On Student's Consumptive Behavior	Hasil penelitian menunjukkan bahwa control diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan konformitas berpengaruh positif dan signifikan	Menggunakan variabel X3 yaitu Kontrol Diri, variabel X4 yaitu Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Variabel X1, X2 dan unit penelitian berbeda.



No	Penulis/Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4	Aghesna Fadhila R & Rosita Endang K / (2020)  e-ISSN (2476-9061) p-ISSN (2087-1236)	Relationship Between Conformity And Consumptive Behavior In Female Adolescents	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif	Menggunakan variabel X2 yaitu Konformitas dan variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif.	Variabel X1 dan Unit Penelitian berbeda.
5	Chodryna Latifun Nisa & Sandy Arief / (2019)  e-ISSN (2714-9714)	The Impact of Self-Control, Self-Esteem and Peer Environment on Online Shopping Consumptive Behavior	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara control diri, harga diri dan lingkungan teman sebaya pada belanja online konsumtif perilaku secara bersamaan atau sebagian.	Menggunakan variabel X1 yaitu Kontrol Diri dan variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif.	Variabel X2 dan Unit Penelitian berbeda.
6	Valen Florenci B, M. Dinah C L & M.K.P Abdi Keraf / (2021)  e-ISSN (2685-2314)	Self-Control with Online Shopping Consumptive Behavior in Young Women in Oesapa Village	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif	Menggunakan variabel X1 yaitu Kontrol Diri dan variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif.	Variabel X2 dan Unit Penelitian berbeda.

No	Penulis/Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7	Lahmuddin Lubis, Abdillah & Hasni Khaidirali L / (2020)  e-ISSN (2580-6777) p-ISSN (2580-6785)	The Relationship Of Self-Control And Conformity With Consumptive Behavior Of Network Computer Engineering Student At SMK Negeri 2 Binjai	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengendalian diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif	Menggunakan variabel X1 yaitu Pengendalian Diri, variabel X2 yaitu Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Variabel X2, X4, Y dan Unit Penelitian berbeda.
8	Aida Fahkrunnisa Nuhdi Alwi & Siti Nurina Hakim, S.Psi., M.Si / (2023)  p-ISSN (1858-4063) e-ISSN (2503-0949)	The Relationship Between Lifestyle and Conformity With Consumption Behavior in Adolescents	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif	Menggunakan variabel X2 yaitu Konformitas dan variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif.	Variabel X1 dan Unit Penelitian berbeda.
9	Aisyah Dzakiyyah, Ari Saptono & Aditya Pratama / (2022)  e-ISSN (2809-6851) p-ISSN (2809-6851)	The Effect Of Financial Literacy And Self-Control On The Consumptive Behavior Of State Senior High School Student In East Jakarta	Hasil penelitian ini terdapat pengaruh langsung kontrol diri pada perilaku konsumtif dan kontrol diri mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif	Menggunakan variabel X2 yaitu Kontrol Diri dan variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif.	Variabel X1 dan Unit Penelitian berbeda.

No	Penulis/Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
10	Hesi Eka Puteri, Niyara Arinda, Sandra Dewi & Guspita Sari / (2022)  e-ISSN (2736-5522)	Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri adalah prediktor yang baik untuk konsumtif kontrol perilaku pada tingkat sedang. Kontrol Diri dapat meningkatkan konsumtif kontrol perilaku pada siswa	Menggunakan variabel X1 yaitu Kontrol Diri dan variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif.	Unit Penelitian berbeda.
11	Putu Sokalia Anjani dan Dewi Puri Astuti / (2020)  e-ISSN (2654-4024) p-ISSN (2654-4024)	Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar Animasi Jepang (Anime) di Denpasar	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri dan konformitas tidak memiliki hubungan secara simultan dengan perilaku konsumtif, kontrol diri tidak memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif,	Menggunakan variabel X1 yaitu Pengendalian Diri, variabel X2 yaitu Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Unit penelitian berbeda.

No	Penulis/Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
12	Revina Yustika L & Sri Lestari / (2023)  e-ISSN (1693-1976) p-ISSN (1693-1076)	Kontrol Diri dan Konformitas Sebagai Prediktor Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berbelanja di E-Commerce	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri dan konformitas mampu memprediksi perilaku konsumtif mahasiswa di Jawa Tengah yang berbelanja menggunakan e-commerce.	Menggunakan variabel X1 yaitu Pengendalian Diri, variabel X2 yaitu Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Unit penelitian berbeda.
13	Khusnul Nur Khotimah dan Ratieh Widhiastuti / (2022)  P-ISSN (2723-4495) E-ISSN (2723-4487)	Peran Literasi Ekonomi Dalam Memoderasi Pengaruh Iklan dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif sebesar 25,20%	Menggunakan variabel X2 yaitu Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Variabel X1 dan unit penelitian berbeda.
14	Nilla Evangelistha Ndaru Lindratno & Muhammad Anasrulloh / (2022)  e-ISSN (2963-1181)	Pengaruh Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Tulungagung (Studi Kasus Pada Rumah Putih Coffee House)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup & control diri terhadap perilaku konsumtif	Menggunakan variabel X2 yaitu Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Variabel X1 dan unit penelitian berbeda.

No	Penulis/Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
15	Dara Ayu Nova Dezianti dan Fina Hidayati / (2021)  ISSN (2598-3075) e-ISSN (2614-2279)	Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial	Hasil penelitian menunjukkan mengenai pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan pada genera milenial menunjukkan adanya signifikansi yang positif.	Menggunakan Variabel X2 yaitu Konformitas dan Variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif.	Unit penelitian berbeda.
16	Dwi Nurhaini / (2018)  ISSN (2477-2666) E-ISSN (2477-2674)	Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis konsep diri dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif memiliki pengaruh yang sangat signifikan. Hal tersebut dapat terlihat dalam penggunaan gadget yang sudah banyak digunakan atau dikonsumsi oleh masyarakat.	Variabel X2 yaitu Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Variabel X1 dan Unit penelitian berbeda.

No	Penulis/Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
17	Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti W / (2016)  e-ISSN (2579-3780) p-ISSN (0216-7085)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi efektif.	Menggunakan variabel X2 yaitu Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Variabel X1 dan unit penelitian berbeda.
18	Riki Khrishananto dan Muhammad Ali Adriansyah / (2021)  p-ISSN (2477-2666) e-ISSN (2477-2674)	Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konformitas berpengaruh positif kepada perilaku konsumtif	Menggunakan variabel X2 yaitu Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Variabel X1 dan unit penelitian berbeda.
19	Hermin Nainggolan  e-ISSN (2599-3410) p-ISSN (2614-3259)	Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol diri dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan	Hasil penelitian menunjukkan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif	Menggunakan variabel X2 yaitu Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Variabel X1, X3 dan unit penelitian berbeda.

No	Penulis/Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
20	Khairinal Khairinal, Siti Syuhada & Rissa Stepani Sitinjak / (2022)  e-ISSN (2716-375X) p-ISSN (2716-3768)	Pengaruh Media Sosial, Konformitas, dan Pendidikan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMK 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konformitas berpengaruh positif kepada perilaku konsumtif siswa kelas XI Kota Jambi	Menggunakan variabel X2 yaitu Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebagai variabel Y.	Variabel X1 dan unit penelitian berbeda.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang membedakan dalam penelitian ini dan penelitian terdahulu terletak pada penggunaan variabel pendukung lainnya dan unit penelitian analisis yang digunakan oleh setiap penulis, seperti salah satu dalam penelitian yang dilakukan oleh Egi Vizya Adri, Dedi Setiawan & Okuard Methindo (2021) yang meneliti perilaku pada produk *fashion* di *marketplace*.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang diajukan untuk penelitian ini berdasarkan hasil pada telaah teoritis seperti yang telah diuraikan sebelumnya. Kerangka pemikiran, akan lebih memudahkan pemahaman dalam mencermati arah atau jalur pembahasan dalam penelitian ini, yang disertai dengan paradigma penelitian untuk memberikan gambaran secara lebih rinci dan jelas mengenai keterkaitan antar variabel penelitian yang digunakan. Kerangka pemikiran ini pun disusun

berdasarkan hasil pada telaah teoritis dan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti lainnya.

Pengaruh Konformitas seperti *involvement*, *motivation*, dan *self-esteem* yang dirasakan dapat membawa para anggota tersebut ke arah pembelanjaan yang bersifat positif sehingga tidak adanya pembelanjaan secara konsumtif yang menyimpang. Terdapat pula Kontrol Diri seperti merencanakan sebelum membeli, membandingkan harga sebelum membeli, mempertimbangkan kegunaan barang, berpikir sebelum membeli barang yang sama, dan membeli barang yang sedang dibutuhkan terhadap komunitas penggemar NCT Dream dapat membantu para anggotanya tersebut agar tidak melakukan pembelanjaan secara konsumtif yang mengarah kepada pembelanjaan yang bersifat negatif. Dengan memperhatikan perilaku Kontrol Diri, diharapkan komunitas tersebut dapat mempengaruhi pembelanjaan *merchandise* NCT Dream terutama pada anggota komunitas tersebut. Perilaku Pembelian Impulsif yang dilakukan oleh individu dengan tidak memikirkan dan mempertimbangkan penggunaan barang, tidak merencanakan sebelum membeli barang, tidak membandingkan produk yang diinginkan dengan produk lainnya, ada perasaan senang dan kepuasan sesaat ketika melihat atau setelah melakukan pembelian, ada dorongan batin yang kuat untuk berbelanja secara berlebihan, dan ada dorongan untuk berbelanja karena melihat barang dalam kondisi tertentu sehingga timbul rasa ingin melakukan pembelanjaan secara impulsif yang mengarah kepada perilaku yang negatif.



### 2.3.1 Keterkaitan Konformitas terhadap Perilaku Pembelian Impulsif

Penelitian yang dilakukan oleh Bandyopadhyay (2016) dimana terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku pembelian impulsif. Perilaku pembelian impulsif menjadi *trend* di kalangan remaja yang semakin beragam untuk tampil menarik. Semakin positif konformitas terhadap suatu kelompok, maka semakin tinggi juga perilaku pembelian impulsif pada individu tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Cengiz H (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku pembelian impulsif. Semakin tinggi konformitas, semakin tinggi perilaku pembelian impulsif yang dilakukan.

Tabel 2.5 Keterkaitan Variabel X terhadap Y

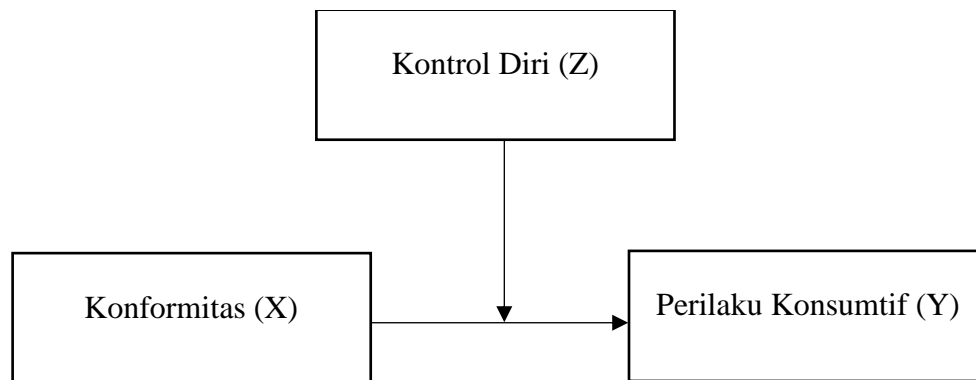


### 2.3.2 Keterkaitan Konformitas terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Pemoderasi

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Egi Vizya Adri, Dedi Setiawan & Okuard Methindo (2021), mengatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku pembelian impulsif. Selanjutnya, variabel moderasi dalam penelitian ini yaitu kontrol diri juga berpengaruh terhadap konformitas dan perilaku pembelian impulsif.

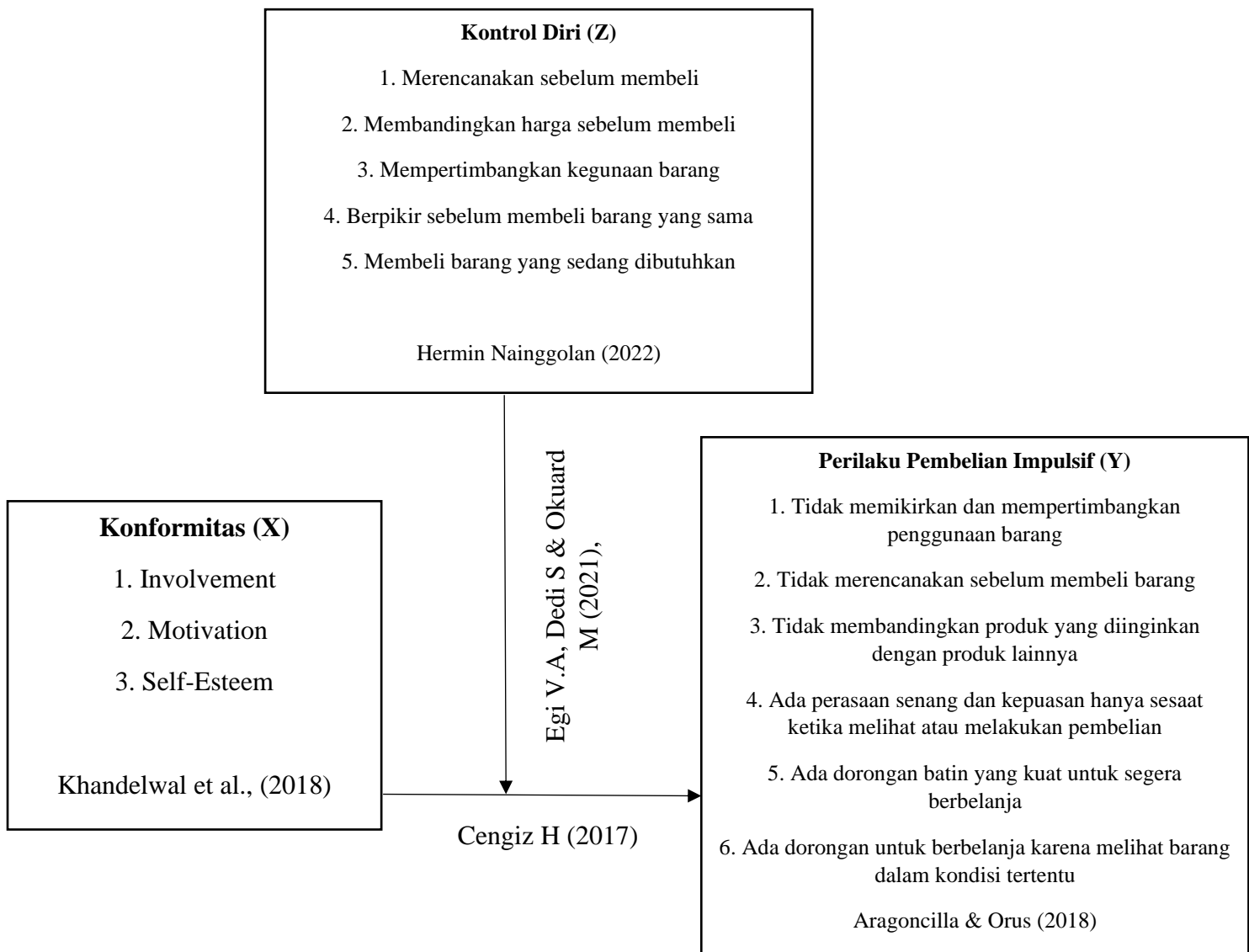
Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gea Yosita (2023), mengatakan bahwa konformitas berpengaruh dengan arah negatif yang artinya tidak signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif dengan dimoderasi oleh variabel kontrol diri. Dalam perspektif ekonomi perilaku pembelian kompulsif merupakan sifat konsumsi negatif seseorang yang dilakukan atas dorongan dalam diri seseorang sehingga dapat menimbulkan pemborosan dan pembelian berlebihan.

*Tabel 2.6 Keterkaitan Variabel X terhadap Y di Moderasi Z*



## 2.4 Paradigma Penelitian

Tabel 2.7 Paradigma Penelitian



## **2.5 Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2013:96) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Maka, sesuai dengan variable-variabel yang akan diteliti, berikut adalah hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

### **Hipotesis :**

- H1: Konformitas berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada komunitas penggemar NCT Dream.

### **Hipotesis Utama :**

- H2: Tidak terdapat pengaruh signifikan pada Konformitas terhadap Perilaku Pembelian Impulsif dengan Kontrol Diri sebagai variabel pemoderasi pada komunitas penggemar NCT Dream