

Hubungan Stres Akademik dengan *Impulsive Buying* pada Mahasiswa di Kota Makassar

The Relationship Between Academic Stress and Impulsive Buying of Students in Makassar

Rifqah Arizah Fitrah*, Arie Gunawan Hazairin Zubair, Titin Florentina Purwasetiawatik.

Fakultas Psikologi Universitas Bosowa

Email: rifqah.arizahh@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat hubungan stres akademik dengan *impulsive buying* pada mahasiswa di kota Makassar. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 432 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan 2 skala, yaitu skala stres akademik dari teori Lin dan Chen (2009) yang telah diadaptasi oleh Soraya (2020), dan skala *The Impulse Buying Tendency Scale* (IBTS) dari teori Verplanken & Herabadi (2001) yang telah diadaptasi oleh Andayani (2021). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi berada dibawah 0.05 ($p < 0.05$) dengan arah hubungan yang positif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara stres akademik dengan *impulsive buying* pada mahasiswa di kota Makassar.

Kata Kunci: *Impulsive Buying*, Stres Akademik, Mahasiswa.

Abstract

This study aims to see whether there is a relationship between academic stress and impulsive buying among students in the city of Makassar. The number of samples in this research was 432 students. This research uses 2 scales, namely the academic stress scale from the theory of Lin and Chen (2009) which has been adapted by Soraya, and the Impulse Buying Tendency Scale (IBTS) scale from the theory of Verplanken & Herabadi (2001) which has been adapted by Andayani (2021). The research approach used is a quantitative approach using correlation analysis techniques. The research results show that the significance value is below 0.05 ($p < 0.05$) with a positive relationship direction. The research results show that there is a positive relationship between academic stress and impulsive buying among students in the city of Makassar.

Keywords: *Impulsive Buying, Academic Stress, Students.*

PENDAHULUAN

Ketika melakukan kegiatan perkuliahan, seorang mahasiswa akan mengalami tekanan yang berasal dari hasil persepsi dan penilaian tentang stressor akademik yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan dan pendidikan diperguruan tinggi yang tidak jarang membuat mahasiswa mengalami stres akademik (Govaerst & Gregoire, 2004). Saat mengalami stres akademik yang tinggi mahasiswa akan mengalami berbagai gejala stres seperti ketidakstabilan emosi yang merupakan salah satu gejala stres dalam aspek psikososial (Sarafino, 2008).

Individu dengan ketidakstabilan emosi akan mudah mengalami perubahan suasana hati, mudah dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, dan cenderung kurang berfikir ketika mengambil suatu tindakan (Hurlock, 1994). Hal ini dikarenakan individu cenderung dipengaruhi oleh emosional dibandingkan dengan rasional ketika memutuskan membeli suatu barang (Rook, 1987). Individu yang memiliki ketidakstabilan emosi lebih rentan untuk menampilkan perilaku *impulsive buying* (Shahjenan et al, 2011). Mahasiswa dengan stres akademik yang tinggi dan keadaan emosi yang tidak stabil akan memiliki kecenderungan yang lebih untuk melakukan perilaku *impulsive buying*. Hal ini dilakukan

sebagai upaya untuk meningkatkan *mood* dan menghindari persepsi psikologis yang negatif dengan perasaan senang dan gembira setelah melakukan *impulsive buying* (Sneath et al, 2009).

Kacen dan Lee (2002) dalam penelitiannya menunjukkan seseorang melakukan pembelian impulsif kemungkinan akan tertarik secara emosional kepada sesuatu atau barang dan individu tersebut akan berusaha untuk memenuhi keinginan mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Akram, dkk (2018) menunjukkan terdapat beberapa individu melihat kegiatan belanja sebagai sarana untuk menghilangkan stres dalam bidang akademik seperti meningkatkan suasana hati seperti kegembiraan atau suatu jalan dalam mendapatkan apa yang dibutuhkan oleh individu. Beberapa individu juga merasa bahwa dengan berbelanja mereka bisa menghilangkan stres maupun masalah pribadi yang mereka alami.

Impulsive buying adalah suatu kegiatan pembelian yang tidak asing bagi individu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh LaRose (2001), sekitar 75% pembelian secara impulsif yang terjadi di Amerika Utara, hal ini juga didukung oleh penelitian dari Lin & Chuang (2005) bahwa pembelian impulsif mencapai hingga lebih 80% pada beberapa produk yang ada di Amerika. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Kacen & Lee (2002) yang menunjukkan bahwa orang-orang dengan budaya yang individualis seperti Amerika mempunyai kebiasaan pembelian secara spontan yang cenderung lebih tinggi jika dibandingkan dengan orang-orang Asia yang mempunyai budaya yang kolektif.

Kacen & Lee (2002) menunjukkan dalam hasil penelitiannya bahwa individu yang berbudaya kolektif bisa menahan keinginan untuk melakukan pembelian impulsif serta berperilaku dengan konsisten berdasarkan aturan-aturan budaya yang mengakui pembelian secara spontan sebagai perilaku emosional yang individualis. Namun, berdasarkan studi yang dilakukan oleh (AC Nielsen, 2013) kepada masyarakat Indonesia yang merupakan budaya kolektif, penelitian ini dilakukan menggunakan metode wawancara kepada 1.804 responden di 5 kota besar yang ada di Indonesia. Dalam penelitian tersebut dapat dilihat bahwa para masyarakat telah menjadi impulsif ketika berbelanja yang didasarkan oleh beberapa indikasi-indikasi yang menampilkan hal tersebut.

Wood (1998) dalam penelitiannya bahwa kecenderungan pembelian impulsif meningkat pada individu berusia dewasa awal yaitu memiliki rentang usia sekitar 18-39 tahun. Mahasiswa adalah individu yang termasuk kedalam rentang usia 18-39 tahun. Dilihat dari perkembangan kognitifnya masa dewasa awal merupakan masa pembentukan kemandirian seseorang secara pribadi maupun ekonomi, dalam hal ini individu dewasa awal seharusnya sudah mampu berpikir kritis dan menekankan pada logika yang saling berhubungan serta melibatkan pikiran atau firasat dalam berbelanja (Papilia & Olds, 2009).

Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa di kota Makassar mengatakan bahwa ketika mereka mengalami stres terkhususnya dalam ranah akademik seperti tugas yang banyak, materi yang banyak, kurang tidur di malam hari karena dikejar deadline, dan banyaknya tuntutan yang membuat *mood* atau emosi mereka menjadi tidak stabil dan menjadi stres yang pada akhirnya membuat mereka melakukan *impulsive buying*. Mereka membeli tanpa berpikir panjang karena tidak bisa menahan rasa ingin membeli. Hal ini mereka melakukan untuk mengalihkan stres mereka yang terkhususnya dalam ranah akademik serta mengembalikan *mood* atau ketidakstabilan emosi mereka menjadi baik kembali.

Seharusnya mahasiswa memiliki stres akademik yang baik agar dapat meningkatkan kesadaran, kesiapan, kualitas diri, dan prestasi belajar (Desmita, 2009). Mereka juga harus mempunyai emosi yang stabil dan cenderung tenang, santai, serta selalu banyak berpikir dan mempertimbangkan sebelum bertindak dalam perilaku mereka agar tidak melakukan *impulsive buying* (John & Srivasta, 1999).

Sagita, Dharnis, & Syahniar (2017) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa stres akademik yang dialami oleh mahasiswa kemungkinan akan berdampak buruk terhadap psikologis seperti emosi yang tidak stabil dan kurangnya rasa percaya diri. Dalam penelitian Musabiq & Isqi (2018) terdapat bahwa stres yang dirasakan oleh mahasiswa akan memberikan dampak secara fisik, emosi, kognitif dan perilaku pada individu. Dampak secara fisik seperti insomnia, kelelahan, gangguan makan dan kepala pusing. Dampak secara emosi seperti mudah marah, sedih, dan mudah kecewa. Dampak secara kognitif seperti berpikir negatif, kurang teliti dan sulit mengambil keputusan. Serta pada dampak perilaku seperti lebih pendiam, malas mengerjakan kewajiban dan suka menyendiri.

Adapun dampak negatif dari pembelian impulsif menurut Tinarbuko (2006) yaitu pembengkakan pengeluaran, rasa penyesalan yang dikaitkan dengan masalah keuangan, hasrat berbelanja yang tinggi, dan rasa kecewa dengan membeli barang yang berlebihan, hal ini dibuktikan juga oleh apa yang jelaskan oleh mahasiswa pada data awal yang telah dilakukan oleh peneliti. Hal ini pun sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rock (1987) menunjukkan bahwa 56% individu mengalami masalah finansial sebagai dampak dari perilaku pembelian impulsif yang dilakukan.

Berdasarkan penjelasan diatas dan juga data awal yang didapatkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Hubungan Stres Akademik dengan *Impulsive Buying* pada mahasiswa di kota Makassar”. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena masih banyak mahasiswa yang stres akibat akademik mereka cenderung melampiasikan dengan melakukan perilaku *impulsive buying* untuk mendapatkan kesenangan yang bersifat sementara. Melakukan perilaku *impulsive buying* ketika mereka ingin melampiasikan rasa stres mereka untuk mendapatkan kondisi emosional yang baik seperti rasa senang dan gembira yang berlangsung sesaat.

Stres Akademik

Sarafino (2008) menyatakan stres adalah keadaan yang disebabkan oleh interaksi antara individu dengan lingkungan, menimbulkan persepsi jarak antara tuntutan-tuntutan yang berasal dari situasi yang bersumber dari sistem biologis, psikologis dan sosial individu. Lazarus & Folkman (1985) menyatakan stres sebagai segala peristiwa/kejadian berupa tuntutan-tuntutan internal yang menuntut, membebani atau melebihi kapasitas sumber daya adaptif dari individu. Contrada (2011) stres merupakan hubungan antara manusia dengan lingkungan yang dinilai berat atau melebihi kemampuannya dan membahayakan kesejahteraannya

Govaerst & Gregoire (2004) menyatakan stres akademik adalah keadaan individu yang mengalami tekanan hasil persepsi dan penilaian tentang stressor akademik yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan dan pendidikan perguruan tinggi. Stres akademik didefinisikan sebagai stres yang berhubungan dengan pendidikan yang meliputi sekolah, kurikulum, guru, metode ulangan dan penilaian (Nanwani, 2009). Stres akademik juga didefinisikan sebagai stres yang diakibatkan karena banyaknya tugas, persaingan dengan teman, kegagalan, kekurangan uang saku (Fairbrother & Warn, 2003). Lin & Chen (2009) menyatakan bahwa stres akademik merupakan sumber dari interaksi antara guru dengan siswa, kecemasan yang berkaitan dengan hasil belajar yang didapatkan, ujian atau tes yang akan dihadapi, kemampuan dalam manajemen waktu, dan persepsi individu terkait kemampuan belajarnya yang mempengaruhi kinerja akademik yang ditampilkan.

Impulsive Buying

Impulsive Buying adalah pembelian yang tidak rasional dan dikaitkan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, yang beriringan dengan konflik pikiran serta dorongan emosional (Verplanken & Herabadi, 2001). *Impulsive buying* dapat memberikan pengalaman emosional yang lebih banyak daripada rasional, sehingga hal tersebut tidak terlihat sebagai suatu sugesti, dengan demikian *impulsive buying* lebih terlihat sebagai keputusan yang rasional dibandingkan irasional (Samuel H, 2007).

Bayley dan Nancarrow (1998) menyatakan kecenderungan *impulsive buying* adalah perilaku yang dilakukan secara tiba-tiba, menarik, perilaku yang kompleks dimana proses keputusan pembelian impulsif menghalangi pertimbangan kebijaksanaan individu dalam melakukan pembelian yang disengaja. Kacen & Lee (2002) menyatakan pembelian impulsif suatu pembelian yang tidak direncanakan dengan pengambilan keputusan yang relatif cepat dalam hal ingin memiliki suatu barang dengan segera.

Menurut Utami (2010:51) pembelian impulsif adalah pembelian yang terjadi ketika individu melihat produk atau merk tertentu, kemudian individu menjadi tertarik untuk mendapatkannya, hal tersebut biasanya karena adanya rangsangan yang menarik dari toko tersebut. Pembelian impulsif juga didefinisikan sebagai tindakan membeli yang sebelumnya tidak diakui secara sadar sebagai hasil dari suatu pertimbangan atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko” (Mowen & Minor, 2001).

METODE PENELITIAN

Responden

Penentuan besaran sampel dalam peneitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan model *purposive sampling* dengan tinjauan tabel Isaac dan Michael yaitu sebanyak 349 responden dengan taraf kesalahan atau error 5%. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 432 responden mahasiswa/i aktif di kota Makassar berusia 18-25 tahun. Hasil demografi sebanyak 432 responden menunjukkan bahwa jenis kelamin Perempuan 68.6% dan Laki-laki 29.2% ($M = 1.70$, $SD = 0.458$).

Instrumen penelitian

Skala *Impulsive Buying* yang digunakan yaitu *The Impulse Buying Tendency Scale* (IBTS) yang dikembangkan oleh Verplanken & Herabadi (2001) dan telah diadaptasi oleh Andayani (2021). Skala ini menghasilkan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* ($\alpha = 0.848$) dan menghasilkan 20 item yang valid. Skala ini berbentuk skala likert dengan 5 alternatif jawaban (dari 1 Sangat Setuju sampai 5 Sangat Tidak Setuju). Contoh itemnya adalah “*Saya agak gegabah dalam membeli barang*” (*Affective*).

Skala Stres Akademik yang digunakan yaitu Skala Stres Akademik yang dikembangkan oleh Lin dan Chen (2009) dan telah diadaptasi oleh Soraya (2020). Skala ini menghasilkan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* ($\alpha = 0.924$) dan menghasilkan 34 item yang valid. Skala ini berbentuk skala likert dengan 5 alternatif jawaban (dari 1 Sangat Sesuai sampai 5 Sangat Tidak Sesuai). Contoh itemnya adalah “*Saya kurang tidur pada malam hari karena saya khawatir*” (*Stres Ujian*).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji hipotesis dengan menggunakan *Korelasi Product Moment*. Sebelum dilakukan uji hipotesis telah dilakukan uji asumsi terlebih dahulu dengan hasil data yang dinyatakan terdistribusi normal dengan memiliki hubungan yang linear. Variabel dependen *Impulsive Buying* dan variabel independen *Stres Akademik*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Memuat hasil akhir analisis data, pengujian hipotesis, menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian, dan temuan-temuan yang lain. Pembahasan harus difokuskan pada pemaknaan hasil, perbandingan hasil dengan penelitian lain, perbandingan hasil dengan teori, serta implikasi hasil penelitian yang diperoleh. Penelitian ini memiliki 432 responden mahasiswa/i aktif dikota Makassar dengan demografi yaitu jenis kelamin, usia, universitas, semester, jurusan, ikut organisasi, dan uang jajan perbulan. Berikut tabel hasil analisis demografi:

Tabel 1. Demografi Responden

	Demografi	Frekuensi	Persen (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	129	29.2%
	Perempuan	303	68.6%
Usia	18-19 Tahun	115	26.0%
	20-21 Tahun	182	41.2%
	22-23 Tahun	115	26.0%
	24-25 Tahun	20	4.5%
Universitas	Universitas Bosowa	83	18.8%
	Universitas Hasanuddin	130	29.4%
	Universitas Negeri Makassar	104	23.5%
	UIN Alauddin Makassar	22	5.0%
	Lainnya	93	21.0%
Semester	2	132	29.9%
	4	82	18.6%
	6	90	20.4%
	8	108	24.4%
	>8	20	4.5%
Jurusan	Psikologi	68	15.4%
	Hukum	41	9.3%
	Manajemen	57	12.9%
	Teknik Sipil	61	13.8%
	Lainnya	205	46.4%
Ikut Organisasi	Iya	319	72.2%
	Tidak	113	25.6%

	Demografi	Frekuensi	Persen (%)
Uang Jajan Perbulan	< Rp500.000	71	16.1%
	Rp500.000-Rp1.000.000	146	33.0%
	Rp1.000.000-Rp1.500.000	80	18.1%
	Rp1.500.000-Rp2.000.000	75	17.0%
	>Rp2.000.000	60	13.6%

Berdasarkan hasil analisis demografi diatas terlihat bahwa responden pada demografi jenis kelamin didominasi oleh Perempuan sebanyak 303 (68.6%), pada usia didominasi oleh responden yang berusia 20-21 tahun sebanyak 182 (41.2%), pada universitas didominasi oleh responden Universitas Hasanuddin sebanyak 130 (29.4%), pada semester didominasi oleh responden semester 2 sebanyak 132 (29.9%), pada jurusan Lainnya (Kedokteran, Akuntansi, Arsitektur, Ekonomi, Agribisnis) sebanyak 205 (46.4%), pada ikut organisasi didominasi oleh responden yang ikut organisasi sebanyak 319 (72.2%), dan pada uang jajan perbulan didominasi oleh responden yang memiliki uang jajan Rp500.000-Rp1.000.000 sebanyak 146 (33.0%) responden. Berikut adalah tabel kategorisasi berdasarkan tingkat skor Stres Akademik :

Tabel 2. Kategorisasi tingkat skor Stres Akademik

Kategori	Hasil Kategorisasi
Sangat Tinggi	21
Tinggi	108
Sedang	152
Rendah	137
Sangat Rendah	14

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa kategorisasi skor Stres Akademik dari 432 responden diketahui 21 (4.8%) responden yang berkategori Sangat Tinggi, 108 (24.4%) responden berkategori Tinggi, 152 (34.4%) responden berkategori Sedang, 137 (31.0%) responden berkategori Rendah, dan 14 (3.2%) responden berkategori Sangat Rendah. Berikut adalah tabel kategorisasi berdasarkan tingkat skor *Impulsive Buying* :

Tabel 3. Kategorisasi tingkat skor *impulsive buying*

Kategori	Hasil Kategorisasi
Sangat Tinggi	28
Tinggi	132
Sedang	148
Rendah	97
Sangat Rendah	37

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa kategorisasi skor *Impulsive Buying* dari 432 responden diketahui 28 (6.3%) responden yang berkategori Sangat Tinggi, 132 (29.9%) responden berkategori Tinggi, 148 (33.5%) responden berkategori Sedang, 97 (21,9%) responden berkategori Rendah, dan 37 (8.4%) responden berkategori Sangat Rendah.

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearity Sig F*	Keterangan
Stres Akademik dengan <i>Impulsive Buying</i>	0.00	Linear

Ket : Sig F* = Nilai Signifikansi F linearity < 0,05
 Nilai signifikansi bagian deviation from linearity F > 0,05

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas diperoleh hasil nilai linearity signifikan sehingga diketahui variabel Stres Akademik dengan *Impulsive Buying* dapat dikatakan linear atau memiliki hubungan karena nilai linearity <0,05.

Tabel 5. Hasil Analisis Korelasi

Variabel	N	Person Correlation	P-value	Ket
Stres Akademik dengan <i>Impulsive Buying</i>	432	0.480	0.000	Signifikan Positif

Ket : **Pearson Correlation* = Nilai Korelasi
 ***P-value* = Nilai Signifikansi < 0,05

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan y hasil uji korelasi nilai *P-value* 0.000 (<0.05) maka hipotesis menyatakan bahwa ada hubungan antara stres akademik dengan *impulsive buying*. Kedua variabel tersebut memiliki arah hubungan yang positif (+) yang artinya kedua variabel berhubungan secara positif yang artinya semakin tinggi stres akademik maka semakin tinggi *impulsive buying* pada mahasiswa di kota Makassar.

PEMBAHASAN

Hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa stres akademik secara signifikan berhubungan dengan *impulsive buying* pada mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari nilai positif stres akademik dengan *impulsive buying*, yang dimana semakin tinggi stres akademik maka semakin tinggi *impulsive buying* pada mahasiswa. Artinya stres akademik bisa menjadi faktor pendorong mahasiswa untuk melakukan *impulsive buying* dalam berbelanja. Begitupun sebaliknya, semakin rendah stres akademik maka akan semakin rendah *impulsive buying* pada mahasiswa.

Berdasarkan hasil kategorisasi *impulsive buying* dan stres akademik yang telah dilakukan bahwa sebagian besar mahasiswa di kota Makassar memiliki *impulsive buying* dan stres akademik pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa tak jarang mahasiswa di kota Makassar melakukan pembelian impulsif atau pembelian tidak berencana dikarenakan adanya dorongan emosional seperti ketidakstabilan emosi yang merupakan gejala stres untuk memenuhi keinginan dalam memiliki suatu barang agar mendapatkan emosi seperti kesenangan dan kegembiraan setelah membeli barang tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Shahjenan, et al (2011) menunjukkan bahwa pembelian impulsif berhubungan secara positif dengan salah satu ciri dari kepribadian *big five* yaitu *neurotik* (ketidakstabilan emosi) yang dapat diartikan bahwa seseorang yang merasakan ketidakstabilan emosi, kecemasan, suasana hati yang buruk dan kesedihan akan memiliki kecenderungan perilaku pembelian impulsif. Sejalan dengan hasil penelitian tersebut Sarafino (2008) menyebutkan bahwa saat mengalami stres akademik mahasiswa akan mengalami gejala stres seperti ketidakstabilan emosi yang merupakan salah satu gejala stres dalam aspek psikososial. Hal ini membuat seseorang dengan ketidakstabilan emosi akan mudah mengalami perubahan suasana hati, mudah dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, dan cenderung kurang berpikir ketika mengambil suatu tindakan (Hurlock, 1994).

Ketika melakukan kegiatan perkuliahan, mahasiswa akan mengalami tekanan yang berasal dari hasil persepsi dan penilaian tentang stressor akademik yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan dan pendidikan diperguruan tinggi yang tidak jarang membuat mahasiswa mengalami stres akademik (Govaerst & Gregoire, 2004). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sneath, Lacey, & Kennette (2009) menunjukkan bahwa *impulsive buying* sebagai upaya untuk meningkatkan *mood* dan menghindari persepsi psikologi yang negatif (ketidakstabilan emosi) terganti dengan perasaan senang dan gembira setelah melakukan *impulsive buying*.

Penelitian yang dilakukan oleh Pradhan (2016) menunjukkan bahwa salah satu faktor penyebab perilaku *impulsive buying* yaitu suasana hati atau ketidakstabilan emosi, seseorang yang memiliki suasana hati yang buruk atau ketidakstabilan emosi akan cenderung mencari cara untuk melepaskan atau mengatasi ketidakstabilan emosi mereka dengan melakukan pembelian impulsif. Sementara faktor lainnya yang berasal diluar penelitian ini yaitu promosi penjualan yang inovatif, pesan-pesan yang kreatif, dan suasana toko (Sciffman & Kanuk, 2010), kepribadian (Karbasivar & Yarahmadi, 2011), dan regulasi diri (Vohs & Faber, 2007).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sejalan dengan wawancara data awal yang dilakukan oleh peneliti, dimana responden mengatakan bahwa mereka cenderung menyesal setelah membeli barang dikarenakan tidak terlalu dibutuhkan dan barang tersebut menjadi menumpuk/tidak terpakai serta meningkatnya pengeluaran. Dimana Tinarbuko (2006) mengatakan bahwa dampak negatif dari pembelian impulsif yaitu rasa penyesalan, hasrat berbelanja yang tinggi, rasa kecewa setelah membeli barang yang berlebihan, dan pembengkakan pengeluaran. Sejalan dengan penelitian

oleh Rook (1987) menunjukkan bahwa 56% individu mengalami masalah finansial sebagai dampak perilaku pembelian impulsif yang dilakukan.

Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa mahasiswa yang melakukan pembelian impulsif akan merasakan kesenangan atau kegembiraan atau menstabilkan emosi mereka untuk menghilangkan stres mereka terlebih dalam ranah akademik. Akram dkk (2018) menunjukkan bahwa beberapa orang memandang kegiatan belanja sebagai media untuk menghilangkan stres terlebih dalam bidang akademik, hal ini untuk meningkatkan emosi positif seperti kegembiraan, kenikmatan atau suatu alternatif dalam mencapai apa yang mereka inginkan. Namun hanya bersifat sementara dikarenakan akan timbul rasa penyesalan serta pembengkakan pengeluaran setelah membeli barang yang tidak dibutuhkan. Handayani, dkk (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa para pembeli akan merasa senang setelah melakukan pembelian impulsif sehingga dapat melupakan masalah yang dialami yang bersifat sementara.

Mahasiswa yang memiliki stres akademik yang baik akan meningkatkan kesadaran, kesiapan, kualitas diri dan prestasi belajar (Desmita, 2009). Mereka juga akan memiliki emosi yang stabil dan cenderung tenang, santai, serta selalu banyak berpikir dan penuh pertimbangan sebelum bertindak dalam berperilaku. Hal ini menunjukkan mahasiswa yang memiliki stres akademik yang rendah akan memiliki ketidakstabilan emosi yang baik dan kemungkinan melakukan *impulsive buying* cenderung rendah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, diperoleh hasil yang menyatakan bahwa hipotesa diterima. Maka hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara stres akademik dengan *impulsive buying* pada mahasiswa di kota Makassar. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi stres akademik maka akan semakin tinggi *impulsive buying*. Sebaliknya, semakin rendah stres akademik maka akan semakin rendah *impulsive buying* pada mahasiswa di kota Makassar. Penelitian ini memiliki penyebaran data pada subjek perempuan dan laki-laki yang tidak merata, diharapkan peneliti selanjutnya untuk melakukan penyebaran data pada subjek secara merata. Penelitian ini hanya dilakukan di Kota Makassar saja, diharapkan untuk peneliti selanjutnya meneliti di daerah berbeda. Dalam penelitian ini menggunakan responden mahasiswa, diharapkan bagi peneliti selanjutnya menggunakan responden kalangan Pekerja. Serta diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lain yang menjadi faktor dari *impulsive buying* seperti kepribadian, karakteristik produk, *store atmosphere*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akram, U., Hui, P., Khan, M. K., Yan, C., & Akram, Z. (2018). Factors Affecting Online Impulse Buying: Evidence From Chinese Social Commerce Environment. *Sustainability*, 10(2), 352.
- Andayani, D. P. (2021). *Hubungan Impulsive Buying Dengan Perilaku Berhutang Pada Masa Pandemi Covid-19*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Bayley, G., Nancarrow, C. (1998). Impulse Purchasing: A Qualitative Exploration of The Phenomenon. *Qualitative Market Research*, 1(2), 99-114.
- Desmita. (2009). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fairbrother, K., & Warn, J. (2003). Workplace Dimensions, Stress and Job Satisfaction. *Journal Managerial Psychology*, 18(1): 8-21.
- Govaerts, S., & Gregoire, J. (2004) Stressful Academic Situations: Study on Appraisal Variables in Adolescence. *British Journal of Clinical Psychology*, 54: 261-271.
- Handayani, W., Anshori, M., Usman, I., & Mudjanarko, S. W. (2018). Why Are You Happy With Impulse Buying? Evidence From Indonesia. *Management Science Letters* 8. (5), 283-292.
- Hurlock, E. B. (1994). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi Kelima)*. Jakarta: Erlangga.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives. *Journal Psychology*, 1-71.
- Kacen, J. J., Lee, J. A. (2002). The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(2), 163-176.
- Karbasivar, A., & Yarahmadi, H. (2011). Evaluating Effective Factors on Consumer Impulse Buying Behavior. *Asian Journal of Business Management Studies*, 2(4): 174-181.
- LaRose, R. (2001). On The Negative Effects of E-commerce: A Sociocognitive Exploration of Unregulated On-line Buying. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(3).

- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1985). If It Change It Must Be A Process A Study Of Emotion And Coping During Three Stages Of A College Examination. *Journal of Personality and Social Psychology*. 46(40). 839-858.
- Lin, Y. M., & Chen, F. S. (2009). Academic Stress Inventory of Students At Universities and Colleges of Technology. *World Transactions on Engineering and Technology Education*. 7(2).
- Mowen, John C. & Michael, S. Minor. (2001). *Consumer Behavior (A Framework)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Nanwani, A. A. (2009). Faktor-Faktor Penyebab Stres Akademik Pada Siswa Kelas 5 SD Jubilee. *Journal Psiko-Edukasi*. 7: 46-61.
- Nielsen, A.C. (2013). *Pasar Rakyat*. Balikpapan: Dinas Pasar Balik Papan.
- Papilia, E. D., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2009). *Human Development (eleventh edition)*. New York: McGraw-Hill.
- Pradhan, V. (2016). Study On Impulsive Buying Behavior Among Consumers in Supermarket in Kathmandu Valley. *Journal of Business and Social Sciences Research*, 1(2), 215-233.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*. Vol 14, pp 189-199.
- Sagita, D. D., Daharnis, D., & Syahniar, S. (2017). Hubungan Self Efficacy, Motivasi Berprestasi, Prokrastinasi Akademik Dan Stres Akademik Mahasiswa. *Bikotetik (Bimbingan dan Konseling: Teori dan Praktik)*. 1(2), 43-52.
- Samuel, H. (2007). Pengaruh Stimulus Media Iklan, Uang Saku, Usia dan Gender Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Kasus Produk Pariwisata). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2(1). 31-42.
- Sarafino, E. P. (2008). *Health Psychology: Biopsychosocial Interactions Sixth Edition*. USA: The College of New Jersey.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior*. New Delhi: Prentice Hall.
- Shahjenan, A., Qureshi, J. A., Zeb, F., & Saifullah, K. (2012). The Effect of Personality on Impulsive Buying and Compulsive Buying Behaviors. *African Journal of Bussiness Management*. 6(6), 2187-2194.
- Sneath, J. Z., Lacey, R., & Kennett-Hensel, P. A. (2009). Coping With a Natural Disasater: Losses, Emotions, and Impulsive and Compulsive Buying. *Marketing Letters*. 20(1), 45-60.
- Soraya, F. (2020). *Pengaruh Penyesuaian Diri, Prokrastinasi Akademik, Dukungan Sosial, dan Faktor Demografi Terhadap Stres Akademik Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Tinarbuko, S. (2006). *Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Jogja*. Jakarta: Erlangga.
- Utami, Chirstina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking. *European Journal of Personality*. Vol 16, Hal S71-S83.
- Vohs, K. D., & Faber, R. J. (2007). Spent Resources: Self Regulatory Resource Availability Affects Impulse Buying. *Journal of Consumer Research*. Vol. 33.
- Wood, M. (1998). Socio-economic Status, Delay of Gratification and Impulse Buying. *Journal of Economic Psychology*. 19. 179-185.