Manajemen dan Kewirausahaan, 2026, 7(1), 49-64
E-ISSN 2774-6941
DOI Prefix 10.52682/mk.v7i1.13490

Pengaruh Kontrol Diri, Lingkungan Sebaya, dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Melody Store

Yuni Rawung[1], Wilson Bogar[2], Donald Rondonuwu[3]

[1,2] Manajemen, Universitas Negeri Manado, Indonesia

yunimrawung@gmail.com

Submitted : 20-04-2026
Revised : 27-05-2026
Accepted : 29-05-2026

How to cite:

Rawung, Y., Bogar, W., & Rondonuwu, D. (2026). Pengaruh Kontrol Diri, Lingkungan Sebaya, dan Konsep Diri Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Melody Store. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(1), 49-64.

https://doi.org/10.52682/mk.v7i1.13490

Copyright 2026 by authors

Licensed by Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

ABSTRAK

Penelitian ini menginvestigasi pengaruh kontrol diri, lingkungan sebaya, dan konsep diri terhadap perilaku pembelian impulsif konsumen Toko Melody Store pada demografi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Manado. Transformasi infrastruktur komersial yang pesat di kawasan urban telah memicu habitus belanja nir-rencana, sehingga menuntut telaah empiris mengenai determinan psikologis maupun sosial yang melatarbelakanginya. Melalui desain penelitian kuantitatif berbasis teknik purposive sampling, data empiris dihimpun dari seratus responden yang terkonfirmasi memiliki rekam jejak transaksi di lokasi observasi. Hasil pengujian statistik membeberkan realitas bahwa lingkungan sebaya memegang supremasi sebagai faktor dengan pengaruh positif yang paling dominan dan sangat signifikan. Kontrol diri secara empiris juga memancarkan signifikansi, namun menghadirkan anomali berupa korelasi positif yang merefleksikan terjadinya kelelahan regulasi akibat manipulasi atmosfer gerai. Di sisi lain, variabel konsep diri terbukti tidak menyuntikkan pengaruh berarti terhadap eskalasi impulsivitas, menandakan bahwa konstruksi identitas belum mampu membendung euforia konsumsi spontan. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut berkolaborasi meyakinkan dalam mendikte perilaku pembelian impulsif. Riset ini mengkristalkan konklusi bahwa tekanan konformitas dari sirkel pergaulan merupakan entitas utama yang meruntuhkan nalar rasionalitas mahasiswa, melampaui kapasitas pengendalian internal maupun evaluasi terkait citra diri.

Katakunci: kontrol diri; konsep diri; lingkungan sebaya; pembelian impulsif

ABSTRACT

This study investigates the influence of self-control, peer environment, and self-concept on impulsive buying behavior of Melody Store consumers in the demographic of students of the Faculty of Economics and Business, Manado State University. The rapid transformation of commercial infrastructure in urban areas has triggered unplanned shopping habits, thus demanding an empirical study of the psychological and social determinants behind it. Through a quantitative research design based on purposive sampling techniques, empirical data were collected from one hundred respondents who were confirmed to have transaction traces at the observation location. The results of statistical tests show that peer environment holds supremacy as a factor with the most dominant and highly significant positive influence. Self-control also empirically radiates significance, but presents an

anomaly in the form of a positive correlation that reflects the occurrence of regulatory fatigue due to atmosphere manipulation. On the other hand, the self-concept variable is proven to have no significant influence on the escalation of impulsivity, indicating that identity construction has not been able to stem the euphoria of spontaneous consumption. Simultaneously, the three independent variables collaborate convincingly in dictating impulsive buying behavior. This research crystallizes the conclusion that conformity pressure from peer groups is the primary force undermining students' rational thinking, surpassing their internal control and self-image evaluation

Keywords: impulsive buying; peer environment; self-control; self-concept;

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat infrastruktur komersial di Kota Manado saat ini merepresentasikan sebuah transformasi sosiokultural yang signifikan, ditandai dengan menjamurnya berbagai pusat perbelanjaan modern. Kondisi tersebut secara langsung membentuk pola kebiasaan konsumtif di tengah masyarakat urban yang senantiasa dituntut untuk beradaptasi dengan dinamika zaman yang terakselerasi. Produk fesyen menempati posisi rentan dalam pusaran pergeseran tren ini, di mana siklus pergantian model yang cepat kerap menstimulasi keinginan individu untuk memilikinya demi meraih validasi dan pengakuan sosial. Kehadiran berbagai fasilitas ritel yang memberikan aksesibilitas prima menjadi pemicu utama yang memfasilitasi kebutuhan tersebut. Salah satu lokus yang mengemuka adalah Toko Melody Store di Kawasan Megamas Manado, yang telah mengukuhkan posisinya sebagai kiblat tren lokal. Gerai tersebut menyediakan ragam produk yang amat komprehensif, meliputi aksesori, busana, perlengkapan perayaan, elemen dekoratif, hingga karangan bunga. Daya pikat utama dari entitas bisnis ini bertumpu pada penetapan harga yang sangat terjangkau bagi kapasitas finansial mahasiswa, seraya tetap mempertahankan standar kualitas dan nilai estetika komoditas yang dipasarkan.

Peningkatan frekuensi kunjungan audiens ke pusat niaga semacam ini tidak jarang melahirkan fenomena transaksi nir-rencana, yang dalam diskursus akademik diistilahkan sebagai perilaku pembelian impulsif. Kecenderungan tersebut memunculkan tantangan krusial bagi rasionalitas konsumen sehari-hari karena berisiko mendegradasi kapabilitas pengambilan keputusan, melemahkan stabilitas emosional, serta meruntuhkan pertahanan terhadap godaan komersial. Pada persepsi awam, tindakan ini kerap distigmatisasi sebagai manuver finansial yang destruktif, meskipun realitas dampaknya bergantung pada konteks situasional masing-masing individu. Transaksi impulsif memiliki karakteristik yang serba cepat, mendadak, dan digerakkan secara dominan oleh aspek afektif alih-alih proses kognitif yang terstruktur. Konsekuensinya, individu sering kali mengalami disorientasi atau kehilangan kendali ketika mengeksekusi pembelian tersebut (Yusuf, et al., 2024). Pandangan tersebut paralel dengan argumentasi Valiansyah et al. (2023) yang merumuskan perilaku pembelian impulsif sebagai aksi akuisisi barang yang berada di luar kerangka perencanaan awal, umumnya dipantik oleh eskalasi emosi yang tajam. Tindakan tersebut merepresentasikan pengeluaran spontan yang mengesampingkan evaluasi logis terkait tingkat urgensi maupun implikasi finansial lanjutan.

Dinamika berbelanja yang tidak sistematis ini lazimnya termanifestasi ketika individu berada secara fisik di dalam area gerai, di mana stimulasi visual dari produk

tertentu secara instan membangkitkan respons positif. Merespons fenomena tersebut, Marsela & Supriatna (2019) menegaskan bahwa instrumen kontrol diri memiliki peranan fundamental dalam menavigasi tindakan individu menuju jalur yang lebih konstruktif dan terukur. Regulasi internal yang solid berfungsi sebagai mekanisme pendisiplinan pola perilaku, sehingga konsumen lebih tangguh dalam mengantisipasi konsekuensi jangka panjang dari setiap pengeluaran dadakan. Dalam ekosistem akademik, kelompok mahasiswa yang dibekali dengan ketahanan regulasi diri yang optimal terbukti lebih cakap dalam mengorkestrasi benturan antara rasionalitas pikiran dan bujukan lingkungan eksternal (Salamba et al., 2023). Kapasitas ini menjadi basis fundamental bagi pembentukan habitus finansial yang rasional, meminimalisasi inefisiensi anggaran, dan meredam tendensi perilaku yang meledak-ledak.

Selain faktor regulasi internal, dimensi sosial yang mewujud dalam Lingkungan Sebaya turut memegang kendali signifikan terhadap orientasi konsumsi. Entitas ini terbentuk dari sekumpulan individu yang terikat oleh kesamaan minat, pengalaman, serta ekuilibrium norma pergaulan. Menurut Lestari et al., (2021), intervensi dari lingkungan sebaya sanggup mendikte manuver belanja spontan pada demografi mahasiswa, mengingat kelompok usia ini amat rentan terhegemoni oleh preferensi dan kebiasaan rekan satu sirkelnya demi mempertahankan eksistensi sosial. Di ranah yang berbeda, variabel konsep diri bertindak sebagai parameter psikologis yang sangat menentukan kerentanan seseorang terhadap godaan komersial instan. Aliyati et al., (2020) menegaskan adanya korelasi terbalik antara kualitas pemahaman diri dan probabilitas impulsivitas; konstruksi konsep diri yang positif akan menekan hasrat belanja mendadak, sedangkan kerapuhan identitas justru akan melambungkannya. Lebih jauh, Darmawan & Wijono (2022) mencatat bahwa konsep diri menyumbang pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif, sementara sisa proporsinya diintervensi oleh elemen lain seperti motivasi, gaya hidup, (Pertiwi & Jumadi, 2025), dan konstruksi budaya (Shah, 2022). Secara esensial, konsep diri merupakan kristalisasi dari bagaimana seseorang mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merawat keyakinan yang merangkai identitas personalnya. Tinjauan literatur terdahulu mengonfirmasi bahwa kontrol diri dan konsep diri secara empiris memiliki proyeksi pengaruh negatif terhadap kecenderungan impulsif. Namun, temuan yang kontras terlihat pada dimensi lingkungan sebaya, di mana telaah Lestari et al., (2021) membuktikan bahwa interaksi kolegial justru mendatangkan dorongan yang amat masif terhadap lahirnya transaksi tanpa rencana tersebut.

Saat ini, Perilaku Pembelian Impulsif telah bertransformasi menjadi sebuah kelaziman dalam lanskap gaya hidup konsumen modern, khususnya pada kelompok mahasiswa yang merepresentasikan generasi dengan fluktuasi emosi dinamis, tekanan konformitas yang kuat, dan ambisi aktualisasi diri yang tinggi. Di wilayah Manado, eskalasi popularitas gerai komersial merefleksikan kuatnya hegemoni budaya konsumtif ini, di mana tata letak produk yang estetik dengan mudah memprovokasi transaksi tanpa kalkulasi matang. Ekosistem ini menyediakan ruang yang sangat kondusif bagi suburnya dorongan impulsif yang dipicu oleh perpaduan faktor internal dan eksternal. Secara internal, urgensi kontrol diri sangatlah krusial. Baumeister (2007) mendeskripsikan kontrol diri sebagai kompetensi individual untuk meredam impuls emosional sesaat demi merealisasikan target jangka panjang. Penegasan ini dikuatkan dari studi Rook dan Fisher (2019) yang menyimpulkan bahwa kelemahan dalam regulasi diri merupakan pintu masuk utama bagi jebakan belanja impulsif akibat kegagalan

memitigasi godaan. Verplanken & Herabadi (2020) juga menggarisbawahi bahwa kemampuan mengendalikan diri adalah pilar sentral dalam menata pola konsumsi. Dari dimensi eksternal, eksistensi lingkungan sebaya memegang kendali sosial yang luar biasa karena mahasiswa beroperasi dalam intensitas interaksi kolegial yang sangat padat. Santrock (2007) menjabarkan bahwa preferensi konsumen muda amat mudah didikte oleh rekan sebayanya, sementara Solomon (2023) menyoroti bahwa tekanan normatif kelompok sering kali mematikan nalar rasional saat berbelanja. Paralel dengan hal tersebut, konsep diri memiliki keterikatan erat dengan fenomena ini. Sirgy (2022) merumuskan bahwa individu kerap memanfaatkan produk komersial untuk menyeimbangkan citra diri yang diharapkan. Manakala konsep diri tersebut rapuh, aktivitas belanja dieksploitasi sebagai tameng kompensasi untuk mengisi kekosongan identitas. Pandangan senada dari Solomon (2023) dan Mowen & Minor (2002) menekankan bahwa mahasiswa yang belum memiliki pijakan identitas yang stabil akan mengeksploitasi barang sebagai instrumen pencarian validasi sosial maupun pendorong konfidensi, sehingga esensi belanja bergeser dari pemenuhan utilitas fisik menjadi gratifikasi psikologis.

Keterbatasan telaah empiris yang mengawinkan ketiga variabel tersebut secara komprehensif dan simultan pada demografi mahasiswa mendorong peneliti untuk menginvestigasi fenomena ini lebih dalam. Sebagai tahapan pendahuluan, sebuah pra-survei berbasis kuesioner daring didistribusikan kepada tiga puluh satu responden acak yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Manado sekaligus konsumen Toko Melody Store. Tabulasi instrumen tersebut menunjukkan realitas empiris yang mempertegas urgensi penelitian. Pada parameter kontrol diri, sebanyak 45,2 persen mahasiswa secara terbuka menyatakan ketidakmampuan mereka dalam menahan godaan untuk membeli barang yang tidak esensial, berbanding 54,8 persen yang mampu meregulasi dirinya. Pada indikator lingkungan sebaya, dominasi pengaruh sosial terbukti dari temuan bahwa 51,6 persen responden mengakui sering kali terhegemoni oleh rekomendasi teman saat memilih produk, sementara 48,4 persen sisanya merespons tidak. Selanjutnya, pengujian terhadap variabel konsep diri mengungkapkan bahwa mayoritas responden, yakni mencapai 54,8 persen, tidak merasa yakin ketika mengambil keputusan pembelian, yang merefleksikan adanya instabilitas atau kelemahan dalam pemahaman identitas personal mereka, sedangkan 45,2 persen lainnya menyatakan yakin.

Bukti-bukti awal yang terhimpun dari pra-survei ini memvalidasi postulat bahwa perilaku pembelian impulsif adalah problematika yang benar-benar hidup dan mengakar di ekosistem mahasiswa. Indikasi faktual ini memperlihatkan bahwa meskipun terdapat disparitas persentase, variabel kontrol internal, tekanan pergaulan, dan identitas psikologis terbukti mengambil peran strategis dalam menstimulasi keputusan transaksi nir-rencana. Rangkaian fenomena dan data pendahuluan inilah yang memantik urgensi akademik untuk menelaah lebih jauh sejauh mana tingkat signifikansi dan kausalitas dari ketiga variabel independen tersebut. Keingintahuan akademis ini berpusat pada upaya untuk mengurai variabel mana yang paling mendominasi pengaruhnya, atau justru bagaimana ketiga elemen tersebut saling bertalian secara simultan dalam membentuk keputusan konsumen. Berpijak pada rasionalisasi argumentasi tersebut, peneliti terdorong untuk mengangkat sebuah riset dengan tujuan untuk mengukur pengaruh kontrol diri, lingkungan sebaya, dan konsep

diri terhadap perilaku pembelian impulsif konsumen Melody Store pada Mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Manado.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Perilaku Pembelian Impulsif

Ditinjau dari perspektif konsumen, kecenderungan perilaku pembelian impulsif sering kali berimplikasi pada ekses yang destruktif. Dampak tersebut mencakup inefisiensi finansial yang tidak terkendali, akuisisi barang yang minim utilitas, paparan risiko terhadap standar kualitas dan fungsionalitas produk, hingga munculnya beban psikologis berupa penyesalan pasca-transaksi (Mamuaya, 2018). Berdasarkan rasionalisasi tersebut, manuver belanja yang tidak terencana secara luas diklasifikasikan sebagai tindakan irasional yang sarat akan risiko. Sampurno (2016) mempostulatkan bahwa impulsivitas merepresentasikan suatu keputusan yang dieksekusi tanpa melalui kalkulasi konsekuensi, mengingat proses transaksional ini berlangsung tanpa dilandasi oleh pertimbangan kognitif pra-pembelian. Hal ini sejalan dengan premis bahwa ketika individu terdistraksi oleh euforia belanja yang bersifat hedonis, rasionalitas mengenai nilai guna suatu produk cenderung terabaikan, yang pada akhirnya memicu eskalasi perilaku impulsif secara signifikan.

2.2. Kontrol Diri

Dewanti & Haryono (2021) mengutarakan adanya hubungan kausalitas negatif yang signifikan antara variabel kontrol diri dengan kecenderungan transaksi tidak terencana. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tangguh regulasi internal seorang konsumen, maka semakin menyusut probabilitas mereka untuk melakukan perilaku pembelian impulsif. Dalam kajian tersebut, terungkap pula bahwa entitas kontrol diri memberikan kontribusi sebesar 23,34 persen dalam memengaruhi keputusan belanja impulsif; sehingga instrumen psikologis ini diposisikan sebagai mekanisme pertahanan primer untuk meredam hasrat konsumtif. Mengutip pandangan Ulayya & Mujiasih (2020), konsep kontrol diri berakar pada kapabilitas inheren individu untuk mengorkestrasi serta menundukkan impuls destruktif yang mengintervensi pertahanan psikologisnya. Berbekal regulasi yang mapan, seseorang mampu membendung gejolak hasrat mendadak sekaligus mengarahkan perilakunya menuju tindakan yang lebih konstruktif. Selaras dengan perspektif tersebut, Rois Am & Simanjuntak (2020) mendefinisikan kontrol diri sebagai wujud ketangkasan individu dalam menavigasi dorongan emosional ketika dihadapkan pada godaan transaksi spontan.

Sebagai dukungan terhadap riset sebelumnya (Pratiwi & Rahmasari, 2023), eskalasi kapasitas kontrol diri menjadi sebuah keniscayaan mutlak untuk meredam keliaran belanja impulsif, wabilkhusus bagi demografi dewasa awal yang batinnya masih teramat ringkih kala digempur oleh agitasi komunal maupun ledakan emosi sesaat.

H1: Kontrol Diri Berpengaruh positif terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen

2.3. Lingkungan Sebaya

Berdasarkan telaah Lestari et al., (2021), lingkungan sebaya memegang peranan yang sangat krusial dalam mendorong konsumen untuk melakukan aktivitas belanja, terutama dalam ekosistem akademik yang kental dengan tuntutan konformitas sosial. Keinginan untuk beradaptasi dan diterima secara paripurna dalam kelompok sosial

memotivasi individu untuk menyelaraskan diri dengan tren yang dianut oleh rekan sebayanya. Pada kondisi ini, individu cenderung memprioritaskan pemenuhan gaya hidup kelompok jauh di atas kebutuhan esensialnya. Konsumen yang terfokus pada prestise kelompok umumnya luput dalam mengevaluasi risiko dari serangkaian transaksi yang hanya berlandaskan pada dorongan sesaat, sehingga alokasi untuk kebutuhan sekunder maupun primer sering kali terabaikan demi memenuhi ekspektasi eksistensi sosial. Memperkuat argumentasi tersebut, Aditya et al., (2021) menegaskan bahwa ekosistem lingkungan sebaya memancarkan pengaruh yang masif dalam membentuk kebiasaan perilaku pembelian impulsif, termasuk pada platform digital.

Lingkungan sebaya adalah manifestasi dari ekosistem kolegial yang dihuni oleh kawan sepantaran, di mana mereka saling memancarkan radiasi sosial ke dalam ritme kehidupan satu sama lain. Mengacu pada penelusuran empiris yang digagas oleh Fitriani et al., (2024), terbukti secara absolut bahwa dinamika interaksi dengan sejawat menginjeksikan impak yang positif pada transaksi tak terencana, yang secara matematis melipatgandakan peluang audiens untuk tergelincir dalam kubangan perilaku pembelian impulsif.

H2: Lingkungan Sebaya Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif

2.4 Konsep Diri

Berdasarkan formulasi Pramesty & Simanjuntak (2020), konsep diri berpusat pada serangkaian persepsi, evaluasi, dan keyakinan yang dipegang teguh oleh individu mengenai identitas esensial, karakteristik, serta nilai-nilai personalnya. Cara pandang ini bertindak sebagai instrumen navigasi yang mengarahkan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan transaksional. Dalam studi tersebut, diidentifikasi bahwa individu yang memiliki persepsi diri yang kurang jelas atau cenderung negatif lebih rentan terhadap impulsivitas. Arsitektur psikologis yang kurang stabil ini memicu individu untuk menggunakan aktivitas belanja sebagai mekanisme kompensasi guna menutupi ketidaknyamanan emosional dan menciptakan euforia temporer melalui transaksi spontan. Postulat ini sejalan dengan temuan Luas et al. (2023) yang menegaskan bahwa struktur konsep diri memiliki kendali dominan atas orientasi konsumtif kelompok intelektual muda.

Konstruksi konsep diri dapat diterjemahkan sebagai lensa filosofis yang dipakai oleh seseorang untuk menelanjangi dan menakar entitas jiwanya sendiri, yang dirakit dari komponen afeksi, dogma, parameter nilai, hingga rekam jejak perilaku. Mengingat setiap insan mewarisi genetika konsep diri yang saling tumpang tindih dan variatif, instrumen ini dinobatkan sebagai kompas utama yang menyetir arah navigasi laku manusia di panggung realita harian..

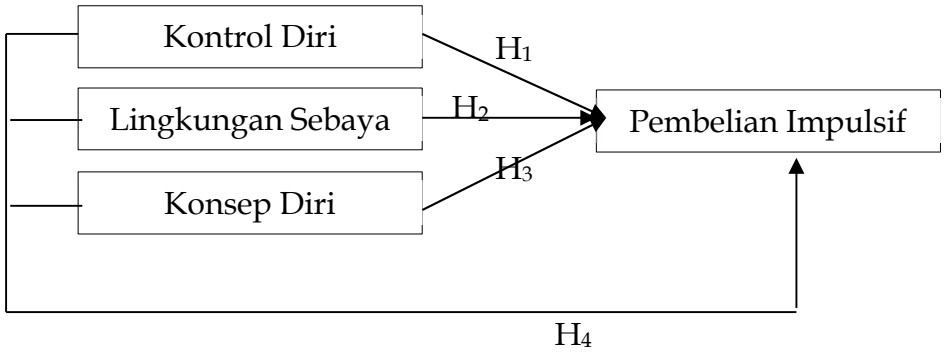
H3: Konsep Diri Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen

Dewanti & Haryono (2021) mengutarakan adanya hubungan kausalitas negatif yang signifikan antara variabel kontrol diri dengan kecenderungan transaksi tidak terencana. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tangguh regulasi internal seorang konsumen, maka semakin menyusut probabilitas mereka untuk melakukan perilaku pembelian impulsif. Berdasarkan telaah Lestari et al., (2021), lingkungan sebaya memegang peranan yang sangat krusial dalam mendorong konsumen untuk melakukan

aktivitas belanja, terutama dalam ekosistem akademik yang kental dengan tuntutan konformitas sosial. Memperkuat argumentasi tersebut, Aditya et al., (2021) menegaskan bahwa ekosistem lingkungan sebaya memancarkan pengaruh yang masif dalam membentuk kebiasaan perilaku pembelian impulsif, termasuk pada platform digital. Berdasarkan formulasi Pramesty & Simanjuntak (2020), konsep diri berpusat pada serangkaian persepsi, evaluasi, dan keyakinan yang dipegang teguh oleh individu mengenai identitas esensial, karakteristik, serta nilai-nilai personalnya. Cara pandang ini bertindak sebagai instrumen navigasi yang mengarahkan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan transaksional.

H4: Kontrol Diri, Lingkungan Sebaya dan Konsep Diri Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Inpulsif Konsumen.

2.5 Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE RISET

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah ditetapkan, penelitian ini diimplementasikan melalui pendekatan kuantitatif. Menurut Asari et al., (2023) desain kuantitatif sering kali diklasifikasikan sebagai metode konvensional mengingat penggunaannya yang telah mapan dalam tradisi keilmuan akademik. Paradigma penelitian ini juga dikenal luas sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filosofi positivisme, yang secara operasional difungsikan untuk menginvestigasi fenomena pada populasi maupun sampel tertentu. Proses pengumpulan data empiris pada pendekatan ini dilakukan dengan memanfaatkan instrumen penelitian yang terukur, untuk kemudian dianalisis secara statistik guna menguji dan memvalidasi hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Prosedur penarikan sampel dalam investigasi ilmiah ini dilaksanakan melalui teknik purposive sampling, yaitu mekanisme penentuan responden yang didasarkan pada pertimbangan serta kriteria kualifikasi tertentu. Berdasarkan kalkulasi melalui pendekatan tersebut, penelitian ini menetapkan kuota responden sebanyak 100 orang, yang dinilai sebagai batas representasi yang memadai dan proporsional untuk keperluan analisis statistik lanjutan. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z dipandang sebagai populasi yang tepat karena relevan dengan perilaku pembelian impulsif (Pandowo et al., 2025).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Data Responden

Riset ini mengkaryakan kompilasi data dari 100 responden yang telah melewati filter kualifikasi ketat, yakni wajib berstatus sebagai mahasiswa di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Manado serta mengantongi riwayat empiris pernah bertandang ke Toko Melody Store Manado. Otoritas untuk mengeksekusi pengisian kuesioner hanya dihibahkan kepada pihak-pihak yang sukses memenuhi parameter prasyarat tersebut. Dalam menuntaskan tabulasi dan bedah statistik, peneliti mengoperasikan instrumen perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 2.0 for Windows guna mendongkrak akurasi komputasi dan pembedahan data.

4.2. Uji Instrumen

Tabel 1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

	Item	Rhitung	Cronbach Alpha
Kontrol Diri	X1.1	0.959	0.913
	X1.2	0.707	
	X1.3	0.959	
	X1.4	0.935	
Lingkungan Sebaya	X2.1	0.676	0.749
	X2.2	0.746	
	X2.3	0.794	
	X2.4	0.803	
Konsep Diri	X3.1	0.705	0.719
	X3.2	0.756	
	X3.3	0.754	
	X3.4	0.754	
Pembelian Impulsif	Y1	0.708	0.677
	Y2	0.696	
	Y3	0.710	
	Y4	0.738	

Sumber: Hasil Olahan Data (2026)

Mengacu pada rekapitulasi luaran uji validitas yang dipetakan pada tabel di atas, terdeteksi secara meyakinkan bahwa skor signifikansi (2-tailed) mutlak bertengger di bawah ekuilibrium 0,05. Di samping itu, perolehan nilai rhitung dari segenap instrumen item untuk ketiga variabel tersebut sukses melampaui ambang batas rtabel yang dipatok pada angka 0,196. Berpijak pada legitimasi dalil tersebut, seluruh instrumen variabel penentu ini resmi divonis valid dan sah dioperasikan di bawah payung derajat signifikansi 0,05.

Konstruksi uji keandalan yang direpresentasikan melalui indeks Cronbach's Alpha pada panggung tabel di atas menyingkap fakta bahwa variabel kontrol diri, lingkungan sebaya, konsep diri, beserta Impulsif kompak mendulang skor yang mendominasi di atas garis toleransi 0,60. Rasio pencapaian ini membuktikan secara empiris bahwa peranti riset yang dikerahkan menjanjikan integritas konsistensi yang prima, sehingga secara akumulatif, seluruh variabel ini layak dianugerahi status reliabel.

Tabel 2. Uji Asumsi Klasik

	Normalitas	Multikolinearitas	Heterokedasits
Kontrol Diri		1.497	0.644
Lingkungan Sebaya		1.099	0.330
Konsep Diri		1.617	0.335
Pembelian Impulsif	0.072		

Sumber: Hasil Olahan Data (2026)

Menginterpretasikan luaran manuver Kolmogorov-Smirnov pada tabel di atas, terpampang nyata bahwa indeks Asymp. Sig. (2-tailed) mendarat mulus pada skor ,200. Lantaran perolehan absolut ini mendominasi di atas garis demarkasi 0,05, maka secara matematis statistik dapat difatwakan bahwa sisaan (residual) di dalam model riset ini telah terdistribusi secara normal. Berdasarkan pengujian multikolinearitas diperoleh indikator Kontrol Diri (X1) memborong skor tolerance 0,668 > 0,10, dikawinkan dengan rasio VIF (*Variance Inflation Factor*) sebesar 1,497 < 10. Kombinasi parameter ini memastikan bahwa variabel Kontrol Diri (X1) mutlak bebas dari friksi multikolinearitas. Lingkungan Sebaya (X2) mengakuisisi nilai tolerance 0,910 > 0,10 serta indeks VIF sebesar 1,099 < 10, yang menggaransi ketiadaan multikolinearitas pada tubuh variabel lingkungan sebaya (X2). Konsep Diri (X3) membukukan skor tolerance 0,618 > 0,10 serta level VIF di angka 1,617 < 10, sehingga secara resmi diklaim bersih dari virus multikolinearitas pada variabel Konsep diri (X3).

4.3. Pengujian Hipotesis

Tabel 3. Pengujian Hipotesis

	β	T-Statistics	P-Values
Constanta	4.508		
Kontrol Diri	0.163	2.097	0.000
Lingkungan Sebaya	0.596	7.867	0.000
Konsep Diri	-0.080	-0.869	0.387
Fstatistic	24.522		

Sumber: Hasil Olahan Data (2026)

Variabel kontrol diri mengamankan skor thitung = 2,097 dengan rasio signifikansi mendarat di angka 0,039. Berhubung skor signifikansinya lolos di bawah radar limit 0,05, maka palu kesimpulan diketuk bahwa kontrol diri melancarkan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap gejolak perilaku Impulsif. Interpretasi harfiahnya, makin berlian kualitas kontrol diri yang dirawat seseorang, makin surut pula nafsunya untuk bertindak secara impulsif.

Variabel lingkungan sebaya memamerkan dominasinya dengan torehan thitung = 7,867 yang diiringi oleh nilai signifikansi < 0,001. Angka ini luar biasa tiarap jauh di bawah batas ekuilibrium signifikansi 0,05, yang secara mutlak dapat diartikan bahwa instrumen lingkungan sebaya berstatus sebagai tiran paling berpengaruh terhadap ledakan perilaku impulsif. Fakta ini membunyikan alarm bahwa kondisi ekosistem dan indoktrinasi teman sebaya menjelma menjadi arsitek paling beringas yang memahat tabiat impulsivitas.

Variabel konsep diri justru terjerembab dengan perolehan thitung = -0,869 dan signifikansi bengkak di angka 0,387. karena skornya gagal menembus batas kewajaran

0,05 (lebih besar), maka dengan dapat dinyatakan bahwa Konsep Diri terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku Impulsif. Merujuk pada realitas tersebut, baik atau buruknya konsep diri dari konsumen rupanya tidak serta-merta mengendalikan atau menyetir grafik tingkat impulsivitas mereka di dalam kerangka penelitian ini.

Tabel 3, diamankan skor signifikansi yang tiarap di angka < 0,001, yang dikawal kokoh oleh perolehan nilai Fhitung sebesar 24,522. Di sudut penantang, skor Ftabel pada ekuilibrium signifikansi 0,05 yang dibekali derajat kebebasan (df) 3 dan 96 bersandar di angka 2,47. Lantaran daya ledak Fhitung (24,522) sukses menggilas Ftabel (2,47) dan skor signifikansi < 0,001 telak berada di bawah margin 0,05, maka palu hakim resmi mengesahkan bahwa hipotesis alternatif mutlak diterima . Fakta matematis ini menjadi saksi bisu bahwa kawanan variabel konsep diri (X1), lingkungan sebaya (X2), serta kontrol diri (X3) sanggup mengoordinasi serangan komunal (simultan) yang membuahkan pengaruh signifikan terhadap benteng variabel Impulsif (Y). Konklusinya, arsitektur model regresi yang diterjunkan di arena riset ini dinyatakan lulus uji kelayakan absolut, lantaran koalisi ketiga variabel independen tersebut terbukti ampuh menyetir arah fluktuasi pada variabel dependen secara bersama-sama

4.4. Pembahasan

Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif

Tabulasi dari uji t membeberkan fakta bahwa kontrol diri (X1) memegang tiket thitung sebesar 2,097 yang dikawal ketat oleh angka signifikansi 0,039, di mana rasio ini sukses menyelam di bawah taraf signifikansi toleransi 0,05. Alhasil, hipotesis yang mengeklaim adanya traksi pengaruh dari kontrol diri terhadap manuver pembelian impulsif pun sah diterima secara akademis. Menyelusupnya nilai koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,163 menyodorkan sebuah anomali matematis: tiap kali takaran kapasitas kontrol diri menanjak sebesar satu satuan, laju perilaku pembelian impulsif secara ironis malah terkerek naik senilai 0,163 satuan. Fakta empiris ini terkesan sangat kontradiktif menampar teori klasik yang mematok dalil bahwa regulasi atau kontrol diri level dewa semestinya sukses meredam dan memberangus perilaku impulsif. Kendati demikian, paradoks ini dapat dicarikan benang merahnya dengan memaknai bahwa kawula mahasiswa yang notabene mencetak rapor kontrol diri pada level yang tergolong apik, nyatanya tetap berpotensi tergelincir atau menunjukkan gejala impulsif tatkala mereka disergap oleh anomali kondisional yang ekstrem, sebagai misal ketika:

a) Tanpa sengaja terekspos oleh komoditas produk yang dibanderol dengan potongan harga (diskon) gila-gilaan.

b) Terhipnotis oleh pajangan barang-barang yang memancarkan estetika visual terlalu memikat.

c) Dipengaruhi oleh racun atmosfer atau suasana toko yang memang dirancang khusus untuk membius rasionalitas demi menstimulasi pembelian spontan.

Menyitir rumusan Baumeister (2007), arsitektur kontrol diri sejatinya merupakan komoditas sumber daya psikologis dengan takaran terbatas dan amat berpotensi mendadak aus (mengalami fase ego depletion). Di gelanggang transaksi, oknum yang menderita kelelahan kronis secara mental maupun emosional bakal kehilangan tenaga

pengereman untuk menjinakkan dorongan syahwat belanjanya. Walhasil, mereka pasrah saja memboyong barang secara tiba-tiba ke meja kasir, sekalipun dalam ritme normal mereka sejatinya mengantongi kontrol diri yang brilian. Konklusinya, traksi pengaruh signifikan yang berhasil diabadikan dalam ruang eksplorasi ini melegitimasi bahwa kontrol diri memang tetap mendedikasikan kontribusi nyatanya, walau terpaksa turun kasta dan gagal menjadi algojo utama penentu putusan impulsif di kalangan mahasiswa konsumen Melody Store

Pengaruh lingkungan sebaya terhadap perilaku pembelian impulsif

Lakon variabel Lingkungan Sebaya (X2) mencetak supremasi dengan nilai thitung yang meroket di angka 7,867 serta level signifikansi absolut < 0,001, yang pada akhirnya menahbiskannya memiliki traksi pengaruh yang teramat sangat signifikan terhadap ritme pembelian impulsif. Lahirnya skor koefisien regresi bergaris positif senilai 0,596 menjadi prasasti tak terbantahkan bahwa habitat pergaulan sebaya adalah motor penggerak paling beringas yang mengasuh impulsivitas konsumen. Pada ekosistem dan bioma akademis mahasiswa, kolega sejawat memikul peran mahkota selaku sumur utama pendistribusian pengaruh sosial. Rentetan anasir semacam dorongan dari mulut teman, invasi rekomendasi produk, pemujaan pada pusaran tren dalam hierarki sosial komunal, hingga rasa haus yang luar biasa untuk diakui (diterima) oleh sirkel pergaulannya terbukti sangat mujarab untuk menyulut sumbu ledak pembelian impulsif. Kerangka postulat Solomon (2023) kembali relevan dalam kasus ini; ia mengafirmasi bahwa individu akan amat gampang menjiplak langgam konsumsi komplotannya semata-mata demi menyuap keharmonisan interaksi atau mengamankan kasta sosial mereka di ruang lingkup komunitas . Melengkapi dalil tersebut, membedah temuan dari palung pra-survei riset ini, tercatat dengan lantang bahwa 51,6% partisipan mahasiswa tanpa ragu mengakui bahwa fatwa belanja mereka murni dikendalikan oleh rekomendasi dari rekanannya. Fakta mencengangkan ini mematri sebuah kebenaran bahwa ekosistem sebaya membombardir proses pengambilan keputusan dengan tekanan yang sifatnya normatif sekaligus informasional yang amat kuat. Intervensi lingkungan sebaya ini bukan sekadar meretas logika rasional kala bertransaksi, melainkan juga menanamkan cip berupa emosi positif yang membuat subjek makin keranjingan dan rentan untuk segera memborong secara spontan. Tatkala barisan mahasiswa ini memergoki rekan sejati mereka memamerkan bukti transaksi atau mempertontonkan eforia antusiasme tingkat tinggi atas sebuah komoditas, sistem imun pertahanan belanja mereka seketika rontok dan pasrah untuk terinfeksi pembelian impulsif. Hasil visum penelitian ini dengan gagah mendaulat bahwa entitas lingkungan sebaya adalah tiran paling dominan, sekaligus bertindak selaku kondektur utama yang memaksa lahirnya perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa yang menjadi audiens setia konsumen Melody Store.

Pengaruh konsep diri terhadap perilaku pembelian impulsif

Hasil analisis dan bedah statistik membongkar rahasia kelam bahwa lakon variabel Konsep Diri (X3) harus puas menelan pil pahit dengan perolehan thitung yang karam di angka –0,869 dan dikawal oleh nilai signifikansi obesitas sebesar 0,387 (jauh melampaui taraf signifikan 0,05). Vonis absolutnya menyiratkan bahwa variabel ini terbukti mandul dan tidak menyuntikkan pengaruh berarti secara signifikan terhadap gejolak perilaku pembelian impulsif. Hadirnya koefisien regresi bernilai negatif sebesar –0,080 sekadar difungsikan sebagai penunjuk arah kompas hubungan kausalitas semata, sementara

rapor ketidaksignifikanannya mengirim sinyal ultimatum bahwa konstruksi konsep diri sang mahasiswa rupanya tak memiliki kapabilitas untuk mendikte maupun secara langsung memengaruhi keliaran mereka untuk mengeksekusi belanja kilat. Anomali ketidakberdayaan variabel ini disinyalir lahir dari perpaduan beberapa kausa:

a. Konstruksi pondasi jati diri kawula mahasiswa lazimnya masih dalam fase transisi dan labil, sehingga otomatis taringnya belum cukup perkasa untuk memveto atau memengaruhi keputusan pembelian.
b. Epidemik pembelian impulsif nyatanya jauh lebih dominan dipantik oleh letupan afektif (emosional) serta tekanan darurat situasional di meja pajangan, bukan berakar pada kalkulasi filosofis atas citra diri atau evaluasi rasional.
c. Realitasnya, mayoritas komoditas niaga yang mengisi etalase Melody Store memang dirancang bermuatan elemen hiburan, instrumen dekoratif, atau pernak-pernik temporer berbalut tren. Item-item kosmetik semacam ini kerap kali ditebus murni untuk membakar euforia sesaat atau sekadar membebek pada tren konformitas sosial, bukan diinvestasikan untuk memoles apalagi memperkuat struktur identitas diri secara mendalam.

Temuan skeptis ini bersekutu erat dengan dalil publikasi Pramesty & Simanjuntak (2020) yang memfatwakan bahwa entitas konsep diri sejatinya hanya menyetorkan kontribusi sekelas remah-remah (marginal) pada kasus impulsivitas. Alasannya sangat transparan: patologi pembelian impulsif ini jauh lebih mesra memeluk letupan impuls emosi ketimbang menerawang jauh pada persepsi atau evaluasi harga diri untuk jangka panjang. Pungkasannya, meski konsep diri menyandang titel sebagai instrumen psikologis yang bergengsi dan diagungkan, di arena riset ini eksistensinya terpaksa mengakui kekalahan telak dan terbukti tak memiliki panggung pengaruh yang signifikan dalam menjabarkan keliaran taktik belanja mahasiswa di Melody Store

Pengaruh kontrol diri, lingkungan sebaya, dan konsep diri secara simultan terhadap perilaku pembelian impulsif

Hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan perilaku impulsif secara signifikan apabila ketiga variabel dipertimbangkan bersama-sama. Persamaan regresi yang diperoleh adalah: Y = 4,508 + 0,163X1 + 0,596X2 – 0,080X3. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif merupakan hasil kombinasi faktor psikologis dan sosial, tapi pengaruh eksternal dari lingkungan sebaya jauh lebih kuat dibandingkan faktor internal seperti kontrol diri maupun konsep diri. Keseluruhan interpretasi hasil ini memperkuat pemahaman bahwa perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa terutama dipengaruhi oleh kondisi sosial dan tekanan kelompok, sehingga menjadi pertimbangan penting bagi pemasar dan pelaku bisnis retail seperti Melody Store

5. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berpijak pada rentetan elaborasi data dan bedah statistik mengenai pengaruh kontrol diri, lingkungan sebaya, dan konsep diri terhadap perilaku pembelian impulsif

konsumen Melody Store pada demografi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Manado, maka ditariklah benang merah berupa konklusi sebagai berikut.

Kapasitas kontrol diri terbukti menginjeksi pengaruh yang signifikan dengan proyeksi arah negatif terhadap perilaku pembelian impulsif. Konklusinya, manakala pertahanan kontrol diri seorang mahasiswa kian merosot, maka probabilitas mereka untuk terjerumus dalam transaksi impulsif akan meroket tajam. Sebaliknya, makin solid benteng kontrol diri yang dirawat oleh mahasiswa, maka insting untuk melakukan pembelian dadakan akan semakin terkikis dan menyusut drastis.

Ekosistem lingkungan sebaya mendemonstrasikan traksi pengaruh yang bergaris positif sekaligus sangat signifikan terhadap eskalasi perilaku pembelian impulsif, dan bahkan menobatkan dirinya sebagai variabel yang memegang supremasi paling dominan. Temuan empiris ini menjadi legitimasi absolut bahwa sirkel pergaulan sebaya menembakkan intervensi paling brutal terhadap tabiat konsumtif tanpa rencana. Doktrin kelompok dan konformitas teman sejawat secara sah diakui sebagai arsitek utama yang merancang laku konsumsi pada mahasiswa.

Instrumen konsep diri memancarkan korelasi yang negatif namun berstatus tidak signifikan secara statistik terhadap perilaku pembelian impulsif. Tafsir akademisnya mengisyaratkan bahwa makin tertata konsep diri seorang mahasiswa, kecenderungan untuk lepas kendali dalam berbelanja memang memiliki tendensi untuk menurun. Walau demikian, daya dorong dari variabel ini terlampau kerdil secara matematis sehingga gagal menyumbangkan impak yang berarti (signifikan) dalam meredam keliaran belanja impulsif mahasiswa.

Manakala diuji secara serentak (simultan), trio variabel yakni kontrol diri (X1), lingkungan sebaya (X2), beserta konsep diri (X3) berkolaborasi menghasilkan pengaruh yang bergaris positif dan mumpuni (signifikan) atas anatomi perilaku pembelian impulsif (Y). Ini mendedahkan fakta bahwa ketiga aktor independen tersebut—tatkala disatukan dalam satu palagan—berhasil menginvasi dan menyetir kemudi keputusan impulsif mahasiswa, kendati secara soliter (parsial) instrumen konsep diri terbukti mandul dan tidak menunjukkan daya pengaruh yang berarti

5.2. Saran

Menyaring intisari dari hamparan konklusi riset ini, peneliti merumuskan sejumlah rekomendasi strategis yang didedikasikan bagi entitas praktisi bisnis dan perluasan horizon riset di masa mendatang.

Bagi pelaku bisnis, direkomendasikan untuk menajamkan orientasi pemasaran yang mengakomodasi interaksi komunal antar-pelanggan. Menimbang besarnya dominasi sirkel pergaulan dalam mendikte kebiasaan berbelanja, korporasi perlu mengeskalasi kualitas pengalaman pelanggan melalui penataan visual gerai yang provokatif secara estetik, responsivitas layanan, serta penciptaan atmosfer spasial yang sukses menghipnotis nalar logis audiens. Agitasi ruang komersial semacam ini amat esensial untuk merangsang afeksi positif pelanggan guna menjaga kesinambungan frekuensi transaksi secara proporsional demi stabilitas profitabilitas.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengekspansi arsitektur model penelitian ini dengan menyuntikkan berbagai variabel kontemporer yang relevan,

seperti fluktuasi kecerdasan emosional, orientasi gaya hidup, manuver promosi digital, hingga ekuivalensi literasi finansial. Transformasi desain kajian ini juga hendaknya dieksekusi dengan memperlebar peta populasi di luar batas demografi fakultas spesifik, agar luaran teoretis yang dipanen nantinya memiliki daya generalisasi yang jauh lebih universal, holistik, dan komprehensif dalam membedah anatomi perilaku konsumen.

REFERENSI

Aditya, N., Basalamah, M. R., & Dianawati, E. (2021). Pengaruh Price Discount, Bonus Packs, dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Toko UD. Pokok Berkah). *Electronic Jurnal Riset Manajemen*, 10(16), 120–133.

Aliyati, P. D., Noviekayati, I., & Farid, M. (2020). Pengaruh Pelatihan Konsep Diri terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir di Kabupaten Tulungagung. *Indonesian Psychological Research*, *2*(2), 55–64. https://doi.org/10.29080/ipr.v2i2.227

Asari, A., Nababan, D., Amane, A. P. O., Kusbandiyah, J., Lestari, N. C., (2023). *Dasar Penelitian Kuantitatif*. Lakeisha.

Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The strength Model of Self-Control. *Current Direction in Psychological Science,* 16(6), 351-356. https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2007.00534.x

Darmawan, D. S. M., & Wijono, S. (2022). Konsep Diri dengan Impulsive Buying Produk Pakaian pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 13(3), 1-10. https://doi.org/10.23887/jibk.v13i3

Dewanti, I., & Haryono, A. (2021). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsive produk baju pada mahasiswa S1 pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang angkatan 2017. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Pendidikan,* 1(8), 718–734. https://doi.org/10.17977/um066v1i82021p718-734

Fitriani, N., Adhavia, F. B., Melia, D., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2024). Analisis Perilaku Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna Platform Tiktok Shop di universitas Islam Negeri Walisongo. *Investama: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *10*(01), 72–86. https://doi.org/10.56997/investamajurnalekonomidanbisnis.v10i01.1096.

Lestari, T. A., Okianna, O., & Basri, M. (2021). Pengaruh Pergaulan Teman SebayaTerhadap Pembelian Impulsif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIPUniversitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 10(3), 1–8.

Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, *13*(1), 1–7. https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7

Mamuaya, N. (2018). Pengaruh faktor situasional, suasana toko, dan promosi penjualan terhadap motivasi belanja hedonis dan implikasinya terhadap pembelian impulsif konsumen supermarket di kota Manado. *Derema*, 13(1), 83-99. https://doi.org/10.19166/derema.v13i1.785

Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69.

Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Consumer Behavior. 5th ed. Prentice Hall. New Jersey

Pandowo, A., Lapian, S. L. H. V. J., Mandey, S. L., Soegoto, A. S., & Rondonuwu, C. (2025). Perilaku Pembelian Impulsif di Era Digital. Lakeisha.

Pertiwi, R. A., & Jumadi, J. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Diskon, dan Pengendalian Diri terhadap Impulse Buying Pada Generasi Z Pengguna Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *9*(2), 15594–15603. https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.28039

Pramesty, D. W., & Simanjuntak, M. (2020). Konsep Diri, Gaya Hidup, Strategi Pemasaran, dan Pembelian Impulsif Antar Generasi. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, *13*(1), 87-98. https://doi.org/10.24156/jikk.2020.13.1.87

Pratiwi, A. (2023). Pengaruh Konformitas dan Regulasi Diri Terhadap Perilaku Impulsif Membeli Pada Dewasa Awal. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, *10*(1), 888–896. https://doi.org/10.26740/cjpp.v10i1.55291

Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305-313. https://doi.org/10.1086.209452

Salamba, D. C., & Ambarwati, K. D. (2023). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Impulsive Buying Produk Fashion di Masa Pandemi Pada Mahasiswa Melalui Aplikasi Belanja Online. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 929-939. https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i1.455

Sampurno, T. P., & Winarso, W. (2015). Pengaruh Motivasi Hedonis, Browsing dan Gaya Belanja Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, *6*(1), 255–270.

Shah, Q.A. (2022). Impact of life style and cultural values on impulse buying behavior. *Academy of Marketing Studies Journal, 26*(S2), 1-11.

Rois Am, M., & Simanjuntak, M. (2020). Nilai dan Kontrol Diri Sebagai Faktor Pembentuk Sikap Dalam Perilaku Pembelian Impulsif Antar Generasi. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 13(3), 262–276. http://dx.doi.org/10.24156/jikk.2020.13.3.262

Sirgy, M. J. (1982). Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review. *Journal of Consumer Research*, 9(3), 287-300.

Solomon, M. R. (2023). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. 14th ed. Pearson Education. New York

Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271-279. https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950

Valiansyah, R., Matulessy, A., & Nindia Pratitis. (2023). Pembelian impulsif pada mahasiswa: Bagaimana peranan kerentanan pengaruh intepersonal? *INNER: Journal of Psychological Research*, 2(4), 539–549

Verplanken, B., & Herabadi, A. G. (2016). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking. *European Journal of Personality*, 15(1), https://doi.org/10/1002/per/423

Yusuf, M., Yusuf, M. & Oktania. O. (2024). Pengaruh Promo Flash Sale Dan Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi). *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisiplener,*8(9), 234-252.