

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA

Muti' Atunnisa' & Yhadi Firdiansyah

Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
mutik.an24@email.com; yhadifirdiansyah@uin-malang.ac.id

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic, which was followed by technological developments, caused people to carry out all their activities at home, which was accompanied by an increase in the intensity of internet use. This gives rise to a new phenomenon called impulsive buying behavior. Based on these problems, researchers intend to find out how the picture of impulsive buying behavior is from the side of students who have economic literacy accompanied by self-control. This study aims to test whether there is an influence of economic literacy and self-control, as well as both on impulsive buying behavior in the marketplace in students of the Department of Social Studies Education UIN Malang. The population chosen was students of the Department of Social Studies Education UIN Malang class of 2018 which amounted to 151 and 110 samples were taken with the calculation of the Slovin formula. The instruments used are economic literacy tests and questionnaires to measure variables of self-control & impulsive buying behavior. Data analysis uses multiple linear regression analysis which was previously carried out validity & reliability tests, as well as classical assumption tests. The results of this study show that there is a significant negative influence of economic literacy on impulsive buying behavior in the marketplace in students, a significant negative influence of self-control on impulsive buying behavior in the marketplace in students, and there is a significant influence of economic literacy and self-control on impulsive buying behavior in the marketplace on students. The value of the coefficient of determination is known to be 30.6%.

Keywords: Economic Literacy; Self-Control; Impulsive Buying Behavior

ABSTRAK

Masa pandemi COVID-19 yang diikuti dengan perkembangan teknologi menyebabkan masyarakat melakukan segala aktivitasnya di rumah yang disertai meningkatnya intensitas penggunaan internet. Hal ini memunculkan suatu fenomena baru yang disebut dengan perilaku pembelian impulsif. Atas dasar permasalahan tersebut, peneliti bermaksud untuk mencari tahu bagaimana gambaran perilaku pembelian impulsif dari sisi mahasiswa yang mempunyai literasi ekonomi disertai kontrol diri. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri, serta keduanya terhadap perilaku pembelian impulsif di *marketplace* pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Malang. Populasi yang dipilih yakni mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Malang angkatan 2018 yang berjumlah 151 dan diambil sebanyak 110 sampel dengan perhitungan rumus Slovin. Instrumen yang dipakai berupa tes literasi ekonomi dan angket untuk mengukur variabel kontrol diri & perilaku pembelian impulsif. Analisis data memakai analisis regresi linear berganda yang sebelumnya dilakukan uji validitas & reliabilitas, serta uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat

pengaruh signifikan negatif literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif di marketplace pada mahasiswa, pengaruh signifikan negatif kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif di marketplace pada mahasiswa, dan terdapat pengaruh signifikan literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif di marketplace pada mahasiswa. Adapun nilai koefisien determinasi diketahui sebesar 30,6%.

Kata-Kata Kunci: Literasi Ekonomi; Kontrol Diri; Perilaku Pembelian Impulsif

PENDAHULUAN

Virus Corona atau Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) telah menimpa hampir seluruh masyarakat di dunia termasuk juga Indonesia. Fenomena ini membawa dampak yang sangat besar dan luas pada segala bidang kehidupan manusia. Sejak awal ditemukannya Covid-19 di Indonesia, pemerintah Indonesia sendiri telah melakukan berbagai upaya dalam mengatasi gelombang global krisis Covid-19 dan mencegah penyebaran wabah ini agar tidak semakin meluas ke berbagai daerah di Indonesia, seperti *physical distancing*, *social distancing*, perjalanan terbatas, kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat dengan berbagai macam istilahnya, dan kebijakan-kebijakan lainnya. *Social distancing* sendiri dimaksudkan dalam rangka membatasi aktivitas luar dan interaksi secara langsung antara individu yang satu dengan individu yang lainnya (Rizal, Afrianti and Abdurahman, 2021).

Pembatasan aktivitas manusia sebagai akibat dari wabah pandemi mempunyai dampak yang sangat nyata dan cukup serius dalam semua sektor kehidupan manusia, khususnya sektor perekonomian. Sektor perekonomian menjadi salah satu sektor yang benar-benar harus diperhatikan mengingat kesejahteraan suatu negara diukur berdasarkan sektor ini. Pada umumnya, sektor ekonomi selalu identik dengan kebutuhan manusia dan cara manusia dalam memenuhi kebutuhan tersebut (Dinar and Hasan, 2018). Hal ini bertolak belakang dengan kondisi pandemi saat ini yang tidak normal karena adanya pembatasan aktivitas, sehingga usaha manusia dalam memenuhi kebutuhan ekonominya juga terhambat. Untungnya, tuntutan pemenuhan kebutuhan manusia dalam pembatasan aktivitas ini dibarengi dengan perkembangan teknologi yang mengikuti perkembangan zaman, baik dalam hal informasi maupun komunikasi. Hal ini merupakan sebuah momentum yang cukup tepat karena masyarakat bisa memenuhi kebutuhan mereka meskipun hanya berdiam diri di rumah, yaitu dengan memanfaatkan *e-commerce* maupun *marketplace* sebagai media belanja secara online. Pada masa pandemi ini, masyarakat sebagai konsumen cenderung memilih platform digital yaitu *marketplace* untuk melakukan kegiatan pembelian. Hal ini sekaligus dapat mengurangi intensitas bepergian keluar rumah meskipun terdapat kepentingan mendesak yang harus terpenuhi (Chaeruddin, Sukarsih and Respitawulan, 2021).

Rakuten Insight melakukan survei pada bulan Mei 2020 dan ditemukan hasil bahwa sebanyak 55% responden menyatakan lebih memilih berbelanja online selama masa pandemi ini. Terhitung hanya berkisar 9% yang mengungkapkan masih memilih berbelanja secara konvensional dan tanpa menggunakan media internet (Utari et al., 2020). Snapcart juga melakukan riset pada tahun 2020 mengenai dampak dari adanya pandemi Covid-19 terhadap kebiasaan berbelanja orang Indonesia. Hasil riset menunjukkan hasil bahwa sebesar 78% konsumen Indonesia mengalami perubahan dalam kebiasaan belanja mereka (Chaeruddin, Sukarsih and Respitawulan, 2021).

Pembelian online yang terjadi secara berulang dan dalam waktu cukup lama sebagai akibat dari lamanya masa pandemi, menimbulkan sebuah kebiasaan. Pada dasarnya sebuah

kebiasaan ini bukanlah hal yang perlu dikhawatirkan, namun jika kemudian kebiasaan ini sudah melebihi batas yang wajar atau bahkan tidak terkendali, maka hal ini menjadi suatu masalah. Kebiasaan membeli barang kebutuhan di *marketplace* ini merupakan contoh dari sebuah perilaku konsumtif. Namun, perilaku tersebut bisa berubah menjadi perilaku pembelian impulsif jika pembeliannya terjadi secara tidak terencana. Perilaku pembelian impulsif merupakan suatu kondisi perasaan mendesak yang dialami oleh seseorang dalam membeli suatu barang, yang mana perasaan tersebut muncul dengan mendadak dan tidak bisa dilawan (Wijaya and Oktarina, 2019).

Ervin Damas Sulthoni dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion di Online Shop pada Kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga" menghasilkan pernyataan bahwa adanya literasi ekonomi mempunyai pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif (Sulthoni, 2021). Artinya bahwa tinggi rendahnya literasi ekonomi yang ada dalam diri seseorang, hal tersebut akan berpengaruh terhadap tingkat perilaku pembelian impulsif mereka. Winia Lestari melakukan penelitian dengan tema "Pengaruh Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion pada Wanita". Penelitian tersebut menghasilkan hipotesis bahwa kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku pembelian impulsif. Semakin kuat kontrol diri dalam seseorang, maka semakin berkurang dorongan untuk melakukan pembelian secara spontan atau impulsif (W. Lestari, 2020). Ainur Rosidah dkk, dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya" memiliki hasil yang relevan juga. Artikel ini menghasilkan hipotesis bahwa literasi ekonomi dan kontrol diri mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Artinya bahwa dengan adanya kontrol diri yang baik dan dilengkapi dengan literasi ekonomi yang cukup memadai, maka dua hal ini dapat mencegah seseorang terjebak dalam perilaku pembelian yang spontan dan terus-menerus/impulsif (Rosidah and Prakoso, 2021). Hasil penelitian-penelitian di atas membuahkan kesimpulan bahwa literasi ekonomi dan kontrol diri mempunyai pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif.

Peneliti melakukan observasi awal di lapangan dengan ruang lingkup atau batasan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai subjek penelitian. Peneliti menemukan beberapa mahasiswa selalu memanfaatkan *marketplace*, seperti aplikasi Shopee, Tokopedia, dan yang lainnya dalam membeli segala kebutuhan mereka, khususnya kebutuhan yang menunjang kegiatan perkuliahan seorang mahasiswa seperti baju, tas, buku, maupun yang lainnya. Mahasiswa tersebut terdiri dari berbagai jurusan, termasuk juga Jurusan Pendidikan IPS (Ilmu Pengetahuan Sosial). Observasi awal oleh peneliti dikerucutkan lagi untuk mengamati perilaku pembelian online yang dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS. Hal ini karena pada dasarnya mereka sudah mempunyai bekal ilmu ekonomi yang sudah dipelajari di bangku kuliah. Hasilnya didapatkan bahwa beberapa di antara mereka mengakui seringkali membeli produk fashion yang hanya atas dasar rasa senang (suka) atau membeli suatu barang hanya karena terlihat "lucu" padahal barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan. Bahkan terdapat beberapa mahasiswa yang mana ia mengaku bahwa dirinya "harus" membeli barang ketika ada momentum promosi tertentu dari marketplace dalam jangka waktu satu hari (sekali dalam satu bulan), terlebih lagi dengan biaya ongkos kirim yang gratis meskipun dengan pembelian yang berulang kali.

Segala hal di atas menjadi penting untuk diteliti dalam rangka menekan terjadinya perilaku pembelian impulsif khususnya di kalangan mahasiswa dimana mayoritas dari mereka masih belum mempunyai sumber pendapatan sendiri. Selain itu, penting juga untuk

meningkatkan kontrol diri mereka agar bisa berpikir rasional dan mengambil keputusan pembelian yang tepat agar hal yang tidak diinginkan tidak akan terjadi, seperti penyesalan setelah kegiatan pembelian. Penelitian ini juga berguna untuk Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim sendiri sebagai tolak ukur dalam menilai kualitas pembelajaran ekonomi yang selama ini sudah berjalan. Namun perlu digarisbawahi kembali bahwa literasi ekonomi bukan menjadi satu-satunya acuan dalam permasalahan perilaku pembelian impulsif, karena masih terdapat aspek lainnya yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan kegiatan pembelian yang impulsif (tidak terencana) seperti kontrol diri, lingkungan teman sebaya, bahkan gaya hidup dari masing-masing individu. Masih banyak faktor lain yang tentunya punya pengaruh besar. Namun karena kepenulisan ini masih bersifat penelitian, maka peneliti hanya membatasi pada literasi ekonomi dan kontrol diri dengan variabel terikatnya berupa perilaku pembelian impulsif.

KAJIAN LITERATUR

Literasi Ekonomi

Mankiw mengungkapkan pengertian dari ilmu ekonomi sebagai ilmu yang di dalamnya membahas mengenai cara manusia dalam mendapatkan dan mengolah sumber daya yang mana persediaannya terbatas (Mankiw, 2006). Misalnya pendapat Mathews, bahwa literasi ekonomi adalah suatu konsep yang mendeskripsikan mengenai kemampuan seseorang dalam berpikir dan menggunakan konsep ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan mereka. (Mathews, 1999). Literasi ekonomi mempunyai beberapa indikator yang mengacu pada standar survei yang sudah dikembangkan oleh *The National Council on Economic Education* (NCEE), yaitu *The Standards in Economics Survey*. Louis Harris dan Associates, melakukan penelitian secara online bersama dengan NCEE pada tahun 2005, terhadap total 5.754 warga Amerika dengan rincian 3.512 orang usia dewasa (dengan rentang usia 18 tahun ke atas) dan 2.242 siswa SMA Amerika Serikat (kelas 9-12). Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan Uji Melek Ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak rata-rata 57% orang dewasa paham mengenai konsep dasar keilmuan ekonomi. Sementara itu, siswa SMA mendapatkan skor rata-rata 48% (Nuraeni, 2015). Berdasarkan hasil tersebut, dapat ditarik sebuah pernyataan bahwa semakin bertambah usia seorang individu, maka pengetahuan dan pemahaman mengenai literasi ekonominya juga akan meningkat.

Kontrol Diri

Menurut Chaplin dalam kamus psikologinya, ia mendefinisikan kontrol diri sebagai kecakapan seorang individu dalam mengarahkan/membimbing perilakunya dan menekan dorongan yang bersifat impuls (Chaplin, 1989). Sementara itu, Tangney juga menyebutkan bahwa kontrol diri adalah kemampuan seseorang dalam membentuk tingkah lakunya agar sesuai dengan standar maupun ukuran tertentu (misalnya norma, nilai, dan moral ada dalam masyarakat) sehingga ia bisa senantiasa berperilaku positif (Shohibullana, 2014). Adapun pengertian kontrol diri menurut Rodin yaitu perasaan seseorang dimana ia mampu memilih sebuah keputusan dan tindakan yang tepat dalam rangka memperoleh dampak/konsekuensi yang ia harapkan dan bisa terhindar dari dampak/konsekuensi yang tidak ia harapkan (Widiana, Retnowati and Hidayat, 2004). Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, bisa disimpulkan bahwa pengertian kontrol diri secara umum yaitu sebuah kondisi dimana seorang individu berusaha mengendalikan dan mengontrol dorongan maupun emosi yang ada di dalam dirinya.

Averill berpendapat bahwa kemampuan kontrol diri seseorang dibagi menjadi 3 aspek: (1) Kontrol Perilaku, yaitu siapnya sebuah respons seseorang yang secara langsung memengaruhi sebuah kondisi dan situasi yang tidak menyenangkan dimana kontrol jenis ini memiliki dua komponen, yaitu *regulated administration* (mengatur pelaksanaan) dan *stimulus modifiability* (modifikasi stimulus); (2) Kontrol Kognitif yaitu kemampuan seseorang dalam mengatur dan mengelola informasi yang tidak ia inginkan, yaitu dengan cara memaknai, menilai, serta menggabungkan sebuah peristiwa menjadi satu kerangka kognitif yang kemudian dapat meminimalisir tekanan. Kontrol jenis ini juga mencakup 2 aspek yaitu mendapatkan informasi dan melakukan interpretasi serta penilaian yang artinya individu tersebut menafsirkan suatu kejadian disertai pertimbangan segi positif secara subjektif; (3) Kontrol Keputusan yaitu kemampuan yang ada dalam seorang individu untuk menentukan dan memilih perilaku maupun hasilnya dengan didasarkan pada sesuatu yang disetujui dan diyakini (Ghufron, 2003).

Perilaku Pembelian Impulsif

Pada dasarnya, konsumen mempunyai berbagai macam perilaku dalam kegiatan pembelian dan pengambilan keputusan kegiatan tersebut, salah satunya yaitu perilaku pembelian impulsif. Loudon dan Bitta mendefinisikan *impulsive buying* sebagai kegiatan pembelian yang terjadi secara tiba-tiba dan tidak terencana. Keputusan konsumen dalam perilaku ini terjadi ketika ia melihat barang saat itu juga dan tiba-tiba mengalami perasaan maupun dorongan tertentu (Larasati and Budiani, 2014). Perasaan tersebut bersifat sangat kuat dan mendorong seorang konsumen untuk membeli sesuatu dengan sesegera mungkin. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, pengertian perilaku pembelian impulsif secara umum yaitu kegiatan seseorang dalam melakukan pembelian, yang terjadi dengan mendadak dan tanpa ada perencanaan sebelumnya.

Rook berpendapat bahwa perilaku pembelian impulsif mempunyai beberapa karakteristik khusus, yaitu sebagai berikut: (1) *Spontaneity* (spontanitas), artinya bahwa seseorang melakukan pembelian yang tidak ia harapkan dan tidak pernah terduga sebelumnya, sehingga konsumen termotivasi untuk membeli produk seketika (saat itu juga). Hal ini sering dianggap sebagai respons atau akibat terhadap stimulasi visual di lokasi penjualan (konsumen tertarik hanya karena gambar yang menarik); (2) *Power, compulsion, and intensity* (kekuatan, kompulsi, dan intensitas), artinya bahwa konsumen memiliki dorongan untuk mengabaikan dan mengesampingkan hal yang lainnya dan melakukan tindakan seketika (saat itu juga); (3) *Excitement and stimulation* (kegairahan dan stimulasi), artinya bahwa konsumen mempunyai keinginan atau gairah yang mendadak untuk melakukan pembelian dan disertai emosi yang dikarakteristikan dengan perasaan yang sifatnya bergairah dan tidak bisa dikendalikan; (4) *Disregard for consequences* (ketidakpedulian terhadap akibat/dampak), artinya seorang konsumen terdesak untuk melakukan pembelian dan sangat sulit untuk menolaknya, sehingga ia mengabaikan dampak negatif selanjutnya (misalnya rasa penyesalan) (Rook, 1987).

METODE

Peneliti melakukan segala proses penelitian mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, lebih tepatnya di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK). Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari - Juni 2022. Sementara itu, subjek penelitian yang dituju yaitu mahasiswa dan mahasiswi Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial tahun akademik 2018/2019

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Alasan pemilihan subjek tersebut adalah karena mahasiswa tersebut sudah menjalani masa studi yang lebih lama sehingga literasi ekonomi yang dimiliki juga lebih matang. Literasi yang didapat oleh mereka berasal dari enam mata kuliah berbau ekonomi yang wajib mereka tempuh, yaitu Pengantar Ilmu Ekonomi, Teori Ekonomi Mikro, Teori Ekonomi Makro, Ekonomi Moneter Internasional, Ekonomi Koperasi, dan Ekonomi Islam. Selain itu, pada pertengahan semester mereka sudah dihadapkan pada masa pandemi yang mengharuskan mereka menjalani perkuliahan online yang menyebabkan intensitas penggunaan internet lebih tinggi, terlebih lagi diikuti perkembangan zaman yang memudahkan setiap orang untuk berbelanja dari rumah. Alasan lainnya yaitu bahwa mahasiswa tersebut sudah memasuki kriteria masa remaja akhir (kisaran umur 18-25 tahun), dimana seharusnya usia tersebut mempunyai kontrol diri yang cukup kuat. Maka dari itu, subjek penelitian yang diambil sudah sangat sesuai dengan judul penelitian, dengan mempertimbangkan beberapa hal tersebut.

Pendekatan penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang dipilih oleh peneliti untuk menjadi acuan dalam berbagai kondisi dan situasi sebagaimana kejadian adanya di lapangan dengan jenis kuantitatif deskriptif (Bungin, 2013). Penelitian kuantitatif deskriptif merupakan salah satu jenis penelitian yang di dalamnya terdapat proses analisis data dan fakta statistik dengan mendeskripsikan kejadian maupun peristiwa. Kemudian, tujuan akhirnya yaitu mencari pengaruh maupun hubungan antara dua variabel atau lebih sehingga nantinya peneliti memperoleh kesimpulan.

Penelitian ini memilih mahasiswa dan mahasiswi Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun akademik 2018/2019 yang berjumlah total 151 orang. Adapun kriteria/batasan pertama dari populasi yang dipilih yaitu mereka yang mengambil dan menyelesaikan seluruh proses pembelajaran pada mata kuliah yang berkaitan dengan ilmu ekonomi yang totalnya ada enam, khususnya mata kuliah Pengantar Ekonomi, Ekonomi Mikro, dan Ekonomi Makro yang termasuk bagian dari beberapa mata kuliah wajib jurusan Pendidikan IPS (bukan mata kuliah peminatan) dan sesuai dengan standar tes literasi ekonomi yang sudah ditetapkan oleh NCEE. Selain kriteria tersebut, terdapat satu kriteria lagi yaitu adanya mahasiswa maupun mahasiswi pernah membeli produk apapun di *marketplace* (aplikasi belanja online). Berdasarkan jumlah populasi di atas, peneliti mengambil sampel dengan memakai teknik *probability sampling*, yakni teknik yang menganggap bahwa keseluruhan anggota populasi itu sama-sama mempunyai peluang untuk dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2018). Hal ini karena semua populasi dalam penelitian ini sudah memenuhi kriteria atau karakteristik yang harus dimiliki responden, yaitu sudah mengambil mata kuliah ekonomi tertentu dan pernah berbelanja di aplikasi belanja online (*marketplace*) sehingga seluruh populasi berpeluang sama. Rincian teknik yang dipilih yaitu metode *simple random sampling* dimana sampel yang dipilih berdasarkan acak (random) dan tanpa mempertimbangkan strata/tingkatan populasi. Adapun perhitungan dalam menentukan jumlah total sampel penelitian, peneliti menggunakan Rumus Slovin sebagai acuan dasarnya. Rumus Slovin adalah sebuah rumus perhitungan yang dipakai untuk menentukan jumlah sampel dengan total populasi yang lebih dari 100 orang (Sugiyono, 2018).

Peneliti mengumpulkan data penelitian dengan memakai tes, angket/kuesioner, dan dokumentasi sehingga instrumen yang dipakai berupa soal-soal tes dan lembar angket/kuesioner. Soal-soal tes dalam penelitian ini dipakai untuk mengukur variabel literasi ekonomi karena berkaitan dengan sejauh mana pengetahuan yang dimiliki oleh subjek penelitian. Soal tes tersebut mengadopsi pada uji literasi ekonomi yang dirancang oleh *The*

National Council on Economic Education (NCEE). Tes tersebut merupakan tes pilihan ganda (tes objektif) dengan empat pilihan jawaban. Soal yang dipakai ini juga sudah menyesuaikan dengan *The Standards in Economics Survey*. Berikut merupakan kisi-kisi butir instrumen tes dalam mengukur variabel literasi ekonomi:

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Literasi Ekonomi

No.	Variabel	Indikator	No. Butir Instrumen	Jumlah
1	Literasi Ekonomi	Masalah Pokok Ekonomi	1, 6, 11	3
		Pasar dan Harga	13	1
		Penawaran dan Permintaan	8, 10	2
		Peranan Pemerintah	5	1
		Distribusi Pendapatan	17	1
		<i>Comparative Advantage</i>	4, 7	2
		Pendapatan Nasional	3, 15	2
		Inflasi	16	1
		Kebijakan Moneter dan Fiskal	2, 9, 12, 1	4
Total				17

Sumber: Teori NCEE

Adapun teknik penskoran dalam tes ini (untuk mengetahui tingkat literasi ekonomi) yaitu bagi ia yang menjawab benar maka akan mendapatkan skor 1 dan bagi yang menjawab dengan salah akan mendapatkan skor 0. Instrumen penelitian yang kedua yaitu lembar angket/kuesioner yang di dalamnya berisi butir-butir pernyataan yang didasarkan indikator mengenai variabel kontrol diri dan perilaku pembelian impulsif. Peneliti memilih angket tertutup dimana sudah tersedia beberapa pilihan jawaban yang mana subjek penelitian (responden) cukup memilih salah satunya (Arikunto, 2013) Angket ini dipakai untuk mengukur variabel independen berupa kontrol diri dan variabel dependen berupa perilaku pembelian impulsif. Butir-butir pernyataan maupun pertanyaan dalam instrumen angket ini diambil dari beberapa indikator yang berasal dari teori-teori. Berikut merupakan kisi-kisi variabel kontrol diri dan variabel perilaku pembelian impulsif:

Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Kontrol Diri

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Butir Instrumen	Jumlah
1	Kontrol Diri	Behavioral Control	Kemampuan mengontrol perilaku	1, 2, 3	3
			Kemampuan mengontrol stimulus	4, 5	2
		Cognitive Control	Kemampuan mengantisipasi peristiwa atau kejadian	6, 7	2
			Kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian	8, 9, 10	3
		Decesional Control	Kemampuan mengambil keputusan	11, 12, 13, 14	4
Total					14

Sumber: Teori Averill

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Perilaku Pembelian Impulsif

No.	Variabel	Indikator	No. Butir Instrumen	Jumlah
1	Perilaku Pembelian Impulsif	Spontanitas	1, 2, 3, 4	4
		Kekuatan, kompulsi, dan intensitas	5, 6, 7, 8	4
		Kegairahan dan stimulasi	9, 10, 11	3
		Ketidakpedulian akan akibat	12, 13, 14, 15	4
Total				15

Sumber: Teori Rook

Dalam hal ini, kuesioner yang dipilih oleh peneliti menggunakan kuesioner dengan jenis Skala Likert. Pengertian dari Skala Likert yaitu skala dengan tujuan mengukur sikap, pendapat, maupun persepsi seseorang (subjek penelitian) tentang fenomena dan fakta sosial yang terjadi (Pranatawijaya et al., 2019). Skala Likert ini terdiri dari dua jenis pernyataan yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif. Sementara itu, penskoran skala ini terdiri dari empat pilihan jawaban dengan menghilangkan jawaban tengah. Hal ini dikarenakan akan menimbulkan kebingungan (ragu-ragu) sehingga tidak memiliki nilai yang jelas (Thalib, 2010).

Sebuah instrumen penelitian bisa disebut valid jika instrumen tersebut bisa menjadi acuan dalam mengukur sesuatu yang hendak diukur oleh peneliti. Validitas adalah suatu teknik pengukuran untuk mengetahui tingkat kevalidan sebuah instrumen (Arikunto, 2013). Pengujian butir-butir instrumen penelitian dimaksudkan agar instrumen tersebut bisa mengukur apa yang ingin diteliti, yaitu variabel penelitian. Perhitungan nilai validitas sebuah instrumen bisa memakai rumus korelasi product moment dari Karl Pearson. Selain valid, suatu instrumen dalam penelitian juga harus reliabel. Pada dasarnya, suatu instrumen bisa lolos uji reliabel ketika instrumen tersebut senantiasa menunjukkan hasil yang sama meskipun ia mengukur beberapa hal dalam jangka waktu yang berbeda (Arikunto, 2013). Penelitian ini melakukan uji reliabilitas dengan memakai *reliability coefficient* Alpha Cronbach yaitu melalui aplikasi IBM SPSS *Statistics* 25. Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini berupa *Regression Analysis* yakni dengan perhitungan regresi linear berganda. Sebelum melakukan uji hipotesis, perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pada bagian uji hipotesis, terdiri dari uji t, uji F, koefisien determinasi, sumbangan efektif & sumbangan relatif, serta analisis regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN

Dalam pengujian hipotesis, terdapat aspek yang harus diketahui terlebih dahulu yaitu nilai t_{tabel} dengan rumus nilai $t_{tabel} (\alpha/2; n-k-1)$ dimana α merupakan taraf signifikansi, n = jumlah sampel penelitian, dan k = jumlah variabel independen. Taraf signifikansi yang dipakai yaitu 0,05 sehingga $0,05/2 = 0,025$, sementara itu $n-k-1 = 110-2-1 = 107$. Dengan demikian, nilai t_{tabel} bisa dilihat pada $(0,025;107)$ dan didapatkan angka t_{tabel} senilai 1,984. Berikut merupakan tabel hasil uji t (parsial):

Tabel 4. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	64.601	4.835		13.362	.000
	Literasi Ekonomi (X1)	-.580	.161	-.294	-3.612	.000
	Kontrol Diri (X2)	-.584	.110	-.430	-5.294	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Impulsif (Y)

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel literasi ekonomi sebesar -3,612 dan nilai Sig. sebesar 0,00. Karena nilai Sig. $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Selain itu, nilai t_{hitung} bertanda negatif yang artinya berlawanan arah. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa “Terdapat pengaruh signifikan dan negatif, literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif di *marketplace* pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”. Arti pengaruh yang positif, maksudnya jika literasi ekonomi seseorang mengalami peningkatan maka perilaku pembelian impulsifnya akan mengalami penurunan, dan juga sebaliknya.

Jika melihat tabel hasil uji t di atas, bisa diketahui nilai t_{hitung} sebesar -5,924 dan angka Sig. senilai 0,00. Berdasarkan nilai tersebut, maka dapat diambil interpretasi bahwa $0,00 < 0,05$ yang menandakan H_a diterima dan H_0 ditolak. Karena nilai Sig. $< 0,05$ dan nilai t_{hitung} bertanda negatif (-5,924), maka bisa diambil kesimpulan bahwa “Terdapat pengaruh signifikan dan negatif, kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif di *marketplace* pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”. Maksud dari pengaruh yang negatif yaitu berlawanan arah dimana jika kontrol diri seseorang meningkat maka perilaku pembelian impulsifnya menurun, dan juga sebaliknya.

Uji F (simultan) merupakan pengujian yang bertujuan untuk mencari tahu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama).

Pengambilan keputusan hipotesis dalam pengujian ini yaitu, jika nilai Sig. $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Kemudian jika nilai Sig. $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Berdasarkan pedoman tersebut, maka harus diketahui terlebih dahulu nilai dari F_{tabel} . Rumus menentukan F_{tabel} yaitu $(k;n-k)$ dimana k = jumlah variabel independen dan n = jumlah sampel penelitian, sehingga bisa ditarik angka penentuan $F_{tabel} = 2;110-2 = 2;108$. Angka tersebut kemudian dilihat pada distribusi nilai F tabel pada taraf signifikansi 5% (0,05) sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,08. Berikut merupakan hasil perhitungan nilai Sig. dan F_{hitung} melalui aplikasi IBM SPSS *Statistics* 25:

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1348.256	2	674.128	23.612	.000 ^b
	Residual	3054.844	107	28.550		
	Total	4403.100	109			

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Impulsif (Y)

b. Predictors: (Constant), Kontrol Diri (X2), Literasi Ekonomi (X1)

Anova tabel di atas merupakan hasil perhitungan uji F dimana bisa didapatkan nilai Sig. sebesar 0,00 dan nilai F_{hitung} sebesar 23,612. Jika dilakukan perbandingan, maka nilai Sig. $0,00 < 0,05$ dan $23,612 > 3,08$ (nilai Sig. < 0 ; $F_{hitung} > F_{tabel}$). Hasil ini menghasilkan keputusan bahwa maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang memiliki arti bahwa “Terdapat pengaruh signifikan literasi ekonomi dan kontrol terhadap perilaku pembelian impulsif di marketplace pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”. Artinya, bahwa kedua variabel independen tersebut berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas menerangkan variabel terikat. Berikut hasil perhitungan koefisien determinasi melalui program IBM SPSS *Statistics* 25:

Tabel 6. Hasil Uji R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.553 ^a	.306	.293	5.343

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri (X2), Literasi Ekonomi (X1)

Diketahui bahwa nilai R Square (R^2) pada tabel di atas adalah sebesar 0,306 (berasal dari $0,553 \times 0,553$). Angka 0,306 tersebut sama dengan 30,6%, dimana angka ini mempunyai interpretasi bahwa literasi ekonomi dan kontrol diri secara simultan berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif sebesar 30,6%. Sementara itu, sisanya yaitu 69,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, misalnya faktor lingkungan teman sebaya, tingkat ekonomi orang tua, dan lain sebagainya.

Perhitungan sumbangan relatif dan sumbangan efektif dalam hal ini bertujuan untuk mengetahui besar persentase pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam melakukan perhitungan, terdapat beberapa aspek yang harus diketahui terlebih dahulu. Salah satunya yaitu nilai dari koefisien korelasi yang dapat diambil dari hasil analisis korelasi melalui aplikasi IBM SPSS *Statistics* 25 sebagai berikut:

$$SE(X)\% = \text{Beta}_x \times r_x \times 100\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, bisa ditarik kesimpulan adanya total SE adalah senilai 30,6% dimana angka ini sama dengan angka koefisien determinasi analisis regresi. Dari total keseluruhan pengaruh variabel independen sebesar 30,6%, variabel literasi ekonomi memberikan angka sumbangan efektif pengaruh sebesar 10,4 % dan sisanya 20,2% merupakan sumbangan efektif besar pengaruh variabel kontrol diri terhadap variabel perilaku pembelian impulsif. Dengan demikian bisa ditarik kesimpulan adanya variabel kontrol diri mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap variabel perilaku pembelian impulsif daripada variabel literasi ekonomi.

Uji analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dilakukan melalui program IBM SPSS *Statistics* 25 dan memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Tabel Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	64.601	4.835		13.362	.000
	Literasi Ekonomi (X1)	-.580	.161	-.294	-3.612	.000
	Kontrol Diri (X2)	-.584	.110	-.430	-5.294	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Impulsif (Y)

Berdasarkan angka-angka hasil pengujian yang ada pada tabel tersebut, maka dapat ditarik sebuah rumus persamaan regresi berikut:

$$Y = 64.601 - 0,580 X_1 - 0,584 X_2 + e$$

Adapun interpretasi yang dapat diambil dari persamaan tersebut yaitu: (1) Nilai konstanta a senilai 64.601 berarti bahwa jika literasi ekonomi dan kontrol diri bernilai 0, maka perilaku pembelian impulsif akan mengalami peningkatan sebesar 64.601; (2) Nilai koefisien variabel literasi ekonomi (X_1) senilai -0,580 (nilai negatif) berarti bahwa terdapat pengaruh negatif literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif. Jika literasi ekonomi mengalami kenaikan sebesar 1 (satu), maka perilaku pembelian impulsif akan turun sebesar 0,580; (3) Nilai koefisien variabel kontrol diri (X_2) senilai -0,584 (negatif) berarti terdapat pengaruh negatif kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif, dimana jika kontrol diri mengalami kenaikan sebesar 1 poin maka perilaku pembelian impulsif akan menurun sebesar 0,584; (4) Maksud dari "e" pada persamaan regresi di atas yaitu faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian impulsif selain literasi ekonomi dan kontrol diri (di luar penelitian ini).

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa

Penelitian ini telah melakukan uji t (parsial) dan mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif di *marketplace* yang terjadi pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (H_a diterima dan H_0 ditolak). Pengaruh (hipotesis) tersebut mempunyai arah yang negatif, dimana jika literasi ekonomi mengalami peningkatan maka perilaku pembelian impulsif otomatis turun. Begitu pula sebaliknya, yaitu ketika literasi ekonomi semakin turun maka perilaku pembelian impulsif mereka akan semakin tinggi. Hal tersebut ditunjukkan oleh angka Sig. senilai 0,00 dan angka t_{hitung} variabel literasi ekonomi senilai -3,612 yang bernilai negatif. Adapun besar sumbangan pengaruh variabel literasi ekonomi yaitu ditunjukkan oleh nilai sumbangan efektif sebesar 10,4%.

Uraian hasil penelitian yang telah disebutkan di atas, selaras dengan penelitian milik Ervin Damas Sulthoni dengan subjek penelitian pemuda Medayu Suruh Salatiga yang mendapatkan hasil bahwa literasi ekonomi mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif pada online shop sebesar 17,8% untuk nilai sumbangan efektif dan 6,7% untuk nilai sumbangan relatif (Sulthoni, 2021). Penelitian lain yang dilakukan oleh Ahmad Bachtiar Firdaus dengan subjek penelitian mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Malang angkatan 2018 juga menunjukkan hasil yang serupa bahwa adanya literasi ekonomi

berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (induk perilaku pembelian impulsif) sebesar 0,9% (Firdaus, 2021). Indah Pratiwi dalam artikelnya juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha dengan nilai t_{hitung} sebesar 11,442 (Pratiwi, 2017).

Jappeli dalam teorinya mengungkapkan bahwa literasi ekonomi mempunyai peran dan posisi yang cukup penting dalam membuat keputusan ekonomi rumah tangga khususnya rumah tangga konsumen, dalam hal ini yaitu mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Literasi ekonomi juga menjadi salah satu tolak ukur kecerdasan konsumen yang mana hal ini sangat ditentukan oleh aspek pendidikan (Risnawati, Mintarti and Wardoyo, 2018). Jurusan Pendidikan IPS sebagai salah satu jurusan yang berada di naungan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Malang menaruh posisi yang besar sebagai lembaga penentu tingkat kualitas sumber daya yang dimiliki mahasiswanya. Pernyataan tersebut didukung oleh pendapat Efendi yang juga menyebutkan bahwa literasi ekonomi yang ada dalam diri seseorang dapat mengarahkan manusia agar menjadi bijak dalam penggunaan sumber daya ekonomi mereka (Rosidah and Prakoso, 2021). Oleh karena itu, kemampuan seseorang dalam mengolah pengetahuan ekonomi yang mereka miliki dapat membantu mereka agar lebih berhati-hati ketika menentukan sebuah keputusan ekonomi. Bisa disimpulkan dari berbagai analisis di atas, bahwa hasil penelitian ini membuktikan teori yang salah satunya disebutkan oleh Sina bahwa literasi ekonomi yang ada dalam diri seseorang mempunyai peran dalam memberi pemahaman dan membuat keputusan ekonomi yang bijak (Sina, 2012).

Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa nilai t_{hitung} pada variabel kontrol diri sebesar -5,924 dan nilai Sig. sebesar 0,00. Nilai ini memberikan keputusan H_a diterima dan H_0 ditolak yakni terdapat pengaruh signifikan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan arah pengaruh yang negatif. Jadi, tinggi rendahnya kontrol diri mahasiswa berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif yang ia lakukan dengan pengaruh yang berlawanan arah atau negatif. Arah negatif ini menandakan bahwa jika tingkat kontrol diri yang ada pada mahasiswa tinggi maka tingkat kecenderungan perilaku pembelian impulsif mereka akan mengalami penurunan, dan juga sebaliknya.

Hasil di atas sesuai dengan hasil penelitian Nuraeni yang memperoleh keputusan bahwa kontrol diri mempunyai pengaruh signifikan serta negatif terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Pengaruh dari penelitian tersebut dibuktikan oleh angka t_{hitung} senilai -8,734 dan Sig. 0,00 (Nuraeni, 2015). Penelitian lain oleh Nilam Pangkaca & Asri Rejeki menghasilkan data yang serupa yakni disebutkan bahwa adanya kontrol diri berpengaruh signifikan negatif terhadap perilaku pembelian impulsif pada karyawan Department Store dengan nilai sumbangan efektif sebesar 64% (Pangkaca and Rejeki, 2021). Winia Lestari dalam penelitiannya juga mendapati nilai R Square sebesar 79,9% dimana kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif produk fashion pada wanita (W. Lestari, 2020). Hasil-hasil penelitian tersebut membuktikan teori Chaplin yang mengatakan bahwa kontrol diri merupakan sebuah kemampuan seseorang dalam membimbing arah perilakunya (tingkah laku) serta menekan dorongan (impuls-impuls) dari dalam dirinya (Pratiwi, 2017).

Sebagaimana pengertian dari kontrol diri sendiri menurut Rodin yaitu kondisi ketika seseorang mampu membuat keputusan yang tepat dalam rangka mendapatkan konsekuensi yang ia harapkan dan terhindar dari hal yang tidak diharapkan. Maka dalam kasus perilaku pembelian impulsif, sebelum membeli barang di *marketplace* mahasiswa cukup mampu untuk berpikir mengenai tindakan serta dampak yang akan ditimbulkan dari tindakan tersebut (Widiana, Retnowati and Hidayat, 2004). Hal ini selaras dengan pendapat Ghufron bahwa usia seseorang memengaruhi kontrol diri yang ada di dalam dirinya sehingga kontrol diri masing-masing individu tentu tidak sama tingkatnya. Hal ini terjadi karena banyak faktor yang memengaruhi tingkat kontrol diri, misalnya faktor internal seperti usia maupun faktor eksternal misalnya keluarga atau lingkungan (Marsela and Supriatna, 2019).

Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji F secara simultan, penelitian ini menghasilkan angka F_{hitung} sebesar 23,612 dan nilai Sig. sebesar 0,00. Keputusan yang didapatkan yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa terdapat pengaruh signifikan literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif yang terjadi pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2018. Hal ini dapat diartikan bahwa jika literasi ekonomi dan kontrol diri mahasiswa tergolong rendah, maka tingkat perilaku pembelian impulsif mereka akan semakin tinggi. Sebaliknya yaitu ketika literasi ekonomi dan kontrol diri mahasiswa semakin tinggi, maka hal ini dapat menekan atau menurunkan tingkat perilaku pembelian impulsif. Adapun perhitungan koefisien determinasi (R Square) menghasilkan angka senilai 0,306 artinya bahwa literasi ekonomi dan kontrol diri mempunyai pengaruh persentase senilai 30,6% terhadap perilaku pembelian impulsif. Sedangkan sisanya merupakan faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku pembelian impulsif di luar penelitian ini. Dari total R Square tersebut, variabel literasi ekonomi memberikan angka sumbangan efektif senilai 10,4%. Sementara itu, sumbangan efektif dari variabel kontrol diri yaitu sebesar 20,2%.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian lain yang dilakukan Noni Rozaini dan Bismi Aditya Ginting terhadap mahasiswa Jurusan Pendidikan Bisnis angkatan 2014 UNMED yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian impulsif pada produk fashion. Hal ini dibuktikan melalui angka F_{hitung} sebesar 21,522 dan nilai Sig. 0,00, serta nilai R Square sebesar 0,371 (37,1%) (Rozaini and Ginting, 2019). Ainur Rosidah dalam penelitiannya juga mengungkapkan bahwa literasi ekonomi dan kontrol diri berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Nilai R Square pada penelitian tersebut sebesar 29,1% dan besar F_{hitung} senilai 14,136 dengan Sig. 0,00 (Rosidah and Prakoso, 2021).

Perilaku pembelian impulsif dapat menimbulkan kecemasan terhadap pelakunya karena rasa keinginan yang ada dalam dirinya untuk membeli produk tertentu, terlebih lagi dengan adanya kemudahan dan tawaran tertentu dari berbagai *marketplace*. Perilaku pembelian impulsif juga terjadi secara alamiah, tanpa memikirkan akibat yang akan terjadi dari pembelian tersebut (Dewanti and Haryono, 2021). Mahasiswa dengan literasi ekonomi yang cukup signifikan tentu akan mempertimbangkan biaya dan manfaat dalam membeli suatu barang, sebagaimana materi yang sudah diajarkan dalam mata kuliah yang berhubungan dengan ekonomi di Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Di sisi lain, kontrol diri akan berperan dalam menentukan pilihan suatu tindakan

seseorang khususnya bagi mereka yang memasuki usia dewasa awal dengan pertimbangan rasionalnya, termasuk mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2018 yang tergolong usia masa dewasa awal. Kontrol diri dalam diri seseorang juga mampu menekan dirinya untuk tidak melakukan pembelian secara spontan meskipun banyak tawaran produk, diskon, maupun trend terbaru. Oleh karena itu, dengan adanya pemahaman yang memadai mengenai konsep ekonomi serta pengendalian (kontrol) yang ada dalam dirinya, maka seseorang dapat menekan dorongan alamiahnya untuk melakukan perilaku pembelian impulsif.

Masa pandemi COVID-19 dan kebiasaan berdiam diri di dalam rumah dengan penggunaan intensitas internet yang tinggi menyebabkan fenomena pembelian barang yang tidak terkontrol. Islam memandang perilaku pembelian impulsif sebagai perilaku yang boros dan berlebihan. Hal ini sudah jelas dilarang dalam ajaran Islam sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Isra' Ayat 27 sebagai berikut (Kementerian Agama RI, 2018):

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

{الإسراء : ٢٧}

Artinya: “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (QS. Al-Isra':27)”

Ayat tersebut memberi makna yaitu perilaku boros dan berlebihan merupakan suatu perbuatan yang tercela dalam pandangan Islam. Perilaku pembelian impulsif merupakan suatu bentuk sifat boros atau mubazir yang ditemukan di masa kini, khususnya masa pandemi COVID-19. Perilaku pembelian impulsif yang berlangsung secara terus-menerus akan mengarahkan seseorang pada sifat boros. Seseorang dengan perilaku pembelian impulsif dapat mudah membelanjakan harta mereka dengan tanpa menimbang manfaat dan mudharatnya.

Faktor yang memengaruhi perilaku pembelian impulsif dalam diri seseorang, misalnya dari segi produk, pemasaran, maupun segi konsumen. Faktor lainnya bisa berasal dari segi pendidikan yang dimiliki seseorang dan lingkungan yang ia miliki (Wathani, 2009). Penelitian ini mengangkat faktor pendidikan (literasi ekonomi) dan konsumen (kontrol diri) sebagai variabel independen dalam menentukan perilaku pembelian impulsif di *marketplace* yang terjadi pada mahasiswa Jurusan pendidikan IPS UIN Malang angkatan 2018 dan menghasilkan angka R Square sebesar 30,6%. Oleh karena itu, faktor-faktor lain yang tidak diambil dalam penelitian ini menyumbang angka persentase sebesar 69,4%. Adapun rincian dari faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebagaimana pendapat Winia Lestari bisa berupa variabel demografis, variabel lingkungan, pemasangan iklan, dan sumber yang bebas seperti laporan konsumen (S. P. Lestari, 2020).

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan data penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Terdapat pengaruh signifikan negatif literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif di *marketplace* pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Jika literasi ekonomi mahasiswa meningkat maka perilaku pembelian impulsif akan turun dan begitu juga sebaliknya; (2) Terdapat pengaruh signifikan negatif kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif di *marketplace* pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang; (3) Terdapat pengaruh signifikan literasi ekonomi dan kontrol diri secara simultan terhadap perilaku pembelian impulsif di *marketplace* pada mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Uraian hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi maupun acuan bagi lembaga pendidikan dalam hal ini Jurusan Pendidikan IPS dan Fakultas Ilmu Tarbiyah & Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Mahasiswa diharapkan lebih mendalami konsep literasi ekonomi dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-harinya khususnya dalam aktivitas ekonominya. Orang tua mahasiswa sebaiknya selalu melakukan pengendalian pola perilaku mahasiswa yang sedang mengalami transisi dari masa remaja menuju dewasa. Peneliti berharap bagi penelitian selanjutnya dengan penelitian serupa agar melakukan pengembangan yang lebih relevan dengan masalah yang dihadapi. Namun sebelum itu, peneliti berharap bagi peneliti selanjutnya agar melakukan pertimbangan variabel lain.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brown, K. E. and Saeed, T. (2015). Radicalization and counter-radicalization at British universities: Muslim encounters and alternatives, *Ethnic and Racial Studies*, 38(11), pp. 1952–1968. <https://doi.org/10.1080/01419870.2014.911343>.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Format-format Kualitatif dan Kuantitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Chaeruddin, S., Sukarsih, I. and Respitawulan, R. (2021). Pemilihan Marketplace Di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode MOORA, *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, 6(2), p. 149. <https://doi.org/10.24114/cess.v6i2.22511>.
- Chaplin, J. P. (1989). *Kamus Lengkap Psikologi Terj. Dr. Kartono dan Kartini*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dewanti, I. and Haryono, A. (2021). Pengaruh persepsi harga, kontrol diri, dan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif produk baju pada mahasiswa S1 pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang angkatan 2017, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, 1(8), pp. 718–734. <https://doi.org/10.17977/um066v1i82021p718-734>.
- Dinar, M. and Hasan, M. (2018). *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Makasar: CV. Nur Lina.
- Firdaus, A. B. (2021). *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa PIPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Ghufron, M. N. (2003). Hubungan Kontrol Diri Dan Persepsi Remaja Terhadap Penerapan Disiplin Orang Tua Dengan Prokrastinasi Akademik (Tesis), *Yogyakarta: Fakultas Psikologi Gajah Mada*. Available at: <http://www.librarygunadarma.com>.
- Hakim, L. N. (2020). Urgensi Revisi Undang-Undang tentang Kesejahteraan Lanjut Usia, *Aspirasi: Jurnal Masalah-masalah Sosial*, 11(1), pp. 43–55. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v11i1.1589>.
- Kementerian Agama RI. (2018). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Halim Publishing & Distributing.
- Larasati, M. A. and Budiani, M.S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Pembelian Impulsif Pakaian pada Mahasiswi Psikologi Universitas Negeri Surabaya yang Melakukan Pembelian Secara Online, *Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(3).
- Lestari, S. P. (2020). Online Shop Yang Dilakukan Oleh Mahasiswa Di Kota Semarang Pada Masa Pandemi Covid 19, 9(2), p. 17.

- Lestari, W. (2020). Pengaruh Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion pada Wanita (Skripsi), *Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara*, p. 140.
- Mankiw, N. G. (2006). *Pengantar Teori Ekonomi Makro, Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marsela, R. D. and Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri : Definisi dan Faktor, *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2), pp. 65–69.
- Mas'ud, A. et al. (2019). Program Penalaran Islam Indonesia dan Gerakan Kontra-Radikalisme', *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies)*, 6(2), pp. 175–202. <https://doi.org/10.15642/jpai.2018.6.2.175-202>.
- Mathews, L. G. (1999). Promoting economic literacy: ideas for your classroom, *Paper prepared for the 1999 AAEA annual meeting Nashville, Tennessee*.
- 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 (Skripsi)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pangkaca, N. and Rejeki, A. (2021). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Belanja Online Pada Karyawan Department Store, *JISS: Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), p. 11.
- Pranatawijaya, V. H. et al. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online, *Jurnal Sains dan Informatika*, 5(2), pp. 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>.
- 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), p. 98. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.19994>.
- Risnawati, Mintarti, S. U. and Wardoyo, C. (2018). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa, *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 3(4), pp. 430–436.
- Rizal, M., Afrianti, R. and Abdurahman, I. (2021). *Dampak Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) bagi Pelaku Bisnis Coffe shop pada Masa Pandemi Terdampak COVID-19 di Kabupaten Purwakarta*, 12(1), p. 10.
- Rokhmad, A. (2012). Radikalisme Islam dan Upaya Deradikalisasi Paham Radikal, *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(1), pp. 79–114. <https://doi.org/10.21580/ws.20.1.185>.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse, *The Journal of Consumer Research*, *Oxford University Press* 14, 14(2), pp. 189–199.
- Rosidah, A. and Prakoso, A. F. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), pp. 275–287. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.398>.
- Rozaini, N. and Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion, *Niagaawan*, 8(1), p. 1. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i1.12795>.
- Shohibullana, I. H. (2014). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA (Ditinjau dari Lokasi Sekolah), *Jurnal Online Psikologi*, 2(1).
- Sina, P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi, *Jurnal Economia*, 8(2), p. 9.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan RnD, Cetakan Ke-27*. Bandung: Alfabeta.
- Sulthoni, E. D. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion di Online Shop pada Kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga, *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

- Thalib, S. B. (2010). *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Kencana.
- Utari, P. *et al.* (2020). Belanja Online Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19: Modifikasi Perilaku Konsumen, *Islamic Communication Journal*, 5(2), p. 143. <https://doi.org/10.21580/icj.2020.5.2.6450>.
- Wathani, F. (2009). Perbedaan Kecenderungan Pembelian Impulsif Produk Pakaian Ditinjau dari Peran Gender (Skripsi), *Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara* [Preprint].
- Widiana, H. S., Retnowati, S. and Hidayat, R. (2004). Kontrol Diri Dan Kecenderungan Kecanduan Internet, *Humanitas : Indonesian Psychological Journal*, 1(1), p. 11.
- Wijaya, E. and Oktarina, Y. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada Hodshop Bengkulu, *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), pp. 10–22. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v7i1.696>.