

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena pembelian Impulsif di kalangan remaja K-Pop telah menjadi fenomena yang menarik perhatian di era digital saat ini. Hal ini dibuktikan berdasarkan penelitian dari Nabilah dan Kusumandyoko (2023), remaja penggemar K-Pop usia 16-21 tahun telah melakukan pembelian Impulsif, pembelian Impulsif pada remaja marak terjadi saat idol K-Pop melakukan *comeback* atau mengeluarkan lagu terbaru mereka (Yuliani, 2022). Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Syafebti dan Fitriyana (2023) pada remaja K-Pop didapatkan hasil sejumlah 74 (74%), responden masih sesekali atau sering melakukan pembelian impulsif terhadap produk K-Pop hanya menurut keinginan ataupun kesenangan semata.

Hasil survei observasi wawancara awal penulis melibatkan 5 subjek di Kota Malang, mereka kerap mempunyai keinginan yang tak terkendali ataupun mendadak ketika melakukan pembelian terhadap barang yang tak direncanakan sebelumnya. Mereka juga melakukan sejumlah pembelian yang tak terduga. Dari hasil wawancara dengan 5 remaja yang dilaksanakan penulis pada tanggal 1 Maret 2024, peneliti menemukan bahwa ada kecenderungan pembelian impulsif. Hasil dari wawancara pada tanggal 1 Maret 2024 dan survei yang dilakukan oleh penulis kepada kelima subjek mudah tergoda oleh barang-barang, penulis menemukan bahwa mereka kurang dapat mengontrol diri mereka saat membeli sesuatu yang unik dan mungkin tidak diperlukan. Selain itu, dari wawancara tersebut diketahui bahwa remaja yang menyukai K-Pop umumnya membeli barang terkait idola mereka, seperti album mereka, photocard, poster, tiket konser, dan

barang-barang KPop lainnya yang berhubungan dengan idola mereka ini disebabkan oleh faktor eksternal faktor Internal.

Menurut Mariri (2009), pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan konsumen, yang mencakup barang, yang disebut produk, promosi, penempatan, serta harga, yang berdampak pada berbagai fase pembelian konsumen. Selain membeli secara online, remaja penggemar K-Pop juga membeli barang secara langsung di toko yang menjual barang K-Pop. Informasi lain yang diperoleh dari wawancara tersebut adalah bahwa remaja ini kerap melakukan pembelian spontan tanpa rencana dikarenakan mereka hendak memenuhi dorongan hati, bukan karena mereka membutuhkan barang tersebut.

Remaja diharapkan untuk mampu mengelola keuangan demi keberlangsungan hidup selanjutnya di masa dewasa, namun fenomena pembelian Impulsif menyebabkan dampak negatif sehingga seseorang menjadi boros, menghadapi perencanaan keuangan yang menyimpang dari rencana awal, yang ketika diabaikan bisa mengakibatkan orang tersebut mengalami permasalahan keuangan ataupun psikologis (Nabilah & Kusumandyoko, 2023).

Pembelian impulsif memiliki dampak negatif seperti perasaan bersalah karena barang yang dibeli jarang digunakan, munculnya konflik dalam diri individu yang disebabkan karena individu menyadari membeli barang sesuai dengan kebutuhan, akan tetapi ada dorongan kuat dalam diri seseorang untuk membeli barang yang diinginkan (Rofiq et al., 2024). Selain itu individu yang mengalami pembelian Impulsif akan memiliki kecenderungan untuk berhutang karena menemui keadaan melakukan pembelian tanpa pikir panjang apakah ada uang

untuk membayar atau apakah barang tersebut merupakan barang yang dibutuhkan (Rosadi & Andriani, 2023).

Fanatisme, yakni bentuk kesetiaan yang ditandai dengan tingkat komitmen, pengabdian, kesetiaan, gairah, daya tarik emosional, antusiasme, beserta partisipasi yang kuat, intens, sekaligus berlebihan, yang termasuk salah satu faktor yang bisa mempengaruhi pembelian Impulsif (Azizah, 2023). Baumeister (2002) mengungkapkan, pengendalian diri termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian Impulsif. Pengendalian diri adalah kapabilitas untuk menahan godaan, khususnya terkait pembelian Impulsif ataupun pengeluaran lainnya yang mungkin disesali. Tangney et al. (2004) mengartikan pengendalian diri selaku kapasitas untuk menekan ataupun mengubah reaksi batin seseorang beserta menghindari keterlibatan dalam kecenderungan perilaku yang tak dikehendaki.

Pada penelitian ini penulis memilih variabel kontrol diri sebagai variabel yang mempengaruhi pembelian Impulsif dikarenakan dengan memiliki kontrol diri yang baik maka individu dapat mengetahui prioritas kebutuhan yang mana diperlukan dalam jangka panjang dan yang mana hanya sebatas kesenangan semata (Dita dkk, 2023).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengulas bahwa kontrol diri dapat mempengaruhi perilaku pembelian Impulsif. Seperti penelitian Clara (2022), terdapat korelasi yang negatif di antara kontrol diri dan pembelian Impulsif maka semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah pembelian Impulsif pada Karyawan Pt. Bank Mega, Tbk Medan. Penelitian Dita dkk (2023), memperlihatkan bahwa semakin tinggi kontrol diri, kecenderungan pembelian Impulsif semakin rendah. Penelitian dengan topik permasalahan yang sama juga dilakukan oleh

Fajri, dkk (2023), memperlihatkan bahwa penelitian yang dilaksanakan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto saat membeli produk kecantikan, terdapat pengaruh yang signifikan kontrol diri terhadap pembelian Impulsif.

Kebaruan yang ada pada penelitian ini yaitu membahas mengenai perilaku pembelian Impulsif pada subjek penelitian remaja K-Pop di Kota Malang. Penelitian (Dita *et al.*, 2023), menunjukkan hasil atau hubungan antar kedua variabel adalah lemah 36%, maka dalam penelitian ini penulis akan meneliti kembali untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kontrol diri dengan perilaku pembelian Impulsif.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan, penulis ingin meneliti mengenai “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Penggemar K-Pop Di Kota Malang”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan tersebut, rumusan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini ialah “Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku Pembelian Impulsif pada remaja penggemar *K-Pop* di Kota Malang”.

C. Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang sudah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku pembelian Impulsif pada remaja penggemar *K-Pop* di Kota Malang”.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini menghadirkan manfaat teoritis dan praktis, mencakup :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diyakini bisa memberi referensi pikiran bagi perkembangan ilmu psikologi, terutama psikologi perkembangan remaja.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diyakini bisa memberi gagasan pada beberapa pihak terkhusus pada :

a. Remaja/Penggemar yang terdampak perilaku *impulsive buying*

Diharapkan dapat mengetahui dan menambah informasi yang luas terkait pentingnya kontrol diri remaja penggemar *K-Pop* di Kota Malang. Penelitian ini bisa menghadirkan pemahaman komprehensif terkait bagaimana perilaku kontrol diri mempengaruhi kehidupan sehari-hari remaja penggemar *K-Pop*. Ini juga dapat membantu dalam menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi tindakan dan keputusan mereka.

- b. Diharapkan penelitian ini berguna referensi pemikiran bagi perkembangan Psikologi, terutama perkembangan remaja.