

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ALBUM MUSIK DAN MERCHAIND PADA
KOMUNITAS PENGGEMAR K-POP ARMY DIMEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

LILI OLIVIA ARITONANG

198600192



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 24/10/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)24/10/23

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ALBUM MUSIK DAN MERCHANDISE PADA
KOMUNITAS PENGGEMAR K-POP ARMY DIMEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Universitas Medan Area



OLEH :

LILI OLIVIA ARITONANG

198600192

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh kontrol diri terhadap keputusan pembelian album musik dan merchand pada komunitas penggemar k-pop army dimedan
Nama : Lili Olivia Aritonang
NPM : 198600192
Fakultas : Psikologi

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing



Dinda Permata Sari Harahap S.Psi., M.Psi. Psikolog
Pembimbing



Muhammad Ridwan, Ph. D
Dekan

Laili Alfita S.Psi., MM., M.Psi. Psikolog
Wakil Dekan Bidang Pendidikan,
Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tanggal disetujui : 29 September 2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 29 September 2023



Lili Olivia Aritonang
198600192

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lili Olivia Aritonang
NPM : 198600192
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul : : Pengaruh kontrol diri terhadap keputusan pembelian album musik dan merchand pada komunitas penggemar k-pop army di Medan. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 29 September 2023


Lili Olivia Aritonang
198600192

ABSTRAK

PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM MUSIK DAN MERCHANDISE PADA KOMUNITAS PENGGEMAR K-POP ARMY DIMEDAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap keputusan pembelian album musik dan merchandise pada komunitas penggemar K-Pop Army di Medan. Penelitian ini mengacu pada metode kuantitatif dengan analisis korelasional. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kontrol diri dan skala keputusan pembelian, dimana subjek dalam penelitian ini adalah penggemar K-Pop Army di Medan yang berjumlah 87 orang. Untuk mendekati permasalahan ini dipergunakan acuan teori dari Ghuffron dan Rinaswati (2012). Teknik pengambilan data menggunakan non-probability sampling dengan teknik sampling purposive. Subjek dalam penelitian ini adalah penggemar K-Pop Army di Medan tepatnya di grup Army Yummy Medan. Berdasarkan hasil perhitungan analisis korelasi maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh negatif, dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan koefisien linieritas $r_{xy} = -0,610$ dengan $p = 0,000 < 0,010$ dengan arti semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi keputusan pembelian pada komunitas K-Pop Army di Medan.

Kata Kunci: Kontrol diri, Keputusan pembelian, Penggemar K-Pop

ABSTRACT

THE EFFECT OF SELF-CONTROL ON THE PURCHASING DECISIONS OF MUSIC ALBUM AND MERCHANDISE IN THE K-POP ARMY COMMUNITY IN MEDAN

This study aims to determine the effect of self-control on the decision to purchase music albums and merchandise in the K-Pop Army fan community in Medan. This research refers to the quantitative method with correlational analysis. The scale used in this study is the self-control scale and the purchase decision scale, where the subjects in this study were 87 K-Pop Army fans in Medan. In order to approach this problem, a theoretical reference from Ghuffron and Rinaswati (2012) is used. The data collection technique uses non-probability sampling with a purposive sampling technique. The subjects in this research were K-Pop Army fans in the field, to be precise, in the army yummy field group. Based on the results of the calculation of the correlation analysis, it can be seen that there is a negative influence, seen from the results of the study showing the linearity coefficient $r_{xy} = -0.610$ with $p = 0.000 < 0.010$, meaning that the lower the self-control, the higher the purchasing decision in the K-Pop Army community in Medan

Keywords: *Self control, Purchase decision, K-Pop fans*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Lili Olivia Aritonang, Lahir di berastagi pada tanggal 25 Februari 2001. Penulis lahir dari pasangan Bapak Parningotan Aritonang dengan Ibu Veronika Sianipar. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis memiliki satu adik perempuan bernama Gebi Margaretha Aritonang. Pada Tahun 2019 Penulis lulus dari SMA Negeri 1 Berastagi dan Pada tahun 2019 penulis terdaftar pada salah satu Universitas Swasta Program S1 Jurusan Psikologi Universitas Medan Area.

Berkat dari kasih karunia Tuhan Yang Maha Esa, usaha dan disertai doa dari kedua orang tua, keluarga dan sahabat dalam menjalani aktivitas akademik di perguruan tinggi Universitas Medan Area. Alhamdulillah dengan rasa syukur penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul “Pengaruh kontrol diri terhadap keputusan pembelian album musik dan merchand pada komunitas penggemar k-pop army di medan”. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan dan menambah ilmu pengetahuan serta bermanfaat dan berguna bagi sesama.

KATA PENGANTAR

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada Ibu Dinda Permatasari Harahap, S.psi, M.Psi, Psikolog selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia membantu saya dan banyak memberikan masukan dan motivasi, serta meluangkan waktunya dan selalu sabar membimbing saya selama pengerjaan skripsi ini. Kepada kepala grup Army Yummy Ibu Rina Jimina yang telah memberikan saya izin peneliti untuk melakukan penelitian dalam grup tersebut. Kepada seluruh anggota grup Army Yummy yang bersedia menjadi subjek dalam penelitian ini dan sangat baik hati membantu penulis dalam melakukan penelitian dan sangat ramah dalam menanggapi penulis. Yang istimewa Ibu penulis yang sangat penulis cintai yaitu mama Veronica Sianipar yaitu sangat berjasa dalam kehidupan penulis, penyemangat, memberikan pengorbanan yang begitu luar biasa serta memberikan motivasi setiap hari kepada penulis. Terimakasih kepada telah mempercayakan segala hal kepada penulis sehingga penulis dapat sampai pada titik ini. Semoga Tuhan selalu menyertai jalan dan menjaga mama disegala waktu.

Kepada teman-teman yang telah membantu dan menyemangati saya dalam menyusun skripsi ini penulis ucapkan terima kasih banyak atas bantuannya. Tanpa adanya dukungan kalian penulis tidak akan bisa sampai dititik ini. Terimakasih juga kepada Bangtan Seoyondan karena sudah menghibur saya selama beberapa tahun ini sehingga mental saya terjaga hingga sampai saat ini.

Medan, 29 September 2023

Lili Olivia Aritonang
198600192

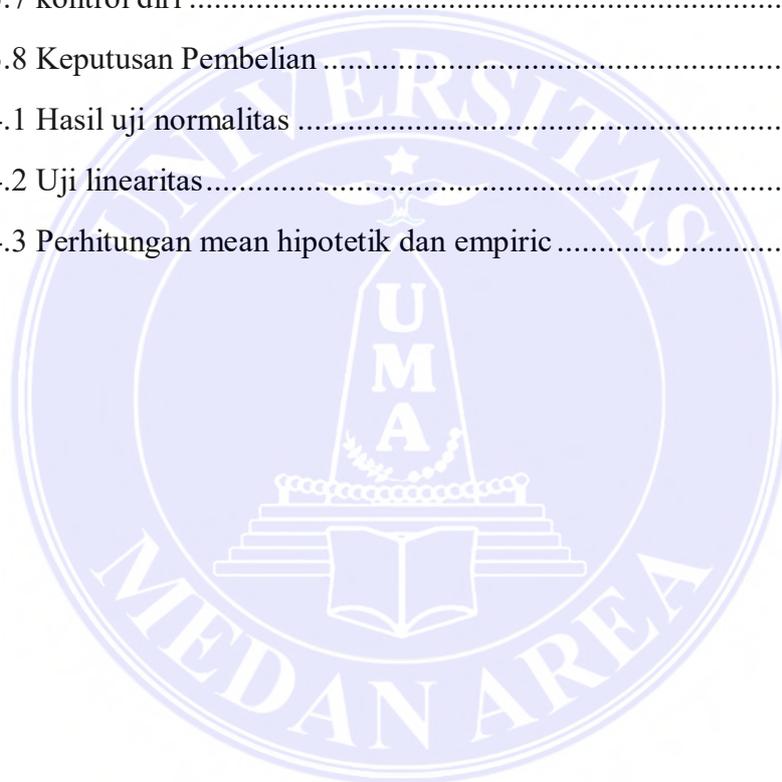
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Hipotesis.....	11
1.5 Manfaat penelitian	12
II. TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Keputusan pembelian.....	13
2.2 Kontrol diri.....	22
2.3 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian.....	26
2.4 Kerangka Konseptual.....	28
III. METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	29

3.1.1	Waktu Penelitian	29
3.1.2	Tempat Penelitian.....	29
3.2	Bahan dan Alat Penelitian.....	29
3.3	Tipe Penelitian.....	29
3.4	Identifikasi Variabel Penelitian	32
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.6	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.7	Teknik pengumpulan data	34
3.8	Validitas dan Reabilitas	36
3.9	Metode Analisis Data.....	37
3.10	Prosedur Kerja	38
3.10.1	Persiapan penelitian	38
3.10.2	Pelaksanaan Penelitian	39
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Analisis Data dan Hasil Penelitian	42
4.2	Pembahasan.....	46
V.	SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1	Simpulan	48
5.2	Saran	49
	LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uji skala kontrol diri	30
Tabel 3.2 Hasil uji validitas dan reabilitas skala kontrol diri.....	30
Tabel 3.3 Uji skala keputusan pembelian	31
Tabel 3.4 Hasil uji validitas dan reabilitas skala kontrol diri	31
Tabel 3.5 Teknik Slovin	35
Tabel 3.6 Keputusan pembelian	37
Tabel 3.7 kontrol diri	39
Tabel 3.8 Keputusan Pembelian	40
Tabel 4.1 Hasil uji normalitas	42
Tabel 4.2 Uji linearitas.....	43
Tabel 4.3 Perhitungan mean hipotetik dan empiric	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.1 Kurva Kontrol Diri	45
Gambar 4.2 Kurva Keputusan Pembelian	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Penelitian	54
Lampiran 2 Data Penelitian.....	59
Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reabilitas	64
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas	71
Lampiran 5 Hasil Uji Linearitas	73
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Dan Korelasi	77
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian Dan Pengambilan Data	80



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi sudah sangat menyatu dengan kehidupan masyarakat. Seperti media sosial yang sering dipakai oleh masyarakat dan banyak informasi diperoleh dari media sosial. Kebanyakan dari kita mendapatkan informasi yang terbaru dari media sosial daripada dari radio maupun surat kabar dan televisi. Dengan menggunakan media sosial kita juga dapat memperoleh informasi dari dalam maupun luar negeri begitu juga menyebarkan apa yang kita miliki seperti budaya yang kita miliki yang bermacam ragam. Negara Korea juga sangat memanfaatkan teknologi dengan menyebarkan musik mereka yaitu yang sangat kita kenal Korean music (Ri' aeni, suci, pertiwi, sugiarti 2019)

Budaya pop Korea saat ini menjadi salah satu budaya pop yang sedang trend, terutama di kalangan penggemar budaya pop muda. Hal itu terjadi karena pemerintah Korea Selatan sendiri sangat mendukung produksi dan penyebaran budaya pop mereka. Mereka memiliki tujuan sebagai pengekspor budaya populer negara-negara di seluruh dunia. Dengan begitu industri musik Korea merupakan termasuk yang terbesar di dunia.

Korean music atau yang sering mereka sebut dengan *hallyu* merupakan kesukaan terhadap sesuatu yang berbau Korea seperti musik maupun dramanya yang sangat populer di kalangan remaja Indonesia. Kata *hallyu* sendiri diadopsi dari media di Tiongkok dengan kata '*Hanliu*' (Tanpali dan Rinaldi 2020). Indonesia termasuk ke dalam negara yang terbanyak mengonsumsi musik Korea

baik itu anak-anak, remaja, maupun dewasa. Dengan banyaknya penyuka musik korea sangat memudahkan industri musik korea dalam menyebarkan album, merchand, maupun brand lainnya. Media sosial sangat berpengaruh bagi musik korea. Setiap hari setiap kita melihat berita maupun hal didalam media sosial tersebut pasti ada yang berbau korea.

Di penghujung tahun 2000-an, K-Pop atau musik populer Korea berhasil menarik minat masyarakat, terutama anak muda di seluruh dunia melalui grup-grup idola muda yang telah dipersiapkan untuk menghibur mereka (Eka dan Rina 2021). Tetapi tidak seterkenal sekarang yang dimana-mana kita pasti mendengar tentang korea baik di dalam berita, radio, media sosial lainnya.

K-Pop sendiri identik dengan penampilan sekelompok orang yang tergabung dalam sebuah grup atau lebih dikenal dengan idol group. Banyak dikenal nama-nama grup idola asal Korea Selatan karena banyak anak muda yang mengidolakan mereka. Salah satu boyband yang dikenal banyak kalangan yaitu BTS (bangtan seoyondan). Boy band yang debut pada tahun 2013 ini telah banyak mengeluarkan album musik salah satunya adalah “Love Yourself” album yang berhasil menaiki tangga lagu Billboard. Kepopuleran grup ini tentunya dibarengi dengan banyaknya penggemar mereka yang tersebar di seluruh dunia. BigHit, agensi resmi BTS menyebutnya dengan Army (Adorable Representative MC for Youth) (Eka dan Rina 2021).

Dengan menyebar luasnya musik korea memiliki dampak yang positif dan negatif bagi pendengar maupun pengemarnya. Dampak positifnya yaitu lebih mengetahui berbagai genre musik, bahasa serta menjadi pedoman bagi yang ingin membuat lagu, mempelajari *hangul* (aksara korea). Dengan menyukai musik korea

penggemarnya juga memiliki relasi teman dari berbagai negara dikarenakan banyak negara yang menyukai idol yang sama dengan mereka. Dampak negatifnya yaitu penggemar boros dalam membeli barang seperti album dan merchand yang kurang dibutuhkan, lebih mendalami kebudayaan negara korea daripada negara indonesia, terlalu fanatik seperti mendepankan keinginan untuk mengikuti kegiatan sebagai fans daripada belajar.

Penggemar adalah peran penting bagi seorang idol karena jika fans tidak menyukainya maka idol tersebut tidak akan bersinar seperti sekarang. Biasanya penggemar mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh idolnya seperti konser, fanmeeting, serta album yang akan keluar. Berbagai hal akan dilakukan oleh penggemarnya agar mendapatkan informasi terbaru mengenai idonya. Ini dikarenakan rasa cinta dan bangga mereka kepada idol tersebut. mereka rela bergadang demi mengikuti kegiatan yang akan dilakukan oleh idol tersebut. Rata-rata penggemar mengetahui semua hal tentang idolnya seperti warna kesukaan, makanan, kegiatan yang sedang disukai atau yang sedang dikerjakan (Fachrosi, Fani, Lubis, Aritonang, Azizah, Saragih, & Malik 2020)

Penggemar idol ada juga yang fanatik. *Sasaeng* atau fanatik adalah fans yang terlalu terobsesi dengan idolnya sampai mengusik kehidupan kepribadiannya (egsa.geo.ugm.ac.id). Biasanya mereka terlalu mencintai idol tersebut melebihi hubungan idol dengan penggemar dan bisa saja mencelakai idol tersebut misalnya seperti mengetahui alamat idolnya dan menerobos masuk, mengetahui nomor telepon pribadi idol dan meneleponnya hingga berkali-kali. Seperti yang sudah banyak video dari para fans yang merekam tindakan sasaeng tersebut, kelihatan bahwa para idol tidak nyaman akan kejadian tersebut.

ARMY adalah salah satu nama penggemar dari boyband BTS. ARMY adalah fandom paling banyak ditemui dari berbagai usia. ARMY dikenal sebagai fandom yang paling fanatik dikarenakan mereka terlihat sangat menyukai artis yang berasal dari negara ginseng tersebut. ARMY pernah memberikan hadiah kepada salah satu member BTS jimin berupa project 1000 pohon untuk jimin. Tujuan membuat project tersebut yaitu untuk membantu desa-desa yang terancam tenggelam, di pesisir bedono, kabupaten demak. Mereka melakukan pengalangan donasi bertajuk 1000 pohon untuk jimin dan setelah 9 hari, pohon yang terkumpul adalah 8735 pohon senilai 43.675.000 rupiah. Dengan begini project yang dilakukan oleh penggemar tersebut sangat berguna untuk indonesia dan bumi (yoursay.suara.com)

Bertahun-tahun sudah terlewat semakin banyak penggemar kpop di indonesia, tidak hanya ARMY. K-Pop juga telah mempengaruhi kepribadian penggemarnya dilihat dari cara mereka berbicara, bertingkah laku, terlalu bersemangat, dan perilaku konsumtifnya. ARMY termasuk konsumtif paling banyak setelah penggemar idol yang lain. Ini dilihat dari cara mereka membeli tiket konser yang harganya tidak terbilang murah. Mereka menyebut membeli tiket ini dengan WAR karena mereka akan bertanding siapa yang paling cepat mendapatkan tiket tersebut. Tidak hanya tiket konser penggemar juga membeli album serta merchand yang dikeluarkan oleh agensi idol tersebut. Pada saat album tersebut keluar penggemar langsung memesannya langsung dari korea melalui aplikasi yang sudah disediakan.

Berdasarkan data iprice (Yosepha pusparisa), penggemar dapat menghabiskan sekitar Rp 10,2 juta hingga Rp 20,4 juta untuk membeli souvenir,

album, dan tiket konser idolanya. BTS mampu meraup hingga Rp 20,4 juta dari penggemarnya yang akrab disebut ARMY. Secara rinci, nominal itu didapat jika ARMY membeli souvenir seperti tongkat cahaya dan tiket konser yang masing-masing sebesar Rp 7,8 juta. Penggemar juga menghabiskan sekitar Rp 4,8 juta guna mengoleksi album terbaru BTS (databoks.kadata.ic.id)

Perusahaan agensi yang menaungi artis tersebut akan mengeluarkan album music, merchand, photocard dan lainnya. Album adalah sekumpulan musik yang telah di ciptakan oleh artis tersebut kemudian disatukan dalam bentuk DVD dan terdapat foto-foto artis tersebut didalamnya. Merchandise adalah pernak pernik seperti mainan miniatur, alat kecantikan, gantungan kunci, poster, bantal, headset dan lainnya. Merchandise juga biasanya dipakai oleh artis idol tersebut sehingga meningkatkan omset pasar agensi yang mereka naungi. Agensi melakukan ini dikarenakan untuk mendekatkan artis mereka dengan penggemarnya, sebagai bentuk promosi artis dan lagu yang akan mereka keluarkan atau terbitkan nanti dengan tujuan untuk mendongkrak pasar.

Perusahaan agensi meneluarkan produknya setelah music mereka telah di terbitkan dan disebarluaskan. Agensi biasanya mengeluarkan 2-4 versi album yang berbeda. Album yang berbeda tersebut harganya juga berbeda akan tetapi music didalamnya tetap sama, yang membedakan album-album tersebut adalah hasil dari foto, banyak foto dan pernak pernik yang akan didapatkan. Kualitas foto setiap album berbeda dan fotonya berbeda pula. Meskipun begitu penggemarnya rela membeli semua versi album tersebut demi mendapatkan semua pernak pernik di dalamnya.

Seorang ARMY yang bernama Sharon Jackson itu mengaku telah menghabiskan uang sejumlah Rp16 juta rupiah untuk keseluruhan album BTS mulai dari "2 cool 4 skool" sampai dengan butter. Album yang ia beli tersebut dari awal album diluncurkan agensi sampai yang terbaru. Sharon mengatakan jika dikumpulkan semua album total harganya adalah sekitar sekitar 1,130\$ atau Rp. 17,656,306.50 jika dirupiahkan. Ini hanya untuk semua harga album, merchand belum dihitung olehnya (editornews.pikiran-rakyat.com).

Tidak hanya album, pada 9 juni 2021, indonesia terkhususnya ARMY penggemar BTS dihebohkan dengan peluncuran menu terbaru yaitu "BTS meal". McDonald's bekerja sama dengan agensi BTS yaitu BigHit. Dilansir dari kompas.com, hampir semua gerai McDonald's seluruh Indonesia ramai didatangi oleh ARMY maupun para driver ojek online dengan layanan GoFood, GrabFood, maupun ShopeeFood. Mereka bahkan rela mengantri berjam-jam di tengah kerumunan antrian yang ramai, terlebih di tengah kondisi pandemi saat ini. Ini menunjukkan bahwa ARMY sangat mengapresiasi dan bersemangat untuk membeli menu tercaru McDonald's tersebut. Menu tersebut diluncurkan hanya 4 minggu atau 1 bulan saja. Dengan begitu para fans langsung membeli menu tersebut. Fans tersebut rela mengantri dari pagi sebelum toko tersebut buka. Mereka akan memasang tenda dipinggir jalan toko agar tidak ketingggalan atau kehabisan menu tersebut. Ada juga army yang membeli menu tersebut lewat aplikasi ojol sehingga mereka tidak panas-panasan dan terhindar dari covid. Salah satu ojol mengatakan setelah ia mengantar makanan tersebut, pelanggan memberikan tip yang sangat besar bahkan ada yang memberi dua kli lipat. Ojol tersebut sangat terharu akan pemberian tip tersebut. Penggemar tersebut

memberikan tip sebesar itu karena ia tahu bahwa disana mengantri panjang dan berdesak-desakkan sehingga itu bentuk rasa terimakasih kepada ojol yang sudah mau membelikan pesanannya (egsa.geo.ugm.ac.id).

Suyasa dan Fransisca dalam (Ulayya dan Mujiasih 2020) mendefenisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Penggemar K-Pop membeli sesuai dengan keinginan diri sendiri dan ada juga yang berlebihan atau yang sering disebut dengan fans fanatik. Dilihat dari cara mereka membeli barang berupa album serta merchand yang memenuhi kamar atau ruangan pribadinya. Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Sedangkan keputusan pembelian itu muncul terutama setelah adanya masa industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas (Lestarina dkk., 2017)

Seseorang yang sudah sangat ingin membeli suatu produk dengan dikendalikan oleh keinginan diri serta dorongan pribadi disebut dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat juga dikatakan dengan gaya hidup seseorang yang sangat gemar membelanjakan uang mereka tanpa pertimbangan matang dalam dirinya. Fitri dalam (Ulayya dan Mujiasih2020) menyatakan bahwa sebagian masyarakat melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhannya lagi, namun.hanya ingin memenuhi hasrat yang timbul dari dalam diri. Keputusan pembelian yang tidak terkontrol berdampak negatif biasanya kurang termotivasi, nafsu belanja yang kurang terkontrol, perilaku yang boros, sulit membedakan

keinginan dengan kebutuhan, tidak ada tabungan atau tabungan yang berkurang, adanya kecemburuang sosial karena barang tersebut tidak ada pada dirinya. Sedangkan yang berdampak positif yaitu kepuasan tersendiri, kesenangan pribadi, keinginannya yang sudah terkabul.

Terlihat dari keputusan pembelian penggemar K-Pop, mereka biasanya membeli barang seperti album dan merchand dengan hasrat keinginan sendiri tanpa mempertimbangkan hal lainnya. Hal ini menyebabkan mereka menabung untuk membeli album dan merchand tersebut dan ada juga yang masih diminta untuk dibelikan oleh orang tuanya. Penggemar K-Pop biasanya mendapatkan uang untuk membeli album dan merchand tersebut dari menjual photo card yang mereka dapatkan pada saat membeli album. Dengan begitu mereka bisa membeli barang-barang.

Peneliti melakukan sedikit observasi terhadap komunitas tersebut. Komunitas penggemar K-Pop army di medan sering melakukan event di berbagai tempat seperti di hotel. Mereka memakai baju yang sama seperti warna baju berwarna putih dan bergambar wajah idol tersebut. Penggemar di medan selalu membawa barang-barang yang berhubungan dengan idolnya seperti gantungan tas, bando dengan motif idol tersebut dan lainnya. Pada saat melakukan event tersebut mereka juga membawa *lightstick* yang gunanya sebagai tanda untuk menyemangati idol mereka (<https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/alfiatul-rohma>)

Peneliti melakukan studi pendahuluan terhadap 2 orang yang namanya akan disamarkan dikarenakan mereka tidak ingin disebar informasi pribadinya. Wawancara pertama terhadap CF, usia 22 tahun berjenis kelamin perempuan. CF

menjadi penggemar sudah 6 tahun lebih lamanya. CF memiliki album sebanyak 5 dan merchand tidak dihitung banyaknya tetapi tidak terlalu banyak. CF selalu membeli album dan merchand dikarenakan ia sangat menyukai hal yang berbau dengan idolanya. CF pernah terpikirkan membeli album dan merchand tanpa melihat nominal harga barang tersebut contohnya seperti merchand poster. Saat membeli album dan merchand, CF dapat meskipun sedikit mengontrol dirinya sehingga tidak terjadi pemborosan.

Wawancara kedua dilakukan terhadap YP, usia 22 tahun, berjenis kelamin perempuan dan sudah menjadi penggemar 2 tahun. YP memiliki album sekitar 15 lebih dan merchand tidak dihitung banyaknya. YP selalu membeli album dan merchand dikarenakan ia sangat mencintai idolanya dan jika ia tidak membeli itu maka ia merasa tidak menghargai ciptaan idolnya. YP pernah terpikirkan membeli album dan merchand tanpa melihat nominal harga barang tersebut, ia mengatakan pernah membeli album kpop dan membayarnya dengan cara menyicil. Saat membeli album dan merchand, YP susah mengontrol dirinya.

Dari kedua wawancara yang sudah dicantumkan maka penulis menyimpulkan bahwa ARMY penggemar kpop memutuskan membeli album dan merchand tanpa melihat nominal dan tidak dapat mengontrol diri mereka pada saat pembelian album dan merchand.

Menurut Averill (dalam Ghufron & Risnawati, 2016) kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam memodifikasi perilaku, kemampuan untuk mengelola informasi, serta kemampuan individu dalam memilih suatu tindakan. Individu dengan kontrol diri yang rendah sangat impulsif, cepat menanggapi, rangsangan lingkungan, cepat mencari kepuasan kerja, dan lebih memilih tugas

tugas yang sederhana (Kim, Hong, Lee, & Hyun, 2017). Seseorang yang mampu mengendalikan diri dalam keinginan untuk berbelanja disebut kontrol diri yang positif sedangkan seseorang yang tidak dapat menahan dirinya dalam menginginkan sesuatu tanpa mempertimbangkan sesuatu itu disebut kontrol diri yang negatif.

Penggemar K-Pop kebanyakan tidak bisa mengontrol dirinya untuk membeli barang yang mereka inginkan. Dilihat dari beratus macam pernak pernik yang mereka koleksi, ini menguatkan bahwa mereka tidak dapat mengontrol diri membeli barang yang berbau dengan idolanya. Seseorang yang sudah menyukai seseorang atau benda hal yang berbau kesukaannya akan susah menahan diri untuk membeli barang tersebut. Penggemar tidak akan puas jika tidak membeli barang tersebut.

Kontrol diri merupakan potensi seseorang dalam mengatur diri untuk mengambil keputusan yang tepat untuk diri sendiri. Kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk mengendalikan perilakunya dengan menunda, melawan, atau mengendalikan dorongan hatinya untuk membuat keputusan yang lebih baik. Semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, maka semakin kuat pengendalian tingkah laku yang bertentangan dengan norma sosial sehingga membawa seseorang ke perilaku yang positif begitupun sebaliknya semakin lemah pengendalian tingkah laku yang bertentangan dengan norma sosial akan membawa seseorang ke perilaku yang negatif (Nisrina Nibras Nofitrian, 2020)

Penggemar K-Pop yang tidak bisa menahan dirinya untuk membeli barang tersebut akan berdampak negatif bagi sosial dan dirinya sendiri. Dalam sosial penggemar tersebut akan berebutan untuk membeli sehingga menyebabkan

kericuhan. Untuk dirinya sendiri ia akan menghabiskan uang tabungannya untuk membeli barang yang kurang diperlukan untuk kedepannya dan bisa saja ia akan merasa rugi dan menyesal karena sudah membeli barang yang kurang diperlukan untuk masa depannya.

Bedasarkan latar belakang yang sudah ditetapkan diatas yang dimana akan menarik untuk dibahas maka peneliti tertarik untuk meneliti “pengaruh kontrol diri terhadap perilaku keputusan pembelian album musik dan merchand pada komunitas penggemar kpop di medan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah yang telah peneliti dapatkan yaitu apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku keputusan pembelian album dan merchand terhadap komunitas penggemar K-Pop di medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kontrol diri terhadap keputusan pembelian album dan merchand pada komunitas penggemar K-Pop yang ada dimedan

1.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis penelitian ini yaitu terdapat pengaruh negatif antara kontrol diri dengan perilaku pembelian album dan merchand oleh penggemar k-pop. Dengan asumsi semakin tinggi kontrol diri maka perilaku keputusan pembelian akan semakin rendah dan sebaliknya kontrol diri yang rendah maka perilaku keputusan pembelian akan tinggi

1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu

1. Manfaat teoritis

- Menambah pengetahuan terhadap mahasiswa psikologi yang membaca ataupun yang sedang melakukan penelitian.
- Memberikan kontribusi terhadap ilmu psikologi khususnya psikologi konsumen.

2. Manfaat praktis

- Perusahaan khususnya di bidang industri musik mengetahui dan mempelajari kebutuhan konsumennya dan apa yang disukai oleh konsumennya sehingga pasar mereka akan selalu meningkat dan naik untuk beberapa waktu kedepan.
- Memberikan wawasan terhadap penggemar yang membeli album serta merchand betapa pentingnya kontrol diri sehingga perilaku keputusan pembeliannya lebih baik

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Keputusan pembelian

2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian

Menurut Setiadi (dalam Sangadji, Sopiah 2018) , untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (afeksi), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan serta dimana (kejadian disekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan konsumen tersebut.

Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian (Kotler dan Armstrong 2012). Terdapat enam keputusan pembelian yang dilakukan oleh pembeli menurut Kotler dan Armstrong (2012) yaitu :pilihan produk yang dimana konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau menggunakan uang tersebut untuk tujuan lain, pilihan merek maksudnya konsumen harus memutuskan merk mana yang harus dipilih, pilihan saluran distribusi yaitu konsumen harus mengambil keputusan tentang cara mana yang akan digunakan untuk melakukan pembelian, waktu pembelian yang dimana keputusan pembelian waktu berbelanja atau membeli bisa berbeda-beda, dan yang terakhir jumlah pembelian yaitu konsumen dapat mengambil kkeputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dipesan pada suatu saat.

Schiffman dan Kanuk (dalam Sangadji dan Sopiah 2018) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. Setelah itu seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak sehingga mendapatkan koleksi merek dengan berbagai fiturnya. Sumber utama yang menjadi tempat konsumen untuk mendapatkan informasi dapat digolongkan kedalam empat kelompok yaitu :

- a. Sumber pribadi, keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
- b. Sumber komersial, iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan, dan pameran.
- c. Sumber publik, media massa dan organisasi konsumen

Setiadi 2003 (dalam Sangadji dan Sopiah 2018) mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Menurut Swastha dan Handoko (2008) mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian nyata, apakah membeli atau tidak. Hal ini tentunya bergantung pada keinginan dalam melakukan pembelian

Dari beberapa definisi yang telah disebutkan maka penulis menarik kesimpulan perilaku keputusan pembeli adalah sekelompok orang atau organisasi maupun individu yang membeli suatu produk dengan menggunakan kegiatan evaluasi dalam kegiatan membeli produk kemudian menggunakannya maupun

tidak digunakan secara spontan ataupun tidak spontan. Pembelian suatu produk di ikuti oleh lingkungan dan apakah dapat mempengaruhi lingkungan sekitar.

2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut Suharno dan Sutarso (2014) Menyatakan ada empat faktor utama yang mempengaruhi dalam melakukan pembelian, yaitu sebagai berikut :

1. Faktor-faktor budaya

Budaya Adalah suatu bentuk yang diciptakan oleh manusia dan menurunkan ke keturunannya dan disebarluaskan guna untuk mengenal dan mempelajari budaya yang mereka ciptakan. Budaya mempengaruhi perilaku seseorang terutama dalam membeli, perilaku tersebut akan diikuti oleh budaya yang ia pegang.

Sub budaya Pembagian budaya dalam kelompok-kelompok budaya berdasarkan faktor horizontal, yaitu berdasarkan kebangsaan, agama, kelompok, ras dan daerah geografis. Perilaku tersebut akan terlihat saat konsumen membeli suatu produk.

Kelas Sosial Pembagian kelompok masyarakat sesuai dengan nilai, perilaku, maupun minat yang mereka sukai sama. Perilaku yang tampak pada saat membeli barang yang harganya berbeda-beda.

2. Faktor sosial

Kelompok Merupakan dua atau lebih orang yang berinteraksi atas dasar kesamaan aktivitas untuk mencapai tujuan pribadi atau tujuan

bersama. Perilaku kelompok dilihat dari interaksi yang mengeluarkan pendapat dan mengambil keputusannya

Keluarga Keputusan pembelian keluarga, tergantung pada produk, iklan dan situasi. Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya-keluarga, klub, organisasi. Keluarga merupakan paling penting dalam mengambil keputusan

Peran dan status Posisi seseorang dalam masing-masing kelompok atau dalam lingkungannya. Perilaku keputusan pembelian diatur oleh seseorang yang posisinya lebih kuat

3. Faktor pribadi

Usia dan tahapan dalam siklus hidup Mempengaruhi apa yang dibeli dan bagaimana mereka membeli. Suatu produk biasanya membuat batasan usai dalam mengeluarkan produk

Situasi ekonomi Mereka yang secara ekonomi baik akan banyak pilihan, sementara yang ekonominya kurang baik akan terbatas pilihannya. Adanya halangan dalam memilih suatu produk sehingga menimbulkan kontrol diri dalam membeli suatu produk tersebut.

Pekerjaan Aktifitas dalam pekerjaan, lingkungan pekerjaan, mobilitas dan karakteristik akan mempengaruhi mereka dalam membeli produk. Adanya hambatan waktu sehingga tidak bisa membeli produk yang diinginkan.

Gaya hidup pola seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat dan pendapat nya dalam sesuatu. Diekspresikan dari minat, perilaku pembelian dan aktivitas dilingkungannya.

Kepribadian Sekumpulan karakteristik psikologi unik yang secara konsisten mempengaruhi cara seseorang merespon situasi di sekelilingnya.

4. Faktor psikologi

Motivasi dorongan yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Keinginan akan menjadi motivasi seseorang dalam membeli sehingga mereka rela menabung dan bekerja demi mendapatkan keinginan mereka tersebut.

Presepsi dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti.

Pembelajaran perubahan prilaku seseorang oleh karena pengalaman. Pembelajaran terjadi melalui interaksi dorongan, rangsangan,pertanda, respon dan penguatan.

Keyakinan dan sikap suatu pola yang di organisasi melalui pengetahuan dan kemudian di pegang oleh individu sebagai kebenaran dalam hidupnya

Kontrol diri yang dimana termasuk kedalam psikologi kepribadian yaitu fenomena yang terjadi ketika individu berperilaku tertentu karena adanya kontrol yang diberikan dalam membeli suatu produk.

2.1.3 Aspek-aspek keputusan pembelian

Aspek- aspek keputusan pembelian oleh Swastha (dalam Dwi 2015)

- a. Aspek rasional Konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk dengan penuh kesadaran dan mempertimbangkan semua alternatif yang ada untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.
- b. Aspek emosional Konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk dengan dorongan perasaan, naluri dan pengenalan sebelumnya.
- c. Aspek behavioral Konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk dengan mempertimbangkan sejumlah pendapat dan tekanan dari lingkungan eksternal.

Aspek-aspek keputusan pembelian oleh Engel, Blackwell dan Miniard (dalam Utami 2022) mengatakan bahwa

1. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Individu menunjukkan sebagai konsumen melakukan aktivitas belanja semata-mata hanya didasari oleh keinginan sesaat atau hasrat yang tiba-tiba. Individu tidak memikirkan serta tidak mempertimbangkan terlebih dahulu apa yang akan terjadi di kemudian hari dan biasanya bersifat emosional.

2. Pembelian Tidak Rasional (*Non-Rational Buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa individu sebagai konsumen melakukan aktivitas belanja bukan berdasarkan kebutuhan (*needs*), tetapi karena perasaan gengsi atau tren terkini. Individu ingin dikesankan atau dikenal sebagai orang yang modern.

3. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa individu sebagai konsumen melakukan aktivitas belanja tidak didasari oleh kebutuhan yang jelas dan cenderung hanya menghambur-hamburkan uang.

Aspek keputusan pembelian menurut Swastha dan Irawan (dalam Saidah Putri Sari 2020) sebagai berikut :

1. Jenis produk

Jenis produk adalah adalah produk yang dijual perusahaan beraneka ragam sesuai dengan keinginan konsumen.

2. Bentuk produk

Bentuk produk adalah produk yang dijual perusahaan dalam kondisi baik dan bergaransi.

3. Merek

Merek adalah produk yang dijual perusahaan merupakan merek yang ternama dan terkenal di masyarakat.

4. Penjual

Penjual adalah karyawan yang melayani konsumen memberikan pelayanan yang menyenangkan dengan memberikan perhatian kepada minat konsumen dan memotivasi konsumen untuk membeli.

5. Jumlah produk

Jumlah produk adalah terdapat banyak produk yang dijual di perusahaan.

6. Waktu pembelian

Waktu pembelian adalah waktu untuk membeli produk yang dijual di perusahaan bebas kapan saja.

7. Cara pembayaran

Cara pembayaran adalah produk yang dijual di perusahaan dapat dibayar secara kredit dan tunai

2.1.4 Ciri-ciri keputusan pembelian

Menurut Sumartono (2002) ciri-ciri keputusan pembelian sebagai berikut

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik Individu sangat mudah untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi Individu mempunyai keinginan yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya) Individu cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status Individu mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren di mata orang lain.
6. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda) Individu akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek lain produk yang sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.
7. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan Individu cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan public figure prduk tersebut.
8. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi Individu sangat

terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menimbulkan rasa percaya diri.

2.2 Kontrol diri

2.2.1 Definisi Kontrol Diri

Kemampuan mengesampingkan impuls dan respon spontan yang selama ini telah menjadi kebiasaan, untuk kemudian menyesuaikan diri dengan standar orang/ pihak lain (Tangney, Baumeister, & Booner 2004, Baumeister, Vohs, & Tice, 2007). Menurut Gufron dan Rini (2010) kontrol diri diartikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang membawa ke arah konsekuensi positif.

Averill (dalam Arum dan Khoirunnisa 2021) mendefinisikan kontrol diri merupakan salah satu variabel psikologi yang didalamnya mencakup tiga konsep yang berbeda meliputi kemampuan individu dalam memodifikasi perilaku, kemampuan individu mengenai cara mengelola informasi melalui interpretasi terhadap informasi yang tidak sesuai, dan kemampuan individu untuk memutuskan perilaku dan tindakan berdasarkan dengan keyakinan pada dirinya. Sedangkan menurut Ghufron dan Risnawati (2010) kontrol diri merupakan salah satu kemampuan pada individu dalam mengontrol dan mengelola perilaku berdasarkan pada situasi dan kondisi agar memiliki kemampuan mengendalikan diri, keinginan untuk mengubah dan menyesuaikan perilaku dengan lingkungan, serta berusaha konform dengan orang lain dan mudah menutupi perasaannya

Menurut Tangney, Baumeister, dan Boone (2004) kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam menentukan setiap perilakunya berdasarkan pada nilai atau standart seperti moral, aturan, dan nilai-nilai pada masyarakat yang berpengaruh positif. Munandar (2006) bahwa kontrol diri yaitu kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa.. Gottfredson dan Hirschi (dalam Sabir, 2007) juga menyatakan bahwa individu yang memiliki kontrol diri yang rendah cenderung bersifat impulsif, tidak peka bahkan bisa terlibat dalam tindakan kriminal.

Dari beberapa pengertian kontrol diri menurut pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan, mengontrol, menutupi perasaannya dalam menginginkan, membeli suatu barang atau jasa berdasarkan situasi dan kondisi sehingga membawa perilaku yang positif.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Menurut Ghufron & Risnawati (2012) membagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kontrol diri menjadi 2 (dua), yaitu :

1) Faktor Internal.

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Cara orang tua menegakkan disiplin, cara orang tua merespon kegagalan anak, gaya berkomunikasi, cara orang tua mengekspresikan kemarahan (penuh emosi atau mampu menahan diri) merupakan awal anak belajar tentang kontrol diri. Seiring dengan bertambahnya usia anak, bertambah pula komunitas yang mempengaruhinya, serta banyak pengalaman sosial yang dialaminya, anak belajar merespon

kekecewaan, ketidaksukaan, kegagalan, dan belajar untuk mengendalikannya, sehingga lama-kelamaan kontrol tersebut muncul dari dalam dirinya sendiri. Menurut Baumeister & Boden (1998) mengemukakan bahwa faktor kognitif yaitu berkenaan dengan kesadaran berupa proses-proses seseorang menggunakan pikiran dan pengetahuannya untuk mencapai suatu proses dan cara-cara yang tepat atau strategi yang sudah dipikirkan terlebih dahulu. Individu yang menggunakan kemampuan diharapkan dapat memanipulasi tingkah laku sendiri melalui proses intelektual. Jadi kemampuan intelektual individu dipengaruhi seberapa besar individu memiliki kontrol diri.

2) Faktor eksternal.

Faktor eksternal yang ikut andil diantaranya adalah lingkungan dan keluarga. Faktor lingkungan dan keluarga merupakan faktor eksternal dari kontrol diri. Orang tua yang menentukan kemampuan mengontrol diri seseorang. Salah satunya yang diterapkan oleh orang tua adalah disiplin, karena sikap disiplin dapat menentukan kepribadian yang baik dan dapat mengendalikan perilaku pada individu. Kedisiplinan yang diterapkan pada kehidupan dapat mengembangkan kontrol diri dan self directions sehingga seseorang dapat mempertanggungjawabkan dengan baik segala tindakan yang dilakukan

2.2.3 Aspek-Aspek Kontrol Diri

Menurut Averill (dalam Nurmala, 2007) ada tiga aspek dalam kontrol diri yaitu:

- a. Kontrol perilaku (behavior control), yaitu kemampuan untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, kemampuan ini terdiri dari kemampuan untuk mengontrol perilaku yaitu kemampuan menentukan siapa yang mengendalikan situasi. Dimana individu yang kontrol dirinya baik akan mampu mengatur perilaku dengan kemampuan dirinya, bila tidak mampu maka individu akan menggunakan sumber eksternal untuk mengatasinya.
- b. Kontrol kognitif (cognitive control), yaitu kemampuan individu untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai untuk memadukan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologi atau mengurangi tekanan.
- c. Kontrol pengambilan keputusan (decisional control), yaitu kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakini atau disetujui. Kontrol pribadi dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih beberapa hal yang saling memberatkan, maka aspek yang diukur adalah kemampuan mengontrol perilaku dan kemampuan mengambil keputusan

2.2.4 Jenis-Jenis Kontrol Diri

Menurut Block dan Block (Gufon & Risnawati, 2010) ada tiga jenis kualitas kontrol diri, yaitu over control, under control, dan appropriate control.

Secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. Over Control merupakan kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus.
2. Under Control merupakan suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsifitas dengan bebas tanpa perhitungan yang matang.
3. Appropriate Control merupakan kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat

2.3 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian

Ghufron dan Risnawati (2010) kontrol diri merupakan salah satu kemampuan pada individu dalam mengontrol dan mengelola perilaku berdasarkan pada situasi dan kondisi agar memiliki kemampuan mengendalikan diri, keinginan untuk mengubah dan menyesuaikan perilaku dengan lingkungan, serta berusaha konform dengan orang lain dan mudah menutupi perasaannya. Penggemar kpop sering sekali membeli barang seperti album yang baru saja di rilis, mereka akan langsung membeli tanpa memperdulikan harga produk tersebut. Kebanyakan dari mereka kurang mengendalikan diri dalam membeli suatu produk yang mungkin saja kurang diperlukan. Gottfredson dan Hirschi (dalam Sabir, 2007) juga menyatakan bahwa individu yang memiliki kontrol diri yang rendah cenderung bersifat impulsif, tidak peka bahkan bisa terlibat dalam tindakan kriminal. Ini disebabkan oleh faktor lingkungan baik dari internal maupun eksternal. Dengan begitu mereka akan mengikuti keadaan lingkungannya.

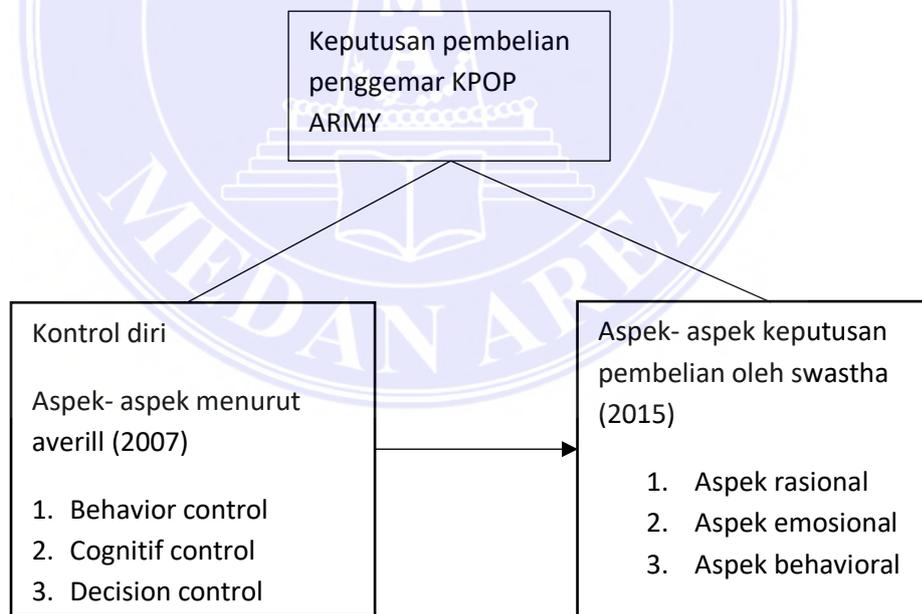
Aspek-aspek menurut Averill (dalam Nurmala, 2007) mengungkapkan ada tiga aspek dalam kontrol diri yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol pengambil keputusan. Penggemar kpopers biasanya melakukan tindakan komplusif dalam menginginkan barang yang mereka inginkan dan kurang menahan diri. Pertama, kontrol perilaku (behavior control), yaitu kemampuan untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, kemampuan ini terdiri dari kemampuan untuk mengontrol perilaku yaitu kemampuan menentukan siapa yang mengendalikan situasi. Apakah kondisi lingkungan yang mendominasi atau keinginan diri sendiri. Kedua, kontrol kognitif (cognitive control), yaitu kemampuan individu untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi. Menyaring informasi agar tidak mendapatkan hal yang negatif seperti tertipu. Ketiga, kontrol pengambilan keputusan (decisional control), yaitu kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakini atau disetujui. Mengambil keputusan dan mempertimbangkan untuk mengambil barang tersebut atau tidak.

Beberapa dari penggemar kpopers ada yang bertindak tidak implusif dalam membeli barang-barang dikarenakan mereka sangat menyayangi artis tersebut sehingga mereka rela membeli barang-barang tersebut dengan harga yang mahal sekalipun. Barang yang dipasarkan oleh agensi artis tersebut terbilang mahal karena harga yang dikeluarkan berdasarkan dalam bentuk won (mata uang korea selatan) dan pajak untuk masuk ke indonesia beserta dana untuk perjalanannya juga sangat mahal. Dengan begitu mereka akan merasa puas dan senang jika membeli barang tersebut. Penggemar kpopers juga kadang tidak dapat mengontrol dirinya dalam membeli suatu produk yang dimana mungkin produk tersebut kurang

diperlukan dalam kehidupan dan hanya untuk memenuhi kepuasan emosional mereka saja.

Orang yang memiliki kontrol diri yang baik bisa dilihat dari karakteristik mereka dalam membeli suatu produk atau jasa. Mereka bisa menahan diri baik secara emosional dan keinginan diri sendiri. Lebih mementingkan hal lain yang berguna daripada yang kurang berguna dalam diri sendiri. Orang yang memiliki karakteristik kontrol diri yang rendah mudah sekali terpengaruh oleh lingkungannya, emosional yang mudah terpancing, kurangnya menahan diri dalam membeli suatu produk meskipun barang tersebut kurang berguna, hidup semaunya tanpa ada aturan dalam diri, bersifat negatif dan cenderung kasar.

2.4 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Pada pelaksanaan penelitian, waktu peneliti dilaksanakan dalam waktu selama 2 hari pada tanggal 12 juli 2023 melakukan pengambilan data sampai TANGGAL 14 juli 2023, dengan menyiapkan pertanyaan yang akan disebarluaskan berupa kuesioner google formulir. Kemudian peneliti menyebarkan kuesioner tersebut melalui grup instagram dan whatsapp. Setelah mendapatkan data selama 2 hari lamanya, peneliti melakukan olah data terhadap 87 responden.

3.1.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Grup Instagram Army Yummy Medan, Spa Grand Winner Yang Berada Di Jl. Sei Batang Serangan N0. 202 Seikaming d medan perisah kota medan.

3.2 Bahan dan Alat Penelitian

Bahan dan alat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala penelitian yaitu skala kontrol diri dan skala keputusan pembelian.

1. Skala kontrol diri

Dari 28 pertanyaan yang telah di uji, terdapat pernyataan yang gugur, sehingga total keseluruhan pertanyaan yang valid yaitu 22 aitem. Berikut tabel 4.5 uji skala kontrol diri.

Tabel 3.1 Uji Skala Kontrol Diri

No	Aspek	Aitem				total
		Favorable		Unfavorable		
		Valid	Gugur	Valid	Gugur	
1	Kontrol perilaku	1,2	5,6	3,4,7,8	-	8
2	Kontrol kognitif	9,13,14	10	11,12,15,16	-	8
3	Kontrol pengambil keputusan	18,25,26	17,21,22	19,20,23,24,27,28	-	12
jumlah		8	6	14	-	28

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas skala kontrol diri

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.773	28

Uji reabilitas untuk variabel kontrol diri dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* > 0,70, dengan begitu aitem tersebut dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk meneliti. Hasil nilai reabilitas pada variabel kontrol diri adalah 0,773 maka menunjukkan skala kontrol diri bersifat reliabel

2. Skala keputusan Pembelian

Dari hasil uji validitas terhadap 28 pernyataan yang telah disusun terdapat pernyataan yang gugur, sehingga total pertanyaan yang valid berjumlah 22. Berikut tabel 4.7 uji skala keputusan pembelian

Tabel 3.3 Uji Skala Keputusan Pembelian

No	Aspek	Aitem				total
		Favorable		Unfavorable		
		Valid	Gugur	Valid	Gugur	
1	Rasional	1,2,5,6,9,10	-	3,7,8,11,12	4	12
2	Emotional	17,18	13,14	19,20	15,16	8
3	Behavioral	21,22,26	25	23,24,27,28	-	8
jumlah		11	3	11	3	28

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas keputusan pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.745	28

Uji reabilitas untuk variabel keputusan pembelian dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* > 0,70, dengan begitu aitem tersebut dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk meneliti. Hasil nilai reabilitas pada variabel keputusan pembelian adalah 0,745 maka menunjukkan skala keputusan pembelian bersifat reliabel.

3.3 Tipe Penelitian

Sugiono (2017), menyatakan penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif bersifat deskriptif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017), adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan yang digunakan untuk meneliti pada populasi maupun sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik.

Suryani dan Hendryadi(2015) “penelitian korelasional adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen.”. pada penelitian ini

pengumpulan data dilakukan survey dengan menyebarkan kusioner, test, wawancara dan sebagainya. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian. alat pengumpul data ada dua, yaitu tes dan non-test (bukan tes). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non-test yaitu kuesioner (angket) dan dokumentasi. Teknik penelitian yang digunakan bertujuan untuk mengetahui apakah kontrol diri konsumen mempengaruhi perilaku pembelian.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) “variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Variabel dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (independent variabel) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat (dependent variabel) adalah variabel dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini variabel bebas yaitu kontrol diri (X), variabel terikat yaitu perilaku pembelian (Y). Variabel-variabel tersebut didefinisikan sebagai berikut :

Kontrol diri adalah individu yang terlibat dalam dua pilihan yang akan dia pilih bahkan cenderung memilih kesukaan pribadi tanpa memikirkan hal lain dan bersifat hedonisme.

Perilaku pembelian yaitu karakteristik seorang konsumen dalam membeli barang atau jasa untuk dipakai atau tidak. Tipe perilaku pembelian ada dua yaitu perilaku pembelian membeli barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan

perilaku pembelian membeli barang atau jasa sesuai dengan keinginan. Mementingkan keinginan pribadi tanpa memikirkan keadaan yang lain serta bersikap agresif dan boros.

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.5.1 Definisi operasional kontrol diri

Kontrol diri adalah kemampuan seseorang dalam mengatur atau mengatasi keinginan emosi demi mendapatkan keinginan individu serta mengatasi emosi dalam membuat keputusan membeli sesuai dengan standart keadaan sosial, ekonomi dan moral yang ada.

3.5.2 Definisi operasional keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana individu mengambil keputusan dalam membeli suatu barang produk ataupun jasa. Perilaku tersebut dalam menentukan pilihan barang dengan melihat kualitas, harga yang sesuai dengan kebutuhan, ekonomi individu tersebut sehingga mencapai kepuasan dalam membeli.

3.6 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian (Margono, 2004). Tujuan diadakannya populasi agar dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar k-Pop ARMY dimedan yang mengikuti akun media sosial instagram 679 anggota.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling (Husain dan Purnomo, 2001). (Sugiyono, 2017) mengungkapkan sampel merupakan bagian dari karakteristik dari populasi.

Penelitian ini menggunakan penyebaran kusioner terhadap penggemar K-Pop ARMY yang ada dimedan. Penyebarannya kusioner tersebut melalui media sosial yaitu instagram yang mengikuti akun tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti mempersempit populasi anggota yang mengikuti akun instagram yaitu berjumlah 679 anggota dengan mengukur sampel dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2013) (dalam Tristianingrum, 2019).

Tabel 3.5 teknik slovin

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sample yang masih ditolerir. Ketentuan sebagai berikut :

Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Berikut perhitungan sample dengan menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{679}{1+679 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{679}{1 + 679 (0,01)}$$

$$n = \frac{679}{7,79}$$

$n = 87,16$ peneliti akan menggenapkan menjadi 87 orang

3.7 Teknik pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kusioner. Menurut Sugiyono (2018) definisi dari teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut: “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah kuisioner dengan memberi seperangkat pertanyaan yang telah disediakan yang kemudian akan dijawab oleh responden. Kuesioner yang diberikan secara tertutup agar responden dapat memilih sesuai dengan kondisi yang sedang dialami

Skala yang digunakan untuk mengukur variabel pada penelitian ini adalah skala likert dengan 4 poin dikarenakan agar menghindari jawaban ragu-ragu. Responden memilih diantara 4 poin jawaban yang telah disediakan diantaranya :

- a. SS = Sangat setuju dengan skor 4
- b. S = Setuju dengan skor 3
- c. TS = Tidak Setuju dengan skor 2
- d. STS = Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

Tabel 3.6

Pilihan Jawaban	Favorabl e	Unfavorable
Sangat Tidak Setuju	1	4
Tidak Setuju	2	3
Setuju	3	2
Sangat Setuju	4	1

3.8 Validitas dan Reabilitas

1. Validitas

Sugiyono (2017) suatu instrumen dikatakan memiliki valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur gejala sesuai dengan yang didefinisikan,:

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau keasahan suatu instrument penelitan. Suatu instrument yang valid akan memperoleh validitas yang tinggi dan jika instrument kurang valid berarti

memiliki validitas yang rendah. Untuk mengetahui kevalidan peneliti menggunakan rumus korelasi product moment pearson dengan bantuan SPSS.

2. Reabilitas

Reliabilitas instrumen adalah konsistensi, keterpercayaan yang mengandung kecermatan dalam pengukuran dengan bantuan SPSS.

3.9 Metode Analisis Data.

1. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang akan diolah apakah variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan teknik kolmogrov-smirnov dengan menggunakan bantuan SPSS for windows. Adapun data didistribusikan normal, maka analisis statistic yang digunakan

$P > 0,05$ maka ada signifikan

$P < 0,05$ maka idak ada signifikan

2. Uji linearitas

Uji lineartas yaitu uji statistik dengan tujuan untuk melihat 2 variabel apakah tergolong linear atau tidak. Uji linearias menggunakan regresi linear yaitu jika p lebih besar dari 0,05 maka normalitas data terpenuhi (Rangkuti dan Wahyuni, 2017).

3.10 Prosedur Kerja

3.10.1 Persiapan Administrasi

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengurus surat izin penelitian yang dikeluarkan oleh pihak Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area dengan nomor

surat : 1631/FPSI/01.10/VII/2023. Kemudian peneliti mengirimkan kepada ketua Grup Army Yummy medan, setelahnya ketua grup mengirimkan surat balasan dan surat selesai penelitian

Dengan persetujuan Dekan Fakultas Psikologi. Kemudian surat izin penelitian ditujukan kepada Ketua Grup Army Yummy di medan

Setelah Ketua Grup Army Yummy Di Medan menerima surat izin penelitian, kemudian Ketua Grup Army Yummy mengeluarkan surat balasan yang telah ditanda tangani dan di stempel. Selanjutnya peneliti melakukan pengambilan data di Grup Army Yummy selama 2 hari. Setelah selesai melakukan pengambilan data, Ketua Grup Army Yummy mengeluarkan surat telah selesai melakukan penelitian.

3.10.2 Persiapan alat ukur

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert untuk mengukur variabel penelitian yang kemudian akan diuji coba validasi dan reliabilitas. Berikut skala kontrol diri pada tabel 4.3 dan skala keputusan pembelian pada tabel 4.4

Tabel 3.7 kontrol diri

Variabel	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
----------	-------	-----------	-----------	-------------	-------

Kontrol diri	Kontrol perilaku	1. Kemampuan individu untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan yang berkaitan dengan kemampuan dalam mengatur pelaksanaan	1,2	3,4	4
		2. Kemampuan individu dalam mengatur keadaan yang tidak menyenangkan berkaitan dengan mengatur stimulus	5,6	7,8	4
Kontrol kognitif		1. Kemampuan individu dalam menafsirkan, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam kerangka kognitif	9,10	11,12	4
		2. Menilai kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan untuk mengurangi tekanan	13,14	15,16	4
Kontrol pengambil keputusan		1. Kemampuan memilih dan menentukan tujuan yang diinginkan	17,18	19,20	4
		2. Kemampuan individu dalam mengontrol			

		keputusan karena memiliki kebebasan	21,22	23,24	4
		3. Kemampuan individu untuk mengontrol karena memiliki kesempatan			
			25,26	27,28	4
Total			14	14	28

Tabel 3.8 Keputusan Pembelian

Variabel	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
Keputusan pembelian	Rasional	1. Harga dari produk yang dibeli oleh konsumen	1,2	3,4	4
		2. Kualitas dari produk yang dibeli oleh konsumen			
	3. Manfaat yang diperoleh konsumen bila membeli produk	5,6	7,8	4	
			9,10	11,12	4
	Emosional	1. Seberapa besar merek mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk	13,14	15,16	4
		2. Perasaan konsumen terhadap produk			

menambah koleksi sehingga individu tersebut merasakan kebahagiaan. Meskipun hal ini dilakukan terus menerus oleh individu tidak menutup kemungkinan bahwa individu tersebut mengalami pemborosan dan kebutuhan primer yang tidak terpenuhi.

Hasil penelitian Khoirunnisa. R.N dan Arum D (2021) juga menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce Shopee. Selain itu, diketahui pula nilai koefisien korelasi sebesar -0.633 dengan artian bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk kuat dan negatif. Peneliti mengatakan bahwa semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimunculkan. Hal ini sejalan dengan temuan Ulayya dan Mujiasih (2020), dimana antara kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang kuat dan negatif, meskipun penelitian tersebut memiliki sedikit perbedaan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian di komunitas penggemar K-Pop Army dimedan di Grup Army Yummy Medan yang dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik dan menyeluruh, maka dapat disimpulkan bahwa kontrol diri terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan keputusan pembelian dilihat dari nilai koefisien (r_{xy}) = -6,010 sehingga kriterianya $-6,010 < 0,010$ yang artinya terdapat pengaruh negatif kontrol diri terhadap perilaku keputusan pembelian. Dengan nilai koefisien determinan (r^2) = 0,372, yang dimana setara dengan 37,2% yang dimana artinya kontrol diri berkontribusi sekitar 37,2% terhadap keputusan pembelian komunitas penggemar K-Pop Army Medan
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kontrol diri berdampak pada keputusan pembelian terhadap komunitas penggemar K=Pop Army dimedan dimana kontrol diri memiliki kontribusi sebesar 37,2% terhadap keputusan pembelian. Kontrol diri merupakan salah satu faktor dari keputusan pembelian yang dimana semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku keputusan pembelian

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran dari peneliti adalah

1. Bagi respondend penelitian

Dalam membeli album dan merchand idola K-Pop sebaiknya penggemar melakukan dengan sewajarnya. Sebelum membeli album dan merchand sebaiknya melakukan perencanaan yang matang dan sesuai dengan kebutuhan. Kemudian jika ingin membeli barang-barang tersebut alangkah baiknya jika dibeli sesuai dengan standart ekonomi penggemar dan mempertimbangkan dalam membeli sehingga mendapatkan manfaat dari barang yang telah dibeli.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan dan digunakan sebagai bahan perbandingan juga reserrenfi untuk meneliti keputusan pembelian dengan meneliti fakto-faktor lain yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian seperti faktor yang dikemukakan oleh Suharno dan Sutarso (2014).

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaitul Rohma (2020). Tak Banyak yang Tau, Ini 5 Fungsi Tersembunyi dari Lightstick K-Pop. <https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/alfiatul-rohma/fungsi-lightstick-kpop>. 2 september 2020. Diakses 14 november 2022.
- Arum dan Khoirunnisa (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna E-Commerce shopee. *Jurnal penelitian psikologi*. 92-102
- Dwi (2015). Faktor yang mempengaruhi keputusan membeli dan brand image produk minute maid pulpy orange. *Skripsi psikologi*
- Eka, Rina (2021) interaksi parasosial penggemar K-Pop di media sosial (studi kualitatif pada fandom army di Twitter). *Dalam jurnal magister ilmu komunikasi*. 243-260
- Eni Lestarina, P., Karimah, H., Febrianti, N., & Harlina, D. (2017). Konsumtif dikalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*. 2(2), 1–6.
- Fachrosi, Fani, Lubis, Aritonang, Azizah, Saragih, & Malik (2020). Dinamika Fanatisme Penggemar K-Pop pada Komunitas BTS-Army Medan. *Jurnal Diversita*, 6(2), 194-201.
- Ghufron & Risnawati (2012). hubungan antara kontrol diri dengan ketergantungan internet di pustaka digital perpustakaan daerah medan. 131-145
- Ghufron & Risnawati (2012). *Kontrol Diri : Definisi dan Faktor* 65-69.
- Griffin (2015). *Perilaku konsumen pendekatan praktis*. Cetakan kedua. Yogyakarta : penerbit Andi.
- Gufron dan Rini (2010). *Kontrol Diri dan Agresi Tinjauan Meta Analisis* 42-53
- Gufron dan Rini (2010). pengaruh literasi keuangan, modernitas individu, uang saku dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi s1 pendidikan ekonomi angkatan tahun 2016 fakultas ekonomi universitas negeri malang. 61-71

- Khairiyah (2021). seorang army berhasil mengumpulkan semua album bts dan menghabiskan uang sebanyak ini, warganet dibuat melongo. <https://editornews.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1312325448/seorang-army-berhasil-mengumpulkan-semua-album-bts-dan-menghabiskan-uang-sebanyak-ini-warganet-dibuat-melongo?page=2>. 3 agustus 2021. Diakses 14 november 2022
- Khoirunnisa. R.N dan Arum D (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce shopee. Jurnal Penelitian Psikologi. Volume 8 Nomor 9
- kim j, hong h, lee j, hyun mh. (2017). Effects of time perspective and self-control on procrastination and internet addiction. Journal behavior addict. No 1-6
- Kotler dan Armstrong (2012). Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Dalam Erlangga
- Muhammad Zayyin Asrofihttps (2021). Trend budaya k-pop di kalangan remaja indonesia: bts meal hingga fanatisme. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-indonesia-bts-meal-hingga-fanatisme/>. 21 desember 2021. Diakses 14 november 2022
- Munandar (2006). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. 37-46.
- Nisrina Nibras Nofitrian (2020). Hubungan antara kontrol diri dan harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget pada siswa kelas xii sman 8 bogor. Jurnal IKRA-ITH Humaniora. Vol 4 No 1
- Ri'aeni, suci, pertiwi, sugiarti (2019). Pengaruh budaya korea (K-Pop) terhadap remaja dikota cirebon. Jurnal communication. Vol 1 no.1
- Saidah putri sari (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. Dalam jurnal psikologi. Vol 8, No 1, 2020: 147-155

- Sangadji dan Sopiah (2018). Perilaku konsumen pendekatan praktis. Cetakan kedua. Yogyakarta : penerbit Andi
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suharno dan Sutarso (2014) faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. Jurnal Bisnis Administrasi. 37-43
- Sumartono (2002) Perilaku Konsumtif Atlet (Studi Tentang Perilaku Konsumtif di Kalangan Atlet Basket Surabaya Fever dan CLS Knights Kota Surabaya).
- Swastha T Hani, Handoko (2008). Manajemen pemasaran, Analisa perilaku konsumen. Edisi 1 cetakan 4. Penerbit BPFE : Yogyakarta
- Tangney, Baumeister, & Booner 2004, Baumeister, Vohs, & Tice, (2007). Kontrol Diri dan Agresi Tinjauan Meta Analisis 42-53
- Tangney, Baumeister, dan Boone (2004). hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce shopee. 92-102
- Tanpali dan Rinaldi (2020). Pengaruh pada iklan endorser terhadap impulsif buying behavior pada Remaja di Kota Padang. Jurnal pendidikan tambusai. Halaman 3457-3463
- Tiwa Nadha Azzahra (2021). Deretan hadiah termahal dan terunik bts dari army, sampai rogoh kecek ratusan juta. <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2021/09/30/085250/deretan-hadiah-termahal-dan-terunik-bts-dari-army-sampai-roguh-kecek-ratusan-juta>. 30 september 2021. Diakses 14 november 2022
- Ulayya, S., & Mujiasih, E (2020). hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa fakultas psikologi universitas diponegoro. Dalam Jurnal Empati. Vol. 9, Issue 4.

Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna EMoney Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, 9(4), 271–279

Utami (2022). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa bimbingan penyuluhan islam IAIN Ponorogo. Dalam skripsi ushuluddin adab dan dakwah

Yosepha pusparisa (2020). ARMY, Once, dan Blink: Siapa Rela Merogoh Kocek Terdalam untuk Idolanya?.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/04/army-once-dan-blink-siapa-rela-merogoh-kocek-terdalam-untuk-idolanya>. tanggal 04 desember 2020. Diakses 14 november 2022

Zuhroh, L dan Annafila, H (2022). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping bagi mahasiswa. *Jurnal literasi psikologi*. Hal 020-027

Nurmala. S. (2007). Hubungan Antara Kematangan Beragama dengan Kontrol Diri Pada Siswa Madrasah Labuhan Bilik. Skripsi (tidak diterbitkan). Medan: Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

kuesioner penelitian
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfDoMjSzdFneqJNqtA2a2nVoLMznwC30DpgfJpv-FzQPnP53A/viewform?usp=pp_url



SKALA A

I. IDENTITAS

Bagian ini berisi data identitas diri responden

Petunjuk pengisian : isilah data dibawah ini dengan benar sesuai dengan identitas diri anda. Informasi peibadi akan dijaga ketat oleh peneliti

Nama/inisial :

Jenis kelamin :

Usia :

Petunjuk pengisian

Baca dan cermati pernyataan yang telah diberikan dibawah ini, kemudian anda diminta untuk memilih jawaban yang sesuai dengan diri anda dengan memberi tanda ceklis pada salah satu jawaban yang tersedia

Adapun pilihan jawabannya yaitu :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	saya menahan diri untuk membeli album dan merchand				
2	Saya membeli album dan merchand hanya ketika sudah ada tabungan khusus saja				
3	Saya menghabiskan seluruh tabungan saya hanya untuk membeli album dan merchand				
4	Saya lebih memprioritaskan membeli album dan merchand dibanding kebutuhan lainnya				
5	Saya dapat menahan diri jika ada album keluaran terbaru yang diinginkan				
6	Saya bisa mengatur keuangan dengan baik termasuk dalam pembelian album dan merchand				
7	Saya melakukan segala hal untuk dapat membeli album dan merchand				
8	Saya membeli album dan merchand secara mendadak				
9	Saya berpikir berulang kali sebelum memutuskan untuk membeli almbu dan merchand yang baru dikeluarkan oleh agensi				
10	Saya berfikir bahwa kebutuhan pangan lebih penting daripada membeli album dan merchand				
11	Saya tertarik untuk membeli album dan merchand yang menawarkan hadiah				
12	Fans yang setia harus membeli dan memiliki album dan merchand				
13	Membeli album dan merchand membuat saya merasa bahagia				

14	Saya mampu menahan diri meskipun diajak teman untuk membeli album dan merchand				
15	Saya membeli album dan merchand mahal agar menambah koleksi instagram meskipun saya sangat membutuhkan uang				
16	Dengan adanya album dan merchand yang baru akan meredakan stress saya				
17	Saya lebih memilih menyimpan uang saya untuk membeli kebutuhan lainnya				
18	Saya dapat mengatur keuangan dengan baik, agar digunakan sesuai kebutuhan				
19	Saya selalu membeli album terbaru meskipun uang saya sedikit				
20	Saya meminjam uang hanya untuk membeli album dan merchand				
21	Saya tidak selalu membeli album dan merchand meskipun ekonomi stabil				
22	Saya dapat mengontrol diri dalam membeli meskipun saya menginginkannya				
23	Saya sulit menentukan kebutuhan mana harus dibeli				
24	Saya membeli merchand agar dapat menarik perhatian ARMY lain				
25	Saya berusaha menabung agar bisa membeli album dan merchand				
26	Jika uang saya cukup, saya langsung membeli album dan merchand				
27	Saya sangat bergantung kepada orang lain sehingga sulit menentukan keputusan				
28	Saya tidak mampu mengatur keuangan untuk membeli album dan merchand disaat uang menipis				

SKALA B

I. IDENTITAS

Bagian ini berisi data identitas diri responden

Petunjuk pengisian : isilah data dibawah ini dengan benar sesuai dengan identitas diri anda. Informasi pribadi akan dijaga ketat oleh peneliti

Nama/inisial :

Jenis kelamin :

Usia :

Petunjuk pengisian

Baca dan cermati pernyataan yang telah diberikan dibawah ini, kemudian anda diminta untuk memilih jawaban yang sesuai dengan diri anda dengan memberi tanda ceklis pada salah satu jawaban yang tersedia

Adapun pilihan jawabannya yaitu :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya membeli merchand karena harganya murah				
2	Saya membeli album karena harganya sesuai dengan keinginan				
3	Saya tidak akan membeli album dan merchand di official karena harganya lebih mahal				
4	Meskipun harga tiket konser murah saya tidak akan membelinya				
5	Saya hanya membeli album dan merchand dari official karena lebih bagus				
6	Saya merasa barang official lebih menarik				
7	Meskipun kualitas album dan merchand tidak sesuai dengan harganya, saya akan tetap membelinya				
8	Saya pernah membeli album dan merchand dengan kondisi yang tidak diharapkan				
9	Saya merasa puas membeli album dan merchand				
10	Saya membeli album dan merchand untuk menambah koleksi				
11	Saya tidak merasa puas setelah membeli album dan merchand yang terbaru				
12	Membeli merchand idola sangat penting dilakukan walaupun belum tentu digunakan				
13	Saya selalu hanya membeli album dan				

	merchaint yang ada logo BTS				
14	Jika store menjual atau mengeluarkan produk berlogo BTS saya tertarik membeli				
15	Logo BTS tidak membuat saya tertarik untuk membeli				
16	Saya tidak tertarik membeli merchaint meskipun belum memilikinya				
17	Saya merasa bahagia setiap membeli album terbaru				
18	Saya akan membeli album dan merchaint di official store kembali				
19	Saya merasakan penyesalan setelah membeli karena masih ada kebutuhan lain				
20	Saya selalu menyesal jika membeli di official store				
21	Saya membeli di official store karena telah membandingkan ditempat lain				
22	Saya selalu merasa yakin jika membeli album dan merchaint				
23	Saya lebih memilih membeli di toko non official karena harga yang lebih murah				
24	Saya tidak akan membeli album dan merchaint dengan harga yang mahal				
25	Saya memutuskan membeli di official store berdasarkan pengalaman orang lain				
26	Menurut iklan yang ditayangkan produk dari official store memiliki kualitas yang bagus				
27	Saya tidak yakin membeli karna review dari ARMY lain mengatakan bahwa isi dari album sama saja				
28	Menurut saya, informasi cara pembelian dari luar negeri tidak akurat				



LAMPIRAN II
DATA PENELITIAN

Kontrol diri (X)

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18
1	3	4	1	1	3	1	1	2	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4
2	4	3	3	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3
1	4	2	3	1	2	2	4	2	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2
2	4	4	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	2	3	2	4	3	3
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2
2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2
1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	2	3	4	3
1	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	2	4	4	3	3
2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3
1	2	4	2	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
1	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	4	4	2	2	4	3	2
2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	4	4
1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4
2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
1	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
1	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	4	4	2	2	4	3	2
2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	4	4
1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4
2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	3	4	3	1	3	4	2	3	4	4	4	4	2	4	3	1	3	4
2	3	4	1	1	4	3	1	3	4	3	3	2	4	4	1	3	3	3
1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	4	3	1	3	3	2	3	3	3
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3
1	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	2	4	2	3	1	3	4	2	4	2	4	4	4	1	4	4	3	4
2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	3	4	3	1	3	4	2	3	4	4	4	4	2	4	3	1	3	4
2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	4	4	3
1	4	4	2	2	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	1	3	3
2	3	4	1	1	2	4	1	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
1	3	3	1	1	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	2	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4
1	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	1	2	3	4	4	1	1	2	4	3	4	2	2	3	2	3	2
1	2	2	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2
2	3	2	2	2	3	1	1	3	4	3	3	2	4	1	1	2	3	2
1	2	3	1	1	2	4	1	2	4	4	4	4	4	2	4	1	3	4
2	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	1	4	3	2
1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
2	3	4	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
1	3	4	2	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	2	3	4	3	4
2	3	1	2	3	4	4	1	1	2	4	3	4	2	2	3	2	3	2
1	2	2	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2
2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	2	1	1	3	2	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	1	4
2	3	4	2	1	2	4	2	1	4	4	3	2	3	4	1	2	4	4
1	3	4	2	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
1	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	2	2	4	4
2	3	3	2	1	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3
1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4
2	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3
1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3
1	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4
2	3	3	2	1	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3
1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2

X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	JUMLAH
1	1	4	4	2	3	4	4	2	1	76
4	4	4	3	3	2	3	3	2	2	92
1	4	3	4	1	4	1	1	4	3	69
3	3	3	3	4	2	3	2	3	4	85
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	111
3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	74
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	71
3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	70
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	70
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	69
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	70
3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	79
3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	76
2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	72
4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	82
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85
3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	79
3	2	2	2	4	3	3	3	4	4	79
2	2	4	3	1	1	2	2	2	1	67
3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	79
2	4	3	2	2	2	2	4	3	3	78
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
2	1	3	4	4	3	3	3	1	2	73
2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	73
2	4	3	3	3	4	3	3	2	2	80
3	2	3	3	2	2	4	4	3	3	82
3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	84
2	1	3	3	2	2	3	3	2	2	70
3	2	2	4	4	2	4	3	1	2	82
1	1	1	4	4	1	3	3	2	3	73
2	1	2	3	3	3	3	2	2	2	69
2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	77
2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	74
2	1	4	3	3	1	4	3	1	2	68
3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	75
2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	74
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	74
3	1	3	3	4	4	4	4	1	1	83
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	85
2	1	3	3	2	2	4	3	1	1	77
3	2	3	4	3	1	4	4	3	2	84
2	1	3	3	3	2	3	3	2	2	74
1	1	4	4	2	1	4	4	2	1	73
2	1	3	3	2	2	3	3	2	2	72
2	1	3	4	2	2	4	4	4	2	88
1	1	4	3	2	1	1	2	3	1	68
2	1	3	3	3	2	4	3	2	3	77
1	1	4	4	2	1	3	3	3	1	75
2	1	2	3	2	2	3	3	2	2	72
2	1	3	3	1	2	4	4	2	1	78
3	3	3	3	1	1	3	4	3	1	67
2	1	4	4	1	1	4	4	1	1	69
3	1	3	4	3	2	4	2	4	2	87
2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	70
2	1	3	4	3	2	3	2	3	2	73
1	1	4	3	2	2	3	2	2	2	74
2	2	4	4	2	2	3	3	2	2	78
1	4	1	4	2	3	2	1	3	1	67
2	1	3	3	3	1	3	3	2	2	66
2	1	3	4	2	2	3	3	1	1	68
4	2	4	3	3	1	4	4	1	4	89
2	1	3	3	2	2	3	3	2	2	71
1	1	4	3	2	1	3	2	1	2	68
2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	67
2	1	2	3	2	2	3	3	1	2	67
2	1	3	3	2	2	3	3	2	2	70
2	2	3	3	2	1	3	3	2	2	75
3	2	3	2	3	1	4	4	3	3	75
1	1	3	3	2	1	2	3	1	2	63
2	1	3	3	2	3	4	3	2	2	78
1	1	3	4	1	1	1	2	1	1	56
4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	79
1	1	4	4	2	1	2	2	1	1	69
1	1	3	3	2	3	4	3	2	2	80
2	4	4	1	4	1	4	1	4	4	98
2	2	4	4	2	2	3	2	2	2	79
2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	66
1	1	3	3	1	1	2	2	2	1	63
1	1	4	4	1	3	3	3	1	1	71
1	1	4	4	4	2	2	2	2	4	79
1	1	3	3	2	3	3	3	4	4	79
2	1	3	3	1	2	3	3	2	2	73
2	2	2	4	1	2	4	3	1	1	71
2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	63

Keputusan pembelian (Y)

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18		
1	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	2	2	3	3	1	2	4	3		
2	3	2	3	1	2	3	2	3	2	2	3	3	3	4	2	2	2	2		
3	3	1	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	4	3	2	3	3	2		
4	2	3	4	3	3	3	4	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	2		
5	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
6	2	3	2	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
8	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	4	4	
9	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	
10	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
12	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	
13	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	
14	3	3	2	1	4	4	2	2	3	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3	
15	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	
16	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	
17	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
20	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	3	3
21	3	3	2	2	3	4	1	1	4	3	1	2	4	4	1	2	4	4	4	4
22	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	4	2	2
23	3	3	1	1	2	4	3	1	4	3	3	3	3	2	3	1	3	3	4	4
24	2	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	4
25	2	3	2	3	2	4	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4
26	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
27	2	3	2	2	2	4	4	3	3	4	2	2	4	3	2	3	2	3	2	3
28	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	2	3	3	2	4	4	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4
30	2	3	2	2	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4
31	3	2	2	1	4	4	1	1	3	3	1	3	4	3	1	1	3	3	3	3
32	3	4	2	2	3	3	2	2	3	3	3	1	2	4	3	1	2	3	3	3
33	4	4	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	2	3	2	2	4	3	3	3
34	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	1	3	2	3	2	2	3	3	3	3
35	3	3	2	1	4	4	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	4	3	3	3
36	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3
37	2	3	2	2	3	2	2	3	4	3	1	2	4	3	1	2	4	3	3	3
38	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
39	2	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
40	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3
41	4	4	4	1	3	3	3	4	4	4	1	3	1	4	1	4	4	4	4	4
42	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4
43	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
44	1	3	1	1	4	4	3	1	4	4	1	3	4	4	1	1	4	4	4	4
45	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4	3	1	3	3	3	3	3
46	4	4	2	1	4	3	3	1	4	4	1	3	1	3	1	2	2	4	4	4
47	3	3	2	2	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3
48	4	4	4	1	4	4	1	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	3	3	4	3	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2
50	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	4	4	3	3
51	2	3	3	2	1	4	1	1	4	3	1	2	2	3	1	2	3	3	3	3
52	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
53	3	3	1	1	4	4	3	4	4	4	2	2	1	3	3	3	4	4	4	4
54	3	3	1	1	4	4	2	3	4	3	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4
55	4	3	1	1	3	2	2	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	4	4
56	2	2	1	1	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	1	1	4	4	4
57	4	4	2	1	4	4	2	1	4	4	2	4	4	4	4	1	2	4	4	4
58	2	2	2	2	4	3	2	2	4	3	2	3	4	4	4	2	3	3	3	3
59	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	4	3	1	3	3	3	3	3
60	4	4	2	2	4	4	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2
61	1	4	1	2	3	2	2	2	1	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2
62	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3
63	3	3	2	1	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
64	4	4	3	1	2	4	4	3	4	4	4	4	3	1	1	1	2	4	4	4
65	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3
66	3	3	2	2	3	3	1	1	3	3	1	2	1	1	4	2	3	3	3	3
67	3	3	3	3	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3
68	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
69	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
70	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3
71	4	4	2	1	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	3	1	1	4	4	4
72	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	4	1	2	3	3	3
73	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3
74	2	3	3	4	1	2	1	1	3	2	2	2	3	2	3	4	2	1	1	1
75	4	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	1	2	3	3	4	3	3	3
76	3	3	4	4	3	4	1	1	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
77	3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	3	3
78	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3
79	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2
80	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2
81	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1
82	4	4	4	4	3	3	3	1	4	4	2	1	3	4	2	3	4	4	4	4
83	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	1	3	3	2	2	2	2
84	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3
85	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
87	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2

Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	JUMLAH
3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	76
2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	74
2	1	2	3	2	2	4	3	3	3	70
4	2	2	2	3	2	3	4	2	3	78
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83
2	2	2	4	1	2	3	4	2	2	76
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
1	1	2	4	3	4	3	4	1	1	78
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	70
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	70
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	71
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	70
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	73
3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	79
3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	70
4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	84
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	70
1	1	4	4	4	2	3	4	2	2	75
3	3	2	2	2	4	1	3	3	2	67
2	1	1	4	2	2	3	4	2	1	69
3	2	2	4	2	2	2	3	2	2	77
2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	76
4	1	4	4	4	4	4	3	2	2	92
2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	73
3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	84
2	2	3	4	2	2	3	3	3	3	76
2	2	4	3	2	2	3	4	2	2	78
3	1	4	4	2	3	4	4	4	1	73
2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	67
3	1	4	3	3	3	3	3	3	2	78
2	1	3	3	2	2	3	3	3	2	73
4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	79
3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	75
2	1	1	3	3	3	3	3	1	3	69
3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	71
3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	79
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	72
4	1	4	4	4	3	1	4	4	4	89
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	92
2	2	4	3	2	4	3	3	2	2	72
2	1	4	4	2	2	4	4	2	2	75
3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	75
3	2	4	4	3	3	4	4	2	1	80
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	72
1	1	4	4	2	3	4	4	4	2	89
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	75
2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	73
1	1	3	3	1	3	4	4	1	2	64
3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	66
2	1	4	4	2	4	4	4	2	1	81
2	2	4	3	1	4	3	4	3	2	81
1	1	3	4	1	2	4	4	1	1	67
2	2	4	4	1	4	4	4	4	4	83
2	2	2	4	2	3	3	4	2	2	81
2	2	2	3	1	2	3	3	2	2	72
3	2	3	3	1	3	3	3	2	2	72
2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	75
1	2	3	2	2	3	2	4	1	1	67
2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	70
2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	68
2	2	2	4	4	2	2	2	1	1	75
3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	73
3	2	3	3	2	3	3	3	1	2	66
3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	65
2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	69
2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	68
2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	74
2	1	4	4	1	2	4	4	3	1	78
2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	72
3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	77
2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	63
4	4	2	3	3	4	2	4	2	2	80
3	1	3	1	2	4	4	4	3	3	66
4	2	3	3	4	3	3	4	2	2	81
3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	89
2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	74
2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	63
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	47
4	2	4	2	1	1	3	4	3	3	84
4	4	2	2	3	4	2	2	3	3	74
3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	70
3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	73
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	64



LAMPIRAN III

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Reliability

Scale: KONTROL DIRI

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	87	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	87	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KD1	2.97	.673	87
KD2	3.10	.763	87
KD3	2.13	.790	87
KD4	2.05	.848	87
KD5	2.97	.690	87
KD6	2.99	.739	87
KD7	2.37	.916	87
KD8	2.56	.817	87
KD9	3.02	.682	87
KD10	3.21	.749	87
KD11	3.09	.583	87
KD12	2.48	.887	87
KD13	3.17	.668	87
KD14	2.94	.705	87

KD15	2.21	.966	87
KD16	2.94	.753	87
KD17	3.05	.608	87
KD18	3.15	.724	87
KD19	2.22	.827	87
KD20	1.86	.954	87
KD21	2.97	.723	87
KD22	3.11	.655	87
KD23	2.48	.847	87
KD24	2.13	.804	87
KD25	3.02	.792	87
KD26	2.83	.750	87
KD27	2.31	.880	87
KD28	2.21	.851	87

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KD1	72.56	63.249	.391	.767
KD2	72.43	63.945	.387	.772
KD3	73.40	60.615	.453	.758
KD4	73.48	59.578	.498	.755
KD5	72.56	65.272	.095	.776
KD6	72.54	66.182	.007	.780
KD7	73.16	58.532	.530	.752
KD8	72.97	60.313	.459	.757
KD9	72.51	64.881	.333	.774
KD10	72.32	66.639	-.032	.782
KD11	72.44	62.784	.399	.763
KD12	73.05	59.556	.472	.756
KD13	72.36	62.976	.319	.766
KD14	72.59	64.524	.358	.773
KD15	73.32	58.965	.466	.756

KD16	72.59	61.362	.414	.760
KD17	72.48	66.974	-.054	.781
KD18	72.38	64.843	.324	.775
KD19	73.31	59.961	.481	.756
KD20	73.67	60.829	.341	.764
KD21	72.56	65.528	.065	.777
KD22	72.41	67.594	-.113	.784
KD23	73.05	60.416	.431	.759
KD24	73.40	63.290	.325	.770
KD25	72.51	60.904	.427	.759
KD26	72.70	63.514	.329	.770
KD27	73.22	60.801	.381	.761
KD28	73.32	60.035	.459	.757

$$28 - 6 = 22 \times 4 + 22 \times 1 / 2 = 55$$

Reliability

Scale: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	87	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	87	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	28

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KP1	2.97	.723	87
KP2	3.03	.599	87
KP3	2.52	.847	87
KP4	2.11	.799	87
KP5	3.02	.762	87
KP6	3.14	.685	87
KP7	2.31	.687	87
KP8	2.26	.842	87
KP9	3.10	.648	87
KP10	2.98	.647	87
KP11	2.31	.811	87
KP12	2.48	.729	87
KP13	2.76	.902	87
KP14	2.80	.729	87
KP15	2.24	.835	87
KP16	2.43	.772	87
KP17	3.09	.709	87
KP18	2.99	.755	87
KP19	2.51	.805	87
KP20	1.99	.690	87
KP21	2.89	.799	87
KP22	2.95	.730	87
KP23	2.37	.809	87
KP24	2.67	.742	87
KP25	2.92	.702	87
KP26	3.22	.637	87
KP27	2.48	.819	87
KP28	2.23	.710	87

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

KP1	71.80	52.764	.360	.738
KP2	71.74	53.383	.360	.738
KP3	72.25	51.726	.393	.736
KP4	72.66	56.438	-.088	.760
KP5	71.75	52.493	.366	.738
KP6	71.63	53.258	.329	.740
KP7	72.46	51.693	.390	.731
KP8	72.51	51.276	.334	.733
KP9	71.67	53.318	.341	.739
KP10	71.79	52.282	.355	.733
KP11	72.46	51.972	.389	.736
KP12	72.29	50.975	.433	.728
KP13	72.01	54.430	.058	.753
KP14	71.97	54.196	.120	.746
KP15	72.53	53.671	.135	.747
KP16	72.34	54.136	.113	.747
KP17	71.68	51.081	.437	.728
KP18	71.78	50.591	.452	.726
KP19	72.26	50.987	.381	.730
KP20	72.78	53.917	.360	.744
KP21	71.89	50.940	.389	.730
KP22	71.82	51.431	.387	.731
KP23	72.40	50.987	.379	.730
KP24	72.10	53.512	.380	.743
KP25	71.85	53.989	.149	.744
KP26	71.55	53.925	.380	.742
KP27	72.29	50.323	.432	.727
KP28	72.54	52.507	.392	.736

$$28 - 6 = 22 \times 4 + 22 \times 1 / 2 = 55$$

LAMPIRAN IV
HASIL UJI NORMALITAS



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kontrol diri	keputusan pembelian
N		87	87
Normal Parameters ^a	Mean	46.97	66.98
	Std. Deviation	6.303	6.441
Most Extreme Differences	Absolute	.105	.105
	Positive	.105	.085
	Negative	-.080	-.105
Kolmogorov-Smirnov Z		.981	.979
Asymp. Sig. (2-tailed)		.291	.294
a. Test distribution is Normal.			



LAMPIRAN V
HASIL UJI LINEARITAS

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
keputusan pembelian * kontrol diri	87	100.0%	0	.0%	87	100.0%

Report

keputusan pembelian

kontrol diri	Mean	N	Std. Deviation
40	48.00	1	.
46	31.00	1	.
47	49.00	1	.
48	55.00	1	.
49	54.00	2	.000
50	53.00	2	.000
51	50.83	6	4.792
52	54.75	8	1.389
53	58.25	8	5.574
54	57.40	5	3.209
55	56.43	7	4.429
56	59.75	4	2.062
57	57.00	2	1.414
58	62.25	4	6.602
59	59.17	6	2.714
60	60.00	2	7.071
61	57.86	7	2.734
62	58.33	3	8.021
63	66.50	8	4.899
64	62.50	4	5.196
67	68.00	1	.

68	60.00	1	
70	57.00	1	
71	66.00	1	
83	66.00	1	
Total	66.98	87	6.441

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keputusan pembelian * kontrol diri	Between Groups	(Combined)	2408.349	24	100.348	5.365	.000
		Linearity	1326.451	1	1326.451	70.921	.000
		Deviation from Linearity	1081.898	23	47.039	2.515	.242
	Within Groups		1159.605	62	18.703		
	Total		3567.954	86			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
keputusan pembelian * kontrol diri	-.610	.372	.822	.675



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kontrol diri ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	-.610 ^a	.372	.364	5.135	.372	50.300	1	85	.000

a. Predictors: (Constant), kontrol diri

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.484	5.035		4.466	.000
	kontrol diri	.623	.088	.610	7.092	.000

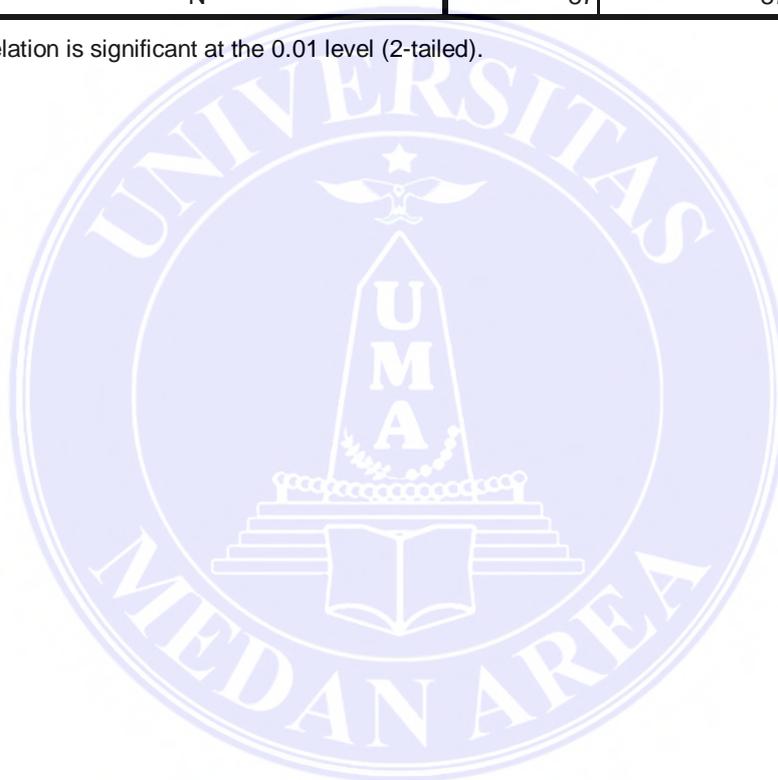
a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Correlations

Correlations

		kontrol diri	keputusan pembelian
kontrol diri	Pearson Correlation	1	-.610**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	87	87
keputusan pembelian	Pearson Correlation	-.610**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	87	87

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).





LAMPIRAN VII

SURAT IZIN PENELITIAN DAN PENGAMBILAN DATA



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1631/FPSI/01.10/VII/2023
Lampiran : -
Hal : Penelitian

12 Juli 2023

Yth. Bapak/Ibu Ketua
Grup Instagram Army Yummy Medan
di
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Lili Olivia Aritonang
NPM : 198600192
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di Grup Instagram Army Yummy Medan, SPA Grand Winner Jl. Sei Batang Serangan No. 202 Seikambang D Medan Petisah Kota Medan guna penyusunan skripsi yang berjudul *"Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Keputusan Pembelian Album Musik Dan Merchaind Pada Komunitas Penggemar KPOP Army Dimedan"*.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Grup yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
Pengabdian Kepada Masyarakat



Dr. M. M. M. Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip



SURAT KETERANGAN IZIN PENGAMBILAN DATA

Lampiran : 1 (satu) halaman
Hal : Izin Riset Dan Pengambilan Data

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
di- MEDAN

Dengan Hormat, berdasarkan surat dari Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Nomor 1631/FPSI/01.10/VII/2023 tertanggal 12 juli 2023, perihal permohonan Izin Pengambilan Data dan Riset di Grup Instagram Army Yummy Medan oleh mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Lili Olivia Aritonang
No. Pokok Mahasiswa : 198600192
Fakultas : Psikologi

Dengan ini menerangkan bahwa nama diatas benar telah melaksanakan penelitian di Grup Instaram Army Yummy Medan yang telah dilaksanakan dari tanggal 12 juli 2023

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Rina Jimina
Pangkat : ketua Grup Army Yummy Medan

Demikian surat keterangan ini untuk digunakan semestinya

Medan, 12 Juli 2023

Ketua Grup Army Yummy Medan



SURAT KETERANGAN

Ketua Grup Army Yummy Medan menyatakan bahwa

Nama : Lili Olivia Aritonang

NIM : 198600192

Fakultas : Psikologi

Benar telah menyelesaikan Pengambilan Data di Grup Army Yummy Medan dengan judul skripsi
"Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Keputusan Pembelian Album Musik Dan Merchaind Pada Komunitas
Penggemar KPOP Army Dimedan"

Dengan adanya Data tersebut diharapkan dapat membantu peneliti dalam penyusunan skripsi dan dapat
bermanfaat bagi mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat keterangan ini yang digunakan semestinya

Medan, 14 juli 2023

Ketua Grup Army Yummy Medan

Rina Samia