

**HUBUNGAN ANTARA STRES DAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA
KALANGAN PEREMPUAN REMAJA AKHIR**

SKRIPSI



Oleh :
SHINTA EKA RUSMITA
201810230311001

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2024

**HUBUNGAN ANTARA STRES DAN PEMBELIAN IMPULSIF
PADA KALANGAN PEREMPUAN REMAJA AKHIR**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Malang sebagai
Salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Psikologi



Shinta Eka Rusmita
NIM : 201810230311001

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2024**

SKRIPSI

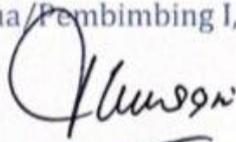
Dipersiapkan dan disusun oleh:

Shinta Eka Rusmita
Nim : 201810230311001

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal, 15 JANUARI 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Sarjana (S1) Psikologi
Universitas Muhammadiyah Malang

SUSUNAN DEWAN PENGUJI :

Ketua/Pembimbing I,



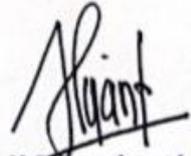
Dr. Cahyaning Suryaningrum, M.Si

Anggota I



Dr. Nida Hasanati, M.Si

Anggota II



Tri Muji Ingrianti, S.Psi., M.Psi

Mengesahkan
M. Psi., Ph.D



M. Psi., Ph.D

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shinta Eka Rusmita
NIM : 201810230311001
Fakultas/Jurusan : Psikologi
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi/karya ilmiah yang berjudul : **“HUBUNGAN ANTARA STRES DAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA KALANGAN PEREMPUAN REAJA AKHIR”**

1. Adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.
2. Hasil tulisan skripsi/karya ilmiah dari penelitian yang saya lakukan merupakan Hak bebas Royalti non eksklusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapat sanksisesuai dengan undang- undang yang berlaku.

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Sofa Amalia, S.Psi., M.Si

Malang, 15 Januari 2024
Yang Menyatakan



Shinta Eka Rusmita

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Stres Dan Pembelian Impulsif Pada Kalangan Perempuan Remaja Akhir ” yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana psikologi di Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa selama masa perkuliahan dan dalam proses penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk serta bantuan dalam bentuk apapun kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak M. Salis Yuniardi., M.Psi., PhD., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Ibu Dr. Cahyaning Suryaningrum, M.Si., Psikolog selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk mencurahkan wawasannya, dan memberikan bimbingan yang sangat berguna, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Ibu Hudaniah S.Psi, M.Si, selaku Dosen wali kelas A 2018 yang telah memberikan motivasi, arahan, dan dukungan sejak awal perkuliahan sampai selesainya skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah mengajarkan ilmu pengetahuan akademik dan pengalaman yang sangat berharga selama penulis menjalani proses perkuliahan.
5. Subjek penelitian, seluruh mahasiswa yang telah bersedia mengisi kuisioner.
6. Kepada ke Empat orang tuaku, Papah Rusman Noor Rifa'ie & Mamah Hastiani Ruswati, Ayah Armansyah & Mamah Norita yang merupakan Donatur terbesar, Terimakasih telah menjadi orang tua terhebat, orang tua yang selalu sabar mendidik serta terus mendukung dan mendoakan untuk keberhasilan penulis. Hingga sampai detik ini penulis tetap kuat dan bersemangat dalam menyelesaikan studi yang telah dicita-citakan selama ini.
7. Keluarga besar yang sudah mendukung dan mendoakan segala usaha dan kerja keras selama pengerjaan skripsi ini
8. M. Rafli Ariadarma dan Dinda Desfrilian yang senantiasa menjadi tempat ternyaman untuk berkeluh kesah bukan hanya selama pengerjaan skripsi tapi selamanya, serta selalu hadir membantu memberikan doa, semangat, motivasi dan masukan. Ade-ade Qadri, Ica, Dhea, Kirey telah mendoakan dan selalu memberikan yang terbaik untuk penulis.
9. Teman seperjuangan mengerjakan skripsi Dita Prasasya dan Ella Septia Anggraeni yang selalu membantu, teman bimbingan dan mendukung peneliti dalam proses penyelesaian skripsi.

Malang,
Penulis

Shinta Eka Rusmita

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	2i
ABSTRAK	3
PENDAHULUAN	1
Pembelian Impulsif	4
Stres	6
Stres dan Pembelian Impulsif	7
Kerangka Berpikir	8
Hipotesis	8
METODE PENELITIAN	9
Jenis Penelitian	9
Subjek Penelitian	9
Variabel dan Instrumen Penilaian	9
Prosedur dan Analisis Data Penelitian	10
HASIL PENELITIAN	10
DISKUSI	11
SIMPULAN DAN IMPLIKASI	13
DAFTAR PUSTAKA	14
LAMPIRAN	17

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Demografis Subjek Penelitian	9
Tabel 2 Kategorisasi Variabel Penelitian	10
Tabel 3 Hasil Uji Korelasi	11



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Blue Print Skala Penelitian.....	17
Lampiran 2 Kuisoner Penelitian.....	18
Lampiran 3 Deskripsi Data Responden	22
Lampiran 4 Analisis Uji Reliabilitas, Uji Linieritas, Uji Korelasi.....	23
Lampiran 5 Uji Verifikasi data.....	25
Lampiran 6 Uji Plagiasi	26



HUBUNGAN ANTARA STRES DAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA KALANGAN PEREMPUAN REMAJA AKHIR

Shinta Eka Rusmita

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang

shintaeaka1999@gmail.com

Abstrak. Banyaknya tuntutan atau kewajiban yang harus dilakukan pada usia remaja akhir menyebabkan seringkali terjadinya stres pada individu, baik stres secara akademik maupun stres karena kewajiban atau tuntutan lainnya. Banyak dari individu mencari cara untuk melepaskan stresnya dengan berbelanja karena dengan hal ini individu dapat merasakan emosi yang positif atau mengurangi stresnya. Namun pada saat dalam kondisi stres individu tanpa berpikir panjang membeli barang yang dibeli apakah barang tersebut berguna atau tidak. Hal ini dapat menimbulkan pembelian impulsif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kolerasional, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Subjek penelitian ini adalah perempuan remaja akhir 18-24 tahun yang belum memiliki pekerjaan atau penghasilan sendiri sebanyak 150 subjek. Alat ukur yang digunakan yaitu skala *Impulsive Buying* dan skala Stres. Uji analisis menggunakan uji korelasi *pearson*. Hasil menunjukkan ada hubungan positif yang signifikan antara stres dengan pembelian impulsif pada perempuan remaja akhir dengan nilai $r= 0.409$ dan $p=0.000$

Kata Kunci : stres, Pembelian impulsif, Remaja akhir.

Abstract. *The many demands or obligations that must be carried out in late adolescence often cause stress in individuals, both academic stress and stress due to obligations or other demands. Many individuals look for ways to relieve stress by shopping because this way individuals can feel positive emotions or reduce stress. However, when in a stressful condition, individuals without thinking twice about whether the items they buy are useful or not. This can give rise to impulse buying. This research uses a correlational quantitative method, the sampling technique uses accidental sampling technique. The subjects of this research were women in their late teens 18-24 years who did not have jobs or their own income, totaling 150 subjects. The measuring instruments used are the Impulsive Buying scale and the Stress scale. The analysis test uses the Pearson correlation test. The results show that there is a significant positive relationship between stress and impulse buying in late adolescent girls with a value of $r= 0.409$ and $p= 0.000$*

Keywords: stres, impulse buying, late teens.

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara berkembang yang menjadi target potensial dalam pemasaran produk, baik dari perusahaan lokal maupun internasional. Hal ini menjadi fenomena yang tidak bisa dilepaskan dari perilaku konsumen sehingga menjadi target pasar suatu perusahaan ritel modern. Sebagian besar konsumen Indonesia memiliki karakter *unplanned* atau tidak terencana. Salah satu bentuk perilaku konsumen yang tidak punya rencana adalah terjadinya pembelian impulsif (membeli tanpa rencana/spontanitas).

Sejak akhir tahun 1980-an, pembelian secara impulsif makin menjadi dengan munculnya berbagai macam inovasi yang memudahkan para calon konsumen dalam melakukan transaksi belanja seperti pembayaran dengan kartu kredit, *direct marketing* seperti katalog, notifikasi email terkait produk yang sedang dijual dan sebagainya. Begitu juga dengan kehadiran media sosial saat ini yang sudah menjadi tempat berdagang secara digital dengan menghadirkan begitu banyak iklan serta pilihan yang beraneka ragam sehingga menyebabkan perilaku belanja secara impulsif makin merajalela. Eroglu, dkk (2001) menerangkan bahwa pembelian secara daring lebih menyebabkan individu akan melakukan pembelian secara impulsif daripada secara luring. Berbelanja dalam kanal daring sangat memudahkan dan membebaskan konsumen dari beragam hambatan yang dialami ketika luring seperti lokasi toko yang jauh, jam operasional toko yang terbatas, pelayanan kurang menyenangkan yang didapatkan dari staf penjual atau dari konsumen lain yang biasanya akan mereka alami saat belanja secara luring. Selain itu, dalam kanal daring juga menyediakan berbagai macam produk yang lebih bervariasi dan terbaru, dapat diakses selama 24 jam karena adanya kemajuan teknologi membuat konsumen lebih nyaman saat berbelanja, pembelian yang bersifat lebih personal, serta beberapa keuntungan yang biasanya ditawarkan oleh penjual toko daring seperti gratis ongkos kirim, promo di hari-hari besar dan lain sebagainya. Penelitian dari Fatmawati (2020) menjelaskan bahwa kemajuan internet di Indonesia membuat banyak remaja menjadi lebih konsumtif dengan terus berbelanja secara daring. Salah satu faktor yang membuat banyak remaja lebih memilih untuk berbelanja secara daring dikarenakan efisiensi waktu serta akses yang lebih luas untuk memenuhi kebutuhan baik dalam bentuk barang atau kepuasan. Pada perempuan remaja akhir tidak dapat dimungkiri lagi bahwa mereka memiliki kebutuhan-kebutuhan yang salah satu pemenuhannya melalui pembelian impulsif.

Pembelian impulsif mengarah kepada suatu keputusan insidental untuk membeli sebuah produk atau menggunakan suatu jasa (Pandey & Bharti, 2019). Selain itu perilaku ini sangat sulit untuk dikontrol sehingga menimbulkan sebuah respons emosional dari dalam diri seseorang dikarenakan munculnya keinginan dari dalam diri seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang dengan sesegera mungkin. Hal seperti itu yang terjadi pada kebanyakan anak usia dini yang sangat ingin membeli permen yang dijual di dekat kasir beberapa gerai minimarket ataupun seorang remaja yang ingin membeli kaus yang terlihat lucu atau sedang hits di kalangannya meskipun tidak memiliki anggaran untuk membelinya.

Pada kalangan perempuan remaja akhir yang masuk ke dalam tahap perkembangan antara masa kanak – kanak dan masa dewasa yang memiliki karakteristik labil dan mudah untuk dipengaruhi, sehingga cenderung melakukan pembelian impulsif.

Penelitian yang dilakukan oleh Baumeister (2002), menunjukkan bahwa untuk terjadinya pembelian impulsif pada perempuan remaja akhir yaitu kontrol diri yang merupakan kapasitas untuk menahan godaan untuk melakukan pembelian impulsif, kontrol diri merupakan salah satu faktor internal yang dapat memengaruhi terjadinya kecenderungan pembelian impulsif.

Penelitian dari Lisma (2016) mengatakan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat diketahui secara sederhana seperti seberapa banyaknya mereka mengalokasikan uang sakunya untuk prioritas kebutuhan harian dan berbelanja sesuatu yang digunakan untuk memenuhi keinginannya. Menurut Ardiyanto (2017) ketersediaan uang merupakan kemampuan konsumen secara finansial. Hal ini didukung dengan penelitian dari Nandha (2017) yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara ketersediaan uang dan pembelian impulsif, yakni ketika konsumen memiliki uang maka kecenderungan untuk pembelian barang secara impulsif akan meningkat. Sedangkan penelitian dari Block-Lieb, Weiner, Cantone & Holtje (dalam Yudha, 2018) menjelaskan bahwa ketika seseorang sedang mengalami suasana hati yang negatif akan lebih cenderung melakukan kegiatan belanja secara impulsif guna memperbaiki suasana hatinya. Ketika seseorang dalam keadaan suasana hati yang negatif, kadang akan membuat orang menjadi kurang teliti dalam menentukan keputusan untuk membeli seperti apakah barang yang ingin dibeli, apakah barang tersebut memang sebuah kebutuhan yang bermanfaat, serta konsekuensi yang nantinya diperoleh setelah membeli barang tersebut. Hal ini berbanding terbalik dengan seseorang yang dalam suasana hati positif cenderung akan memandang suatu peristiwa atau pengalaman menjadi pelajaran yang lebih positif dan akan sulit untuk membuat suatu keputusan yang tidak teliti.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Akram dan Hui (2018) dijabarkan bahwa beberapa orang menganggap kegiatan belanja sebagai media untuk menaikkan emosi positif seperti kegembiraan, kenikmatan, atau sebuah jalan untuk mencapai apa yang mereka butuhkan. Menurut Tinarbuko (dalam Reta Lestari & Dwityanto, 2017) menyebutkan beberapa konsekuensi atau dampak yang akan diperoleh dari perilaku membeli secara impulsif, antara lain membengkaknya pengeluaran sehingga memungkinkan terjadinya perasaan menyesal setelah menyadari bahwa telah membeli keinginan bukan kebutuhan, rasa kecewa karena membeli barang secara tidak terkontrol dikarenakan hasrat selalu ingin belanja. Belum lagi ketika barang yang dibeli melalui kanal daring ternyata sangat jauh berbeda dengan ekspektasi konsumen, sehingga menimbulkan perasaan rugi dan kecewa. Hal ini dikarenakan banyak dari pembelian impulsif dapat mengakibatkan remaja tersebut membeli barang yang sebenarnya tidak memberikan nilai dan fungsi untuk dirinya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chang dalam Ahmad (2019) yang menjelaskan bahwa membeli atau berbelanja merupakan aktivitas untuk mencari rasa senang yang erat hubungannya dengan sentimen seseorang dan inspirasi psikososial. Semacam sebuah kerelaan atau godaan yang dapat mengacu kepada respons emosional dan akan menyebabkan seseorang melakukan aktivitas tersebut tanpa mempertimbangkan konsekuensi yang akan didapatkan. Biasanya mereka hanya memikirkan keuntungan atau kesenangan yang akan didapatkan dalam waktu jangka pendek. Jika hal tersebut akan terjadi secara terus-menerus, akan mengakibatkan individu menjadi stres.

Ketika merasa stres, seseorang pasti akan mencari jalan keluar atau pelarian untuk menghilangkan stres yang dialaminya. Ada yang memilih untuk jalan-jalan, membaca buku, menonton film di bioskop, karaoke, dan ada pula yang menghilangkan stres dengan cara berbelanja. Penelitian Moran (2015) menunjukkan bahwa stres berdampak bagi seseorang untuk melakukan pembelian secara impulsif, dengan demikian dapat dikatakan bahwa stres memiliki hubungan dengan pembelian impulsif. Berdasarkan laman Fimela, terdapat peningkatan perilaku belanja pada masyarakat di Indonesia yang disebabkan oleh stres, sehingga mereka melampiaskannya dengan cara berbelanja agar mencapai tujuan yakni dapat menghilangkan stres. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Bhargava & Trivedi (2018) pada kalangan anak muda di beberapa daerah di India. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa generasi muda sekarang lebih rentan mengalami stres. Hal ini terbukti dengan banyaknya berita

atau informasi terkait depresi atau stres yang terkadang berujung pada terjadinya kasus bunuh diri. Beberapa penyebab stres berasal dari dunia akademik, hubungan interpersonal, hubungan dengan pasangan, jenjang karier selanjutnya dan manajemen waktu. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Pariat, Rynjah, Joplin dan Karjanah (2014), walaupun kehidupan perkuliahan dianggap sebagai pengalaman yang paling menyenangkan dan tidak terlupakan. Saat kuliah, individu akan menjadi seorang yang bebas namun tetap memiliki tanggung jawab penuh atas apa yang dilakukannya. Namun, juga memberikan berbagai jenis tantangan bagi individu di kehidupan hariannya sehingga dapat menyebabkan stres dan apabila individu tersebut tidak dapat mengatasinya maka hanya akan menambah stres dan menghambat performa akademik, emosional dan kesejahteraan sosial mereka. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh menjabarkan beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku pembelian impulsif seseorang yakni, emosi atau suasana hati pembeli, ketersediaan waktu, promosi produk, harga barang, fasilitas ATM, tata letak toko, ketersediaan uang tunai, keadaan toko dan rekomendasi dari suatu kelompok. Beberapa orang dengan emosi yang negatif menggunakan belanja sebagai terapi sehingga dianggap dapat mengubah emosi negatif yang dimiliki menjadi emosi positif.

Pembelian impulsif dapat dilakukan oleh laki-laki maupun perempuan, karena sama-sama memiliki kecenderungan yang sama untuk melakukan pembelian impulsif. Menurut penelitian O'Creevy dan Furnham (2020) menunjukkan bahwa perempuan lebih cenderung melakukan pembelian impulsif dibandingkan laki-laki. Hal tersebut terjadi karena perempuan lebih memprioritaskan terhadap perasaan, emosi dan hasrat dibandingkan dengan logika. Ditmar (dalam Septila & Aprilia, 2017) selain jenis kelamin, perilaku pembelian impulsif juga dipengaruhi oleh usia, dapat dilihat dari segi usia remaja merupakan kelompok yang paling impulsif, karena remaja mudah terbuju oleh iklan. Masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, dibagi menjadi dua bagian, yaitu remaja awal dan remaja akhir dengan rentang usia 18 – 24 tahun yang merupakan kelompok usia yang memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk melakukan pembelian impulsif dibandingkan dengan kelompok usia lainnya.

Beberapa dampak dari pembelian impulsif pada remaja yaitu membuat makin boros, membuat barang yang tidak terpakai menumpuk, berpotensi terhanyut dalam rentetan hutang, dan juga dapat memicu stres akibat individu tersebut khawatir ketinggalan suatu trend yang sedang marak di media sosial dan lingkungannya.

Menurut Tinarbuko (dalam Reta Lestari & Dwityanto, 2017) menyebutkan beberapa konsekuensi atau dampak yang akan diperoleh dari perilaku membeli secara impulsif, antara lain membengkaknya pengeluaran sehingga memungkinkan terjadinya perasaan menyesal setelah menyadari bahwa telah membeli keinginan bukan kebutuhan, rasa kecewa karena membeli barang secara tidak terkontrol dikarenakan hasrat selalu ingin belanja. Belum lagi ketika barang yang dibeli melalui kanal daring ternyata sangat jauh berbeda dengan ekspektasi konsumen, sehingga menimbulkan perasaan rugi dan kecewa. Walaupun pembelian impulsif lebih banyak memberikan dampak yang kurang baik, namun pembelian impulsif juga dapat memberikan dampak yang cukup baik untuk individu, salah satunya yaitu dapat membuat suasana hati seseorang menjadi lebih positif.

Verplanken dan Herabadi (2001) secara khusus menyebutkan terdapat beberapa faktor pembelian impulsif, yaitu dari tampilan dan penawaran produk, ketersediaan waktu dan uang, *mood*, identitas diri dan juga kepribadian. Pembelian impulsif tingkat tinggi juga sering dikaitkan dengan alasan bahwa seseorang tersebut mengalami stres. Beberapa penelitian

melihat bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara stres dengan pembelian impulsif. Individu yang sedang dalam keadaan stres dengan reaksi keadaan emosional negatif seperti cemas, marah, sedih, dan merasa bersalah akan menjadi suatu alasan terjadinya pembelian impulsif, perilaku pembelian impulsif dianggap sebagai perilaku di mana seseorang kehilangan kontrol yang bersifat sementara dan individu akan berhenti bersikap impulsif setelah individu tersebut mampu meredakan stres yang dialaminya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya maka, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan stres dengan perilaku pembelian impulsif pada usia remaja akhir. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah dapat menjadi alarm atau acuan kontrol diri bagi remaja akhir untuk lebih bijak baik dalam mengelola emosi sehingga dapat mengantisipasi terjadinya pembelian impulsif terutama ketika mengalami stres dan penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi ilmu khususnya bidang ilmu psikologi konsumen.

Pembelian Impulsif

Pada dasarnya membeli atau berbelanja merupakan suatu kegiatan yang wajar untuk memenuhi kebutuhan hidup, akan tetapi saat ini tidak semua individu termasuk mahasiswa dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Banyak individu yang membeli suatu benda karena untuk memenuhi keinginan, bukan untuk memenuhi kebutuhan hal inilah yang dijelaskan oleh Amenta, (2007). Seringkali individu membeli dengan tidak bijaksana, misalnya membeli secara berlebihan atau membeli benda yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Ada banyak hal yang dapat menyebabkan konsumen memiliki keinginan untuk membeli benda-benda secara berlebihan atau membeli benda yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, misalnya karena kemasan produk. Faktor lingkungan toko juga memiliki peran yang cukup besar.

Hal tersebut menimbulkan dorongan yang kuat yang berasal dari dalam diri individu untuk membeli benda yang tidak direncanakan sebelumnya, atau bisa disebut dengan kecenderungan pembelian impulsif. Kecenderungan adalah keinginan yang muncul dari dorongan (alamiah) menuju pada sesuatu yang nyata atau konkret. Pembelian impulsif diartikan sebagai pembelian tak terduga yang didasarkan pada perasaan yang kuat, pembelian tersebut terjadi ketika konsumen tiba-tiba memutuskan untuk membeli sesuatu yang tidak mereka rencanakan sebelumnya (Hoyer & Macinnis, 2008).

Sedangkan bagi Pandey dan Bharti (2019) pembelian impulsif mengarah kepada suatu keputusan yang tidak direncanakan untuk membeli suatu produk atau menggunakan suatu jasa. Selain itu perilaku ini sangat sulit dikontrol dan menimbulkan suatu respons emosional di dalam diri seseorang karena munculnya dorongan yang dialami diri seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang sesegera mungkin. Verplanken dan Sato (2011) menjelaskan bahwa pembelian impulsif terjadi sebagai bagian dari fungsi psikologis yang lebih luas, khususnya dalam bentuk perilaku pengaturan diri. Individu yang memiliki kecenderungan pembelian impulsif yang tinggi memiliki keinginan yang lebih besar untuk memiliki benda tersebut daripada kemauannya untuk menolak.

Menurut Soesono (2011) Indikator *Impulsive Buying* yaitu :

- a. Pembelian tanpa direncanakan sebelumnya
- b. Pembelian tanpa berpikir akibatnya
- c. Pembelian dipengaruhi keadaan emosional
- d. Pembelian dipengaruhi penawaran menarik

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan pembelian impulsif adalah dorongan (alamiah) yang muncul dari dalam diri individu untuk melakukan pembelian tidak terencana atau tanpa niat yang didasarkan pada keinginan yang kuat dan timbul secara spontan untuk membeli suatu benda, dipengaruhi oleh fungsi psikologis konsumen dan pengaruh eksternal, serta pengambilan keputusan yang relatif cepat. Setiap orang memiliki tingkat kecenderungan yang berbeda terhadap pembelian impulsif, hal tersebut tergantung pada kuatnya pengaruh lingkungan dan kontrol diri yang dimiliki setiap individu.



Stres

Menurut Rook dan Gardner (1993) perilaku pembelian impulsif dipengaruhi oleh kondisi emosional seseorang, suasana hati yang buruk dapat dengan mudah mendorongnya untuk melakukan kegiatan belanja impulsif. Hal ini dijelaskan lebih lanjut lagi oleh Elliot (1994) bahwa konsumen yang berada dalam mood negatif akan lebih aktif untuk menghilangkan perasaan tidak menyenangkan tersebut dengan melakukan pembelian.

Pada dasarnya, stres merupakan hal yang normal dan wajar bagi setiap manusia. Setiap manusia di dunia ini pasti pernah mengalami stres. Stres adalah perubahan reaksi tubuh ketika menghadapi ancaman, tekanan, atau situasi yang baru. Tingkat stres yang dialami setiap individu pun bervariasi tergantung pada peristiwa yang menjadi sumber stres (*stressor*) dan bagaimana individu tersebut memaknai peristiwa itu. Hal ini yang dialami oleh mahasiswa/i ketika transisi dari masa SMA ke masa perkuliahan menantang para remaja awal untuk hidup mandiri, mampu menangani masalah keuangan, menjaga standar nilai akademis dan integritas, serta menyesuaikan diri dengan kehidupan sosial yang baru. Piercall dan Keim (dalam Broughman, 2009) menjelaskan sebagai seorang mahasiswa, perkuliahan menjadi sumber stres (*stressor*) bagi para remaja awal ini. Pendidikan dihubungkan dengan beberapa peristiwa dalam hidup yang penuh dengan tekanan (*stressful life-event*) dan mahasiswa di perguruan tinggi lebih mengalami perubahan hidup yang penuh tekanan daripada teman mereka yang bekerja.

Menurut Saniskoro dan Akmal (2017) menjelaskan bahwa mahasiswa perlu memiliki kemampuan adaptasi yang baik terhadap lingkungan perkuliahan yang merupakan dunia baru bagi mereka. Jadi, dapat disimpulkan bahwa stres adalah tingkat tekanan yang dirasakan individu untuk menyesuaikan diri dengan peristiwa yang dianggap menjadi beban dan melebihi kemampuan individu, sehingga memunculkan respons fisiologis, kognisi, emosi maupun perilaku.

Aspek-aspek stres :

Sarafino (2011), menyebutkan 3 aspek biopsikososial terhadap stres yaitu :

1. Aspek Biologis, aspek ini berdampak pada menurunnya kondisi fisik seseorang dan gejala fisik dari stres yang dialami adalah sakit kepala, gangguan pencernaan.
2. Aspek Psikologis. Di dalam aspek ini terdapat gejala kognitif dan gejala emosi.
 - a. Gejala kognisi, stres melemahkan ingatan dan perhatian dalam aktivitas kognitif. Baum mengatakan bahwa individu yang terus-menerus memiliki stres dapat menimbulkan stres yang lebih parah.
 - b. Gejala emosi, individu sering menggunakan keadaan emosionalnya untuk mengevaluasi stres. Proses penilaian kognitif dapat memengaruhi stres dan pengalaman emosional.
3. Aspek Perilaku Sosial, stres dapat mengubah perilaku individu terhadap orang lain, individu dapat berperilaku menjadi positif maupun negatif. Stres juga dapat memengaruhi perilaku membantu pada individu, bersikap tak acuh pada lingkungan.

Terdapat beberapa gejala psikis dari stres antara lain :

1. Gejala Kognisi (pikiran)
Stres dapat mengganggu proses pikir individu. Individu yang sedang mengalami stres cenderung mengalami gangguan daya ingat, perhatian dan konsentrasi.
2. Gejala Emosi

Kondisi stres dapat mengganggu kestabilan emosi pada individu. Individu yang mengalami stres akan menunjukkan gejala mudah marah, kecemasan berlebih, merasa sedih dan depresi. Gejala emosi lainnya juga ditandai dengan adanya perasaan tidak mampu menyelesaikan suatu permasalahan, merasa ketakutan, merasa tertekan dan juga mudah marah.

3. Gejala Tingkah Laku

Stres dapat memengaruhi tingkah laku sehari-hari terhadap individu yang biasanya lebih cenderung negatif, sehingga menimbulkan masalah dalam hubungan interpersonal. Gejala tingkah laku yang biasanya timbul adalah sulit dalam bekerja sama, kehilangan minat, tidak mampu rileks, mudah terkejut, kebutuhan seks, obat-obatan, alkohol, dan merokok cenderung meningkat.

Stres dan Pembelian Impulsif

Ada beberapa alasan individu melakukan pembelian impulsif, salah satunya adalah karena saat membeli sesuatu individu mendapatkan kesenangan tersendiri. Sebuah survei yang dilakukan oleh State (dalam Scott, 2014) menunjukkan bahwa 62% konsumen melakukan kegiatan membeli atau berbelanja sebagai upaya untuk memperbaiki suasana hati, dan 82% konsumen memiliki perasaan positif mengenai kegiatan berbelanja tersebut. Sebuah penelitian lain juga mengungkapkan bahwa berbelanja secara signifikan memberikan ketenangan dan kenyamanan kepada individu (Sasongko, 2010). Jadi, berdasarkan hasil dari penelitian dan penjelasan tersebut, dapat terlihat bahwa pembelian impulsif mungkin saja terjadi pada individu yang sedang mengalami stres. Hal tersebut berdasarkan pernyataan seorang ahli yang menyebutkan bahwa kecemasan dan kesulitan dalam mengendalikan emosi merupakan beberapa gejala dari stres (Sarafino & Smith, 2011).

Dalam stres dengan pembelian impulsif kemungkinan terdapat proses regulasi emosi (Sullivan, 2008). Nantinya, kemampuan ini yang membuat perbedaan antar individu dalam mengendalikan diri atau mengelola stres yang nantinya berhubungan dengan perbedaan banyak pembelian impulsif yang dilakukan. Regulasi emosi dalam penelitian ini lebih bersifat otomatis dan tidak menjadi fokus dalam penelitian, berbeda dengan Sullivan (2008) yang melakukan kontrol akan regulasi emosi otomatis tersebut. Regulasi emosi dalam penelitian ini merupakan proses regulasi emosi yang terjadi secara otomatis ketika berhadapan dengan stresor. Stres berkaitan dengan munculnya perasaan negatif (Youn & Faber, 2000) dan hal tersebut ikut mendorong pembelian impulsif. Pembelian impulsif menjadi *coping* (Mochis, 2007) untuk mengurangi perasaan negatif yang muncul berhubungan dengan stres (Youn & Faber, 2000) atau sebagai strategi untuk meregulasi emosi (Sullivan, 2008). Pengaruh yang diberikan pembelian impulsif bersifat sementara dan menimbulkan emosi positif pada individu (Sullivan, 2008) karena sejatinya dalam membeli suatu barang diperlukan keputusan yang baik dan tidak tergesa-gesa apakah barang tersebut memang akan berguna dan memiliki manfaat apabila dibeli dan bukan hanya untuk sekadar memuaskan hasrat sementara.

Kerangka Berpikir

STRES
Stres dapat menjadi pemicu pembelian impulsif, di mana seseorang cenderung tergoda untuk terlibat dalam kegiatan belanja impulsif ketika sedang mengalami tekanan emosional.

PEMBELIAN IMPULSIF
Pembelian impulsif terjadi sebagai bagian dari fungsi psikologis yang lebih luas, khususnya dalam bentuk perilaku pengaturan diri. Individu yang memiliki kecenderungan pembelian impulsif yang tinggi memiliki keinginan yang lebih besar untuk memiliki benda tersebut daripada kemauannya untuk menolak.

Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif antara stres dan pembelian impulsif pada kalangan perempuan remaja akhir.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara stres pembelian impulsif sehingga penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif khususnya kuantitatif korelasional yang mengkaji mengenai hubungan antar variabel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya sebuah hubungan antara variabel dan juga untuk memprediksi suatu kejadian yang memiliki keterkaitan dengan variabel.

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam menentukan subjek penelitian ini adalah dengan teknik *accidental sampling* dengan jumlah subjek sebanyak 150 orang. *Accidental sampling* adalah pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoadmojo, 2010).

Dalam proses pengambilan data, peneliti memilih sampel penelitian dengan karakteristik (1) Mahasiswi / mahasiswa perempuan (2) berusia 18 hingga 24 tahun (3) belum memiliki pekerjaan atau berpenghasilan secara mandiri.

Tabel 1 Data Demografis Subjek Penelitian

Kategori	Frekuensi	Persentase %
Jenis Kelamin		
Perempuan	150	100
Usia		
18 tahun	2	1,3
19 tahun	27	18,0
20 tahun	45	30,0
21 tahun	23	15,3
22 tahun	29	19,3
23 tahun	23	15,3
24 tahun	1	0,7

Berdasarkan tabel 1 di atas, subjek pada penelitian ini berjumlah 150 responden berjenis kelamin perempuan. Dengan mayoritas berusia 20 tahun sebanyak 45 responden dengan persentase 30,0%.

Variabel dan Instrumen Penilaian

Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yakni variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dengan jabatan stres menjadi variabel bebas (X) dan pembelian impulsif sebagai variabel terikat (Y).

Untuk mengukur stres peneliti menggunakan skala stres yang disusun oleh Sulistiyowati (2016) yang terdiri dari 16 item. Skala stres terbentuk dari 3 aspek yaitu aspek biologis, psikologis dan perilaku sosial. Skala ini menggunakan skala *likert* dengan 4 alternatif pilihan jawaban seperti Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Serta indeks validitas (0,356 – 0,608) dan koefisien reliabilitas sebesar 0,856. Kemudian untuk mengukur pembelian impulsif yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *likert* yang dimodifikasi

oleh Syarah (2015) dengan menggunakan teori Rook (1995). Skala tersebut terdiri dari 22 item dan empat aspek yaitu perilaku *daring impulsive buying*, yaitu aspek spontanitas, aspek kekuatan, kompulsi dan intensitas, aspek kegairahan dan stimulasi, dan aspek ketidakpedulian akan akibat. Serta indeks validitas (0,273 – 0,696) dan koefisien reliabilitas sebesar 0,859, skala ini menggunakan skala *likert* dengan 4 alternatif pilihan jawaban seperti Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Prosedur dan Analisis Data Penelitian

Prosedur penelitian ini akan dilakukan dalam tiga tahapan yakni, Tahap Persiapan, Tahap Penyebaran Data, dan Tahap Analisis. Tahap persiapan berupa tahap yang dilakukan peneliti telah menemukan permasalahan yang ingin dikaji. Kemudian peneliti siap membuat instrument penelitian berdasarkan referensi dan materi terkait, selanjutnya peneliti akan menyebarkan instrumen penelitian melalui *google form*. Tahap kedua dilaksanakan oleh peneliti dengan cara menyebarkan *google form* kepada sampel terkait yang telah ditentukan sebelumnya. Tahap ketiga, yakni tahap analisis yang akan dilakukan ketika data sudah terkumpul. Analisis data akan dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS statistic versi 26.0 menggunakan metode analisis *pearson correlation* untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan di antara kedua variabel. Selanjutnya peneliti akan diskusi mengenai hasil analisis agar mampu menghasilkan suatu kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 150 responden, dapat diketahui kategorisasi untuk variabel stres dan pembelian impulsif sebagai berikut:

Tabel 2 Kategorisasi Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Std. Deviation	Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase %
Stres	43.52	7.313	Rendah	$X < 35.5$	15	10,0%
			Sedang	$36 \leq X \leq 51.5$	102	68,0%
			Tinggi	$X \leq 52$	33	22,0%
Pembelian Impulsif	67.09	10.566	Rendah	$X < 56.5$	21	14,0%
			Sedang	$57 \leq X \leq 76.5$	95	63,3%
			Tinggi	$X \leq 77$	34	22,7%

Berdasarkan pada tabel di atas dijelaskan bahwa kategorisasi responden terbagi menjadi 3 kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Pada variabel stres terdapat sebanyak 15 responden (10,0%) berada pada kategori rendah, sebanyak 102 responden (68,0%) berada pada kategori sedang dan pada kategori tinggi terdapat 33 responden (22,0%). Kemudian pada variabel pembelian impulsif terdapat 21 responden (14,0%) pada kategori rendah, 95 responden (63,3%) pada kategori sedang dan 34 responden (22,7%) berada di kategori tinggi.

Dengan melakukan uji normalitas data menggunakan *skewness kurtosis* nilai *skewness* normalitas pada variabel pembelian impulsif sebesar -1.25489 dan *kurtosis* sebesar -0.23461, sedangkan pada variabel stres nilai *skewness* sebesar 1.659262 dan nilai *kurtosis* sebesar -1.2531 dari nilai tersebut kedua variabel dinyatakan normal dikarenakan rasio *skewness* dan *kurtosis* kedua subjek berada di antara -2 sampai 2, lalu setelah data normal dan memenuhi standar maka dilakukan uji hipotesis

Selanjutnya hasil uji hipotesis, peneliti telah melakukan uji normalitas. Hasil dari uji normalitas menunjukkan bahwa distribusi data pada kedua variabel adalah normal. Dengan adanya asumsi normalitas terpenuhi, sehingga dapat dilanjutkan untuk menganalisis hubungan antara stres dan pembelian impulsif menggunakan uji korelasi Pearson.

Tabel 3 Hasil Uji Korelasi

Uji Korelasi	Indeks Analisis
Koefisien Korelasi (r)	0,409
Nilai Signifikansi (p)	0,000

Berdasarkan hasil uji korelasi *pearson* pada tabel di atas menunjukkan adanya hubungan yang positif dari kedua variabel yang diteliti didapatkan koefisien korelasi (r) sebesar 0.409 dengan nilai signifikansi (p) 0.000 maka dapat dikatakan bahwa hasil tersebut menunjukkan hasil hubungan positif dan signifikan di antara stres dan pembelian impulsif. Maka dengan demikian hipotesis penelitian ini dapat diterima.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan stres dengan pembelian impulsif pada kalangan perempuan remaja akhir. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai r sebesar 0,409 dengan nilai $p= 0,000$ yang berarti terdapat hubungan positif antara stres dengan pembelian impulsif pada kalangan perempuan remaja akhir. Hal ini dapat diartikan bahwa makin tinggi stres yang dialami maka makin tinggi pembelian impulsif yang dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat dinyatakan bahwa hipotesis pada penelitian ini terbukti diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Moran (2015) menunjukkan bahwa stres berdampak bagi seseorang untuk melakukan pembelian secara impulsif, dengan demikian dapat dikatakan bahwa stres memiliki hubungan dengan pembelian impulsif. Berdasarkan laman Fimela, terdapat peningkatan perilaku belanja pada masyarakat di Indonesia yang disebabkan oleh stres, sehingga mereka melampiaskannya dengan cara berbelanja agar mencapai tujuan yakni dapat menghilangkan stres. Diperkuat juga oleh penelitian yang dilakukan Pradhan (2016) bahwa salah satu faktor penyebab perilaku pembelian impulsif adalah suasana hati atau emosi negatif. Seseorang dengan emosi negatif cenderung berusaha mencari pelampiasan untuk melepaskannya dengan sesuatu yang paling mudah dan dapat menimbulkan emosi positif ialah berbelanja.

Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang mempunyai stres tinggi akan mempunyai kebiasaan melakukan pembelian impulsif yang tinggi karena ia belum mampu mengontrol stresnya, dan melakukan pelampiasan dengan melakukan pembelian impulsif untuk mendapatkan emosi positif. Hasil ini juga dapat diperkuat oleh survei yang telah dilakukan oleh State (dalam Scott, 2014) menunjukkan bahwa 62% konsumen melakukan kegiatan membeli atau berbelanja sebagai upaya untuk memperbaiki suasana hati, dan 82% konsumen memiliki perasaan positif mengenai kegiatan berbelanja tersebut.

Banyak mahasiswa yang mengalami stres. Hal ini disebabkan dari berbagai macam tuntutan dan hambatan yang datang selama perkuliahan. Menurut Lin dkk (2020) sebagian besar faktor yang menyebabkan mahasiswa mengalami stres berasal dari faktor akademik, seperti tugas-

tugas yang harus dikumpulkan dalam waktu yang dekat, praktikum atau skripsi. Dan dalam waktu yang bersamaan juga memiliki tanggung jawab atau masalah pribadi sehingga jika tidak dapat menyeimbangkan atau mengaturnya dengan baik maka dapat menyebabkan menimbulkan stres.

Pembelian impulsif merupakan kegiatan yang dapat menyenangkan bagi seseorang yang sedang mengalami stres negatif, karena dapat menimbulkan kepuasan tersendiri saat dapat melakukan pembelian atau memiliki barang yang dibeli sesuai keinginannya tanpa harus berpikir barang yang dibeli dapat digunakan sehari-hari atau tidak. Karena saat melakukan pembelian saat sedang stres seseorang hanya berpikir untuk melakukan pembelian terhadap barang yang dilihatnya hanya untuk mengurangi stres dan menimbulkan rasa kepuasan.

Melakukan pembelian impulsif juga dapat menjadi *coping*. Pembelian impulsif menjadi *coping* (Mochis, 2007) untuk mengurangi perasaan negatif yang muncul berhubungan dengan stres (Youn & Faber, 2000) atau sebagai strategi untuk meregulasi emosi (Sullivan, 2008). Dan pengaruh yang diberikan pembelian impulsif bersifat sementara dan menimbulkan emosi yang positif pada individu, karena seharusnya dalam membeli sesuatu diperlukan keputusan yang baik dan tidak tergesa-gesa untuk memutuskan apakah barang yang dibeli dapat berguna atau hanya untuk menimbulkan kepuasan diri sendiri. Dan juga menurut penelitian yang dilakukan oleh Astari & Nugroho (2017) yang menjelaskan bahwa emosi memiliki peran penting yang dapat mendorong seseorang melakukan pembelian impulsif. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa ketika seseorang memiliki emosi yang negatif maka ia cenderung memiliki gairah untuk memperbaiki emosinya dan melampiaskannya dengan berbelanja impulsif. Hal ini dikarenakan hasrat emosional yang lebih mendominasi dalam diri sehingga individu tidak dapat berpikir secara logis dan jangka panjang.

Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Thompson & Prendergast (2015) yang mendefinisikan perilaku pembelian impulsif sebagai pembelian yang spontan atau keinginan untuk memiliki suatu produk tanpa berpikir secara matang. Seseorang yang melakukan pembelian impulsif cenderung tidak mempertimbangkan dengan baik dan tidak berpikir panjang atau logis terkait manfaat atau kegunaan jangka panjang suatu barang yang ingin dibeli.

Piercall dan Keim (dalam Broughman, 2009) menjelaskan sebagai seorang mahasiswa, perkuliahan menjadi sumber stres (*stressor*) bagi para remaja awal ini. Pendidikan dihubungkan dengan beberapa peristiwa dalam hidup yang penuh dengan tekanan (*stressful life-event*) dan mahasiswa di perguruan tinggi lebih mengalami perubahan hidup yang penuh tekanan daripada teman mereka yang bekerja. Dalam penelitian ini juga menunjukkan usia yang paling banyak mengalami stres ialah usia 20 tahun dengan 38 responden, di mana hal ini menunjukkan pada usia tersebut individu sedang menjalani masa perkuliahan dan bisa dikatakan menjadi sumber stres karena mengalami jadwal perkuliahan dan tugas yang padat. Dan dengan tingginya tingkat stres pada individu maka dapat menimbulkan pembelian impulsif yang tinggi.

Selanjutnya, pada penelitian ini ditemukan 102 orang responden (68,0%) memiliki tingkat stres sedang, 33 orang responden (22,0%) memiliki tingkat stres tinggi, sedangkan sisanya 15 orang responden (10,0%) memiliki tingkat stres rendah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar perempuan remaja akhir mengalami stres pada kategori sedang. Artinya banyak individu yang merasa cukup stres dan melakukan pembelian impulsif. Tetapi mereka juga masih mampu mengendalikan emosi negatifnya, dan juga masih cukup mampu untuk mengendalikan keinginan untuk melakukan pembelian impulsif. Karena pembelian impulsif terganggu dengan emosi yang dialami individu, Menurut Rook dan Gardner (1993) perilaku pembelian

impulsif dipengaruhi oleh kondisi emosional seseorang, suasana hati yang buruk dapat dengan mudah mendorongnya untuk melakukan kegiatan belanja impulsif.

Penjabaran di atas menyadarkan peneliti bahwa masih banyak hal yang perlu dikaji lebih jauh tentang penelitian stres. Penelitian yang dilakukan juga memiliki kelebihan dan kekurangan, kelebihan dari penelitian adalah kita dapat mengetahui seberapa besar hubungan antara stres dengan pembelian impulsif. Sedangkan kekurangan dalam penelitian ini adalah pengambilan data yang dilakukan secara *online* melalui *google form* yang menyebabkan banyaknya bias pada hasil penelitian yang didapat.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara stres dengan pembelian impulsif pada perempuan remaja akhir. Korelasi positif berarti makin tinggi stres maka makin tinggi pembelian impulsif yang dilakukan oleh perempuan remaja akhir.

Implikasi dari penelitian ini yaitu, bagi perempuan remaja akhir yang mengalami stres untuk tidak melampiaskan sepenuhnya untuk berbelanja, karena seperti yang telah diketahui ketika sedang stres, seseorang cenderung sulit untuk mengambil keputusan dengan baik. Dan dengan sadar dan tenang memikirkan apa saja barang yang memang perlu untuk dibeli sehingga tidak menimbulkan rasa menyesal nantinya. Selain itu diharapkan individu bisa mengikuti kegiatan yang lebih bermanfaat untuk mengurangi stres di dalam sekolah/kampus maupun diluar sekolah/kampus untuk meningkatkan pola pikir sehat serta pengembangan keterampilan diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. B., Ali, H. F., Malik, M. S., Humayun, A. A., & Ahmad, S. (2019). Factors affecting impulsive buying behavior with mediating role of positive mood: An empirical study. *European Daring Journal of Natural and Social Sciences*, 8(1), pp-17.
- Akram, U., Hui, P., Khan, M. K., Yan, C., & Akram, Z. (2018). Factors affecting daring impulse buying: evidence from Chinese social commerce environment. *Sustainability*, 10(2), 352.
- Akram, U., Hui, P., Khan, M. K., Tanveer, Y., Mehmood, K., & Ahmad, W. (2018). How website quality affects daring impulsive buying: Moderating effects of sales promotion and credit card use. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(1), 235-256.
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2017). Gaya hidup hedonisme dan impulse buying pada mahasiswa. *Ecopsy*, 7(2), 378660.
- Ardiyanto, F. (2017). Pengaruh positive emotion, time availability dan money availability terhadap impulsive buying behavior konsumen mahasiswa pada department store di kota Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 14(1), 850-862.
- Astari, D. A., & Nugroho, C. (2017). Motivasi pembelian impulsif online shopping pada instagram (Analisis Deskriptif Motivasi Konsumen dalam Melakukan Pembelian Online Pada Instagram). *Jurnal Signal*. 5 (2), 33-46.
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding To Temptation: Self Control Failure, Impulsive Purchasing, and Customer Behavior. Reflections and Reviews. *Journal of Consumer Research*. 28, 670-676.
- Bong, S. (2011). Pengaruh *in-store* stimuli terhadap *impulse buying behavior* konsumen *Hypermarket* di Jakarta. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 31-52.
- Broughman, S. P., Swaim, N. L., & Keaton, P. W. (2009). Characteristics of Private Schools in the United States: Results From the 2007-08 Private School Universe Survey--First Look. NCES 2009-313. *National Center for Education Statistics*.
- Crandall, C. S., Preisler, J. J., & Aussprung, J. (1992). Measuring life event stres in the lives of college students: The Undergraduate Stres Questionnaire (USQ). *Journal of Behavioral Medicine*, 15, 627-662.
- Diantari, R. A., & Pujotomo, I. (2016, July). Calculation of electrical energy with solar power plant design. In *2016 International Seminar on Intelligent Technology and Its Applications (ISITIA)* (pp. 443-446). IEEE.
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Atmospheric qualities of daring retailing: A conceptual model and implications. *Journal of Business research*, 54(2), 177-184.
- Elliot, A. J., & Harackiewicz, J. M. (1994). Goal setting, achievement orientation, and intrinsic motivation: a mediational analysis. *Journal of personality and social psychology*, 66(5), 968.
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Daring Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29-38.
- Fenton O'Creevy, M., & Furnham, A. (2020). Money attitudes, personality and chronic impulse buying. *Applied Psychology*, 69(4), 1557-1572.
- Hastings, P. D., Nuselovici, J. N., Utendale, W. T., Coutya, J., McShane, K. E., & Sullivan, C. (2008). Applying the polyvagal theory to children's emotion regulation: Social context, socialization, and adjustment. *Biological psychology*, 79(3), 299-306.
- Hoyer, M. (2008). Consumer Behavior towards Services offered By IT Companies Advance Consumer Research.
- Lin, I. K. C., Marcus, V. B., Isa, S. F. A., Jamaluddin, M. H. B., et al. (2020). Stres Management Among Students in Universiti Teknologi Malaysia. In *International Coference on*

- Student and Disable Student Development 2019 (ICoSD 2019)* (pp. 51-59). Atlantis Press.
- Lisma, N., & Haryono, A. (2016). Analisis perilaku konsumsi mahasiswa ditinjau dari motif bertransaksi (Studi kasus pada mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang angkatan tahun 2012). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Economic Education Journal)*, 9(1).
- Moschis, G. P. (2007). Life course perspectives on consumer behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35, 295-307.
- Moran, B. (2015). Effect of stres, materialism and external stimuli on daring impulse buying. *Journal of Research for Consumers*, (27), 26.
- Nandha, O., Andriani, K., & Edriana, P. (2017). The effect of store environment, availability of money and time, hedonic Consumption tendency on emotional States and its impact on impulse Buying Behaviour. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 63(3).
- Pandey, A., & Bharti, K. K. (2019). A Review Study and Analysis on Factors that Influence Impulse Buying. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 2(2), 842-846.
- Pariat, L., Rynjah, A., Joplin, M., & Kharjana, M. (2014). Stres levels of college students: Interrelationship between stresors and coping strategies. *Journal of Humanities and Social Science*, 19(8), 40-46.
- Parnetti, L., Mignini, F., Tomassoni, D., Traini, E., & Amenta, F. (2007). Cholinergic precursors in the treatment of cognitive impairment of vascular origin: ineffective approaches or need for re-evaluation?. *Journal of the neurological sciences*, 257(1-2), 264-269.
- 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.
- Reta Lestari, M., & Dwityanto, A. (2017). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Impulsive Buying Pada Pegawai Wanita Di Kantor Dinas Perhubungan Kota Surakarta*. Disertasi doktoral, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Rook, D. W., & Gardner, M. P. (1993). In the mood: Impulse buying's affective antecedents. *Research in consumer behavior*, 6(7), 1-28.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of consumer research*, 22(3), 305-313.
- Saniskoro, B. S. R., & Akmal, S. Z. (2017). Peranan penyesuaian diri di perguruan tinggi terhadap stres akademik pada mahasiswa perantau di Jakarta. *Jurnal Psikologi Ulayat: Indonesian Journal of Indigenous Psychology*, 4(1), 96-106.
- Sarafino, Edward, P. & Smith, Timoty., W. (2011). *Health psychology: biopsychosocial interactions*. Seven Edition. Hal 81-83, USA: Wiley
- Sarafino, E. P., & Smith, T. W. (2012). *Health psychology: biopsychosocial*
- Sasongko, A. (2010). Belanja bisa kurangi stres? benarkah. *Diakses dari <http://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/info-sehat/10/09/15/134867-belanja-bisakurangi-stres-benarkah>*.
- Scott, M. (2014). *Media and development*. Bloomsbury Publishing.
- Sulistiyowati, Mulia. (2016). *Hubungan self efficacy dengan stres mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi*. Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Thompson, E. R., & Prendergast, G. P. (2015). The influence of trait affect and the five-factor personality model on impulse buying. *Personality and Individual Differences*, 76, 216-221.

- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of personality*, 15(1_suppl), S71-S83.
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). The psychology of impulse buying: An integrative self-regulation approach. *Journal of Consumer Policy*, 34, 197-210.
- Youn, S., & Faber, R. J. (2000). Impulse buying: its relation to personality traits and cues. *ACR North American Advances*.
- Yudha, D. K. P. (2018). *Hubungan Antara Mood Dan Impulsive Buying Behavior Pada Remaja Sebagai Konsumen Department Store Di Kota Malang*. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang: Malang.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Blue Print Skala Penelitian

Skala Stres

No	Aspek	Item	Jumlah	
1	Aspek biologis	Berdampak pada menurunnya kondisi fisik seseorang seperti sakit kepala, perut mules	1,6,11,14,4*,9*,12*,13*	8
2	Aspek Psikologis	Berdampak pada emosi dan kognitifnya di mana seseorang menjadi cemas, takut, sedih, hilangnya motivasi dan konsentrasi	2,7,8,3*,5*,10*	6
3	Aspek Perilaku	Dapat mengubah perilaku individu terhadap orang lain menjadi menunda pekerjaan, tak acuh pada lingkungan	16,15*	2
Total			16	

*= item *unfavorable*

Skala Pembelian Impulsif

No	Aspek	Indikator	Nomor aitem	Jumlah
1.	Spontanitas	Membeli tanpa perencanaan	1,9,17,2*,10*,18*	6
2.	Kekuatan, kompulasi intensitas	Mengesampingkan hal lain dan bertindak segera	3,11,19,4*,12*,20*	6
3.	Kegairahan dan stimulasi	Desakan membeli secara mendadak	15,13,21,6*,14*	5
4.	Ketidakpedulian akan akibat	Mengabaikan dampak negatif pembelian	7,15,22,8*,16*	5
JUMLAH			22	

*= item *unfavorable*

Lampiran 2 Kuisioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Shinta Eka Shinta Eka Rusmita yang merupakan mahasiswi semester akhir Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang yang sedang melakukan penelitian skripsi untuk menyelesaikan program Strata Satu (S1). Penelitian ini terdiri dari dua jenis kuisioner yang perlu diisi, mohon untuk memperhatikan dengan baik petunjuk yang sudah diberikan.

Saya membutuhkan kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner jika Anda memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswi / Perempuan
2. Berusia 18-24 tahun
3. Belum memiliki pekerjaan / Berpenghasilan Secara Mandiri

Tidak ada jawaban benar atau salah, sehingga Anda diharapkan untuk menjawab setiap item dengan kondisi Anda yang sesungguhnya. Setiap informasi yang ada pada kuesioner ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian, saya selaku peneliti akan menjamin keharasaan terkait jawaban Anda.

Terima Kasih atas Kesediannya dan Partisipasinya.

Wassalamualaikum, Wr.Wb.

DATA DIRI

Nama / Inisial :
Usia :
Jenis Kelamin :
Universitas :

Petunjuk Pengisian

Sebelum memulai bacalah dengan teliti setiap pernyataan, Skala ini berisi pernyataan yang harus Anda isi dengan cara memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban yang menurut anda sesuai dengan keadaan yang Anda rasakan saat ini. Dalam pernyataan ini akan ada empat alternatif jawaban yang tersedia seperti :

Keterangan jawaban tersebut sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

SKALA STRES

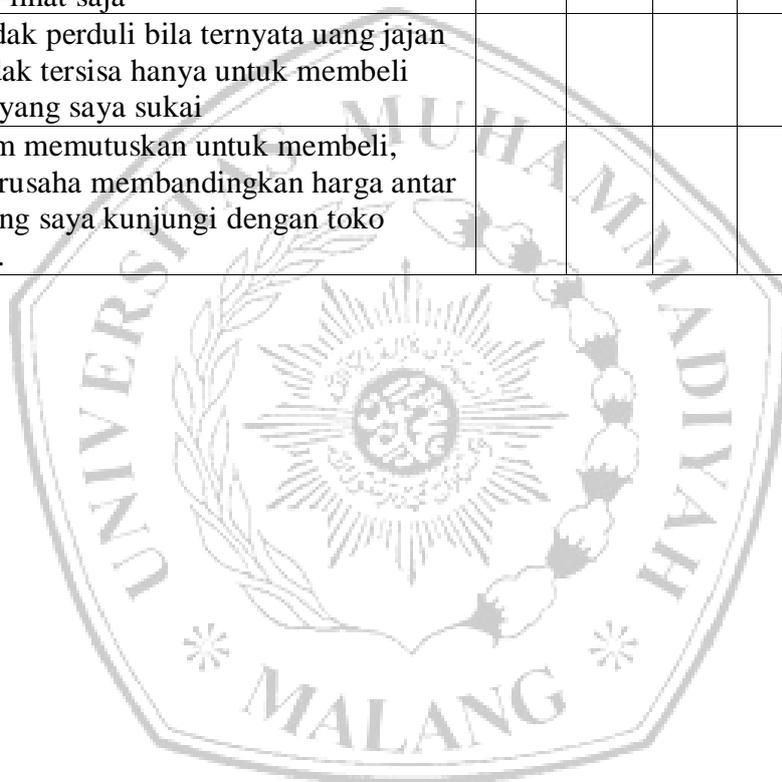
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa sakit perut pada saat saya merasa gugup berhadapan dengan suatu masalah				
2.	Dalam proses menyelesaikan permasalahan terkadang saya merasa tegang				
3.	Saya tidak merasakan tegang dan takut, justru mampu santai pada saat saya melakukan sebuah kesalahan				
4.	Saya tidak merasa sakit kepala jika suatu permasalahan menghampiri saya				

5.	Jika uang jajan saya belum dikirim oleh orangtua, hal tersebut tidak akan membuat saya merasa sedih				
6.	Rasa sakit kepala dan mual pada diri saya mudah muncul pada saat saya merasa permasalahan yang datang begitu berat				
7.	Saya merasa cemas pada saat orangtua saya terlambat mengirimkan uang jajan bulanan saya				
8.	Saya merasa gelisah saat tidak memiliki solusi untuk suatu permasalahan				
9.	Saya tidak merasa sakit kepala ataupun pusing disaat saya sedang memikirkan permasalahan yang terjadi pada saya				
10.	Saya tidak pernah merasa tertekan pada saat saya memiliki permasalahan dalam hidup saya				
11.	Saya sering merasa pusing jika tugas saya tidak selesai				
12.	saya tidak merasakan sakit kepala Jika tugas saya tidak selesai				
13.	Saya tidak mengalami perubahan nafsu makan pada saat saya merasa stres karena menghadapi suatu tekanan yang cukup berat				
14.	Saya merasa lemas pada saat saya akan bertemu dengan seseorang yang saya anggap menakutkan				
15.	Saya tidak pernah mengalami gangguan tidur ketika saya memiliki tanggung jawab yang belum terselesaikan				
16.	Saya sering makan berlebih jika saya merasa stres				

SKALA PEMBELIAN IMPULSIF

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saat melihat suatu produk yang menarik, saya akan langsung membelinya				
2.	Ketika saya membeli barang, saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah saya benar-benar memerlukan barang tersebut				
3.	Membeli barang yang sedang menjadi <i>Trend</i> merupakan hal yang wajib bagi saya				
4.	Saya tidak mudah terpengaruh membeli barang di toko meskipun ada yang menarik dan saya sukai				
5.	Ketika saya melihat barang yang bagus di sebuah toko, saya merasa saya harus memilikinya				
6.	Saya tidak terlalu menghiraukan jika melihat barang yang cukup menarik				
7.	Ketika membeli barang menarik yang saya inginkan, saya tidak menyadari bahwa ternyata uang yang saya gunakan tersebut seharusnya untuk membeli keperluan yang lain				
8.	Saya lebih mengutamakan menabung daripada berbelanja				
9.	Pada saat saya merasa stres, saya tidak pernah berpikir panjang ketika memutuskan untuk membeli barang yang saya sukai				
10.	Saya tidak langsung membeli barang yang saya inginkan meskipun kondisi keuangan saya mencukupi				
11.	Saya sering membeli barang yang sedang menjadi favorit pada kalangan remaja				
12.	Apabila barang yang akan saya beli di toko tersebut memiliki harga yang tinggi, maka saya tidak jadi membelinya				
13.	Saya sangat merasa bersemangat saat membeli barang yang menarik dan saya sukai				
14.	Tidak ada rasa menyesal yang berlebihan saat saya gagal membeli suatu barang yang saya inginkan				
15.	Saya membeli barang yang saya sukai tanpa memikirkan apakah barang tersebut cocok untuk saya atau tidak				
16.	Saya mampu menahan diri berbelanja dengan membatasi pengeluaran saya				

17.	Saya tidak memperdulikan harga saat membeli barang yang saya sukai				
18.	Saya tidak mudah tergoda untuk membeli suatu barang di toko meskipun ada yang menarik				
19.	Apabila saya melihat teman saya berbelanja dan meminta pendapat saya terhadap suatu barang, saya menjadi ikut tertarik membeli barang tersebut walaupun awalnya tidak terdapat keinginan untuk membelinya				
20.	Ketika saya berada di suatu toko, saya jarang membeli satu barang, hanya melihat-lihat saja				
21.	Saya tidak peduli bila ternyata uang jajan saya tidak tersisa hanya untuk membeli barang yang saya sukai				
22.	Sebelum memutuskan untuk membeli, saya berusaha membandingkan harga antar toko yang saya kunjungi dengan toko lainnya.				

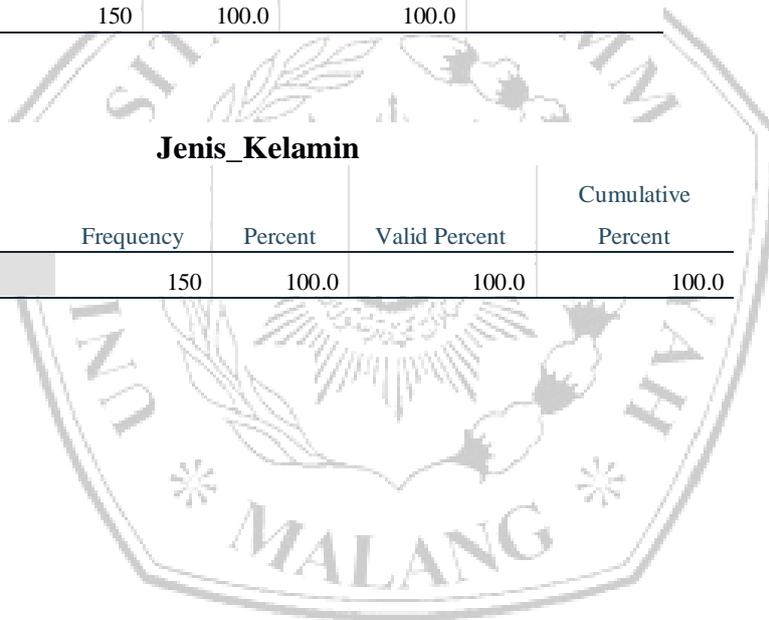


LAMPIRAN

Lampiran 3 Deskripsi Data Responden

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	18.00	2	1.3	1.3	1.3
	19.00	27	18.0	18.0	19.3
	20.00	45	30.0	30.0	49.3
	21.00	23	15.3	15.3	64.7
	22.00	29	19.3	19.3	84.0
	23.00	23	15.3	15.3	99.3
	24.00	1	.7	.7	100.0
Total		150	100.0	100.0	

		Jenis_Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Perempuan	150	100.0	100.0	100.0



LAMPIRAN

Lampiran 4 Analisis Uji Reliabilitas, Uji Linieritas, Uji Korelasi

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Pembelian_Impulsif	150	67.0933	10.56609
Stres	150	43.5200	7.31342
Valid N (listwise)	150		

Statistics

		Pembelian_Impul sif	Stres
N	Valid	150	150
	Missing	0	0
Skewness		-.249	.329
Std. Error of Skewness		.198	.198
Kurtosis		-.092	-.493
Std. Error of Kurtosis		.394	.394

kat_Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	21	14.0	14.0	14.0
	Sedang	95	63.3	63.3	77.3
	Tinggi	34	22.7	22.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

kat_X

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	15	10.0	10.0	10.0
	Sedang	102	68.0	68.0	78.0
	Tinggi	33	22.0	22.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

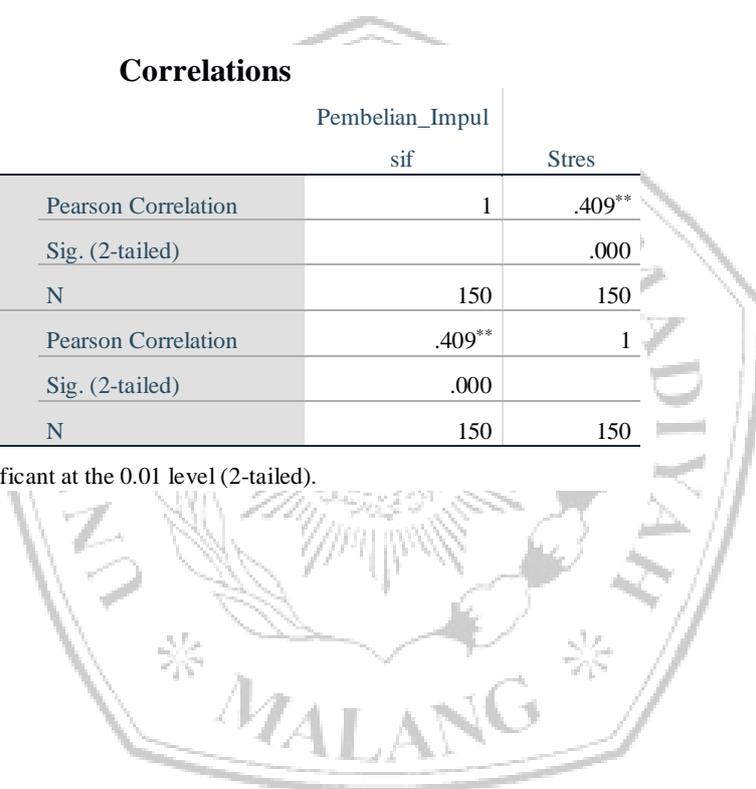
ANOVA Table

			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
Pembelian_Impulsif	Between	(Combined)	9261.234	29	319.353	5.197	.000
* Stres	Groups	Linearity	2782.133	1	2782.133	45.278	.000
		Deviation from Linearity	6479.101	28	231.396	3.766	.000
Within Groups			7373.460	120	61.445		
Total			16634.693	149			

Correlations

		Pembelian_Impul sif	Stres
Pembelian_Impulsif	Pearson Correlation	1	.409**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	150	150
Stres	Pearson Correlation	.409**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	150	150

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



LAMPIRAN

Lampiran 5 Uji Verifikasi data



LABORATORIUM FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144 Telp. 0341-464318

SURAT KETERANGAN

No: E.6.a/865/Lab-Psi/UMM/XII/2023

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini Tim Divisi Psikometri Laboratorium Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Shinta Eka Rusmita
NIM : 201810230311001
Dosen Pembimbing : 1) Dr. Cahyaning Suryaningrum, M.Si
2)

Yang bersangkutan telah melakukan :

1. Verifikasi Analisa Data.
Hasil: Lulus /Perbaikan

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 13 Desember 2023
Petugas Cek

Navy Tri Indah Sari, M.Si

LAMPIRAN

Lampiran 6 Uji Plagiasi



LABORATORIUM FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144 Telp. 0341-464318

SURAT KETERANGAN

No: E.6.a/22/Lab-Psi/UMM/I/2024

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini Tim Divisi Psikometri Laboratorium Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Shinta Eka Rusmita
NIM : 201810230311001
Dosen Pembimbing : 1) Dr. Cahyaning Suryaningrum, M.Si
2)

Yang bersangkutan telah melakukan :

1. Cek Plagiasi
Hasil: Lulus/Perbaikan
Dengan keterangan sebagai berikut:

No	Judul Skripsi	Batas Maksimal	Hasil
1	Hubungan Antara Stres dan Pembelian Impulsif Pada Kalangan Perempuan Remaja Akhir	25%	5%

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.



Malang, 5 Januari 2024
Petugas Cek

Navy Tri Indah Sari, M.Si
Navy Tri Indah Sari, M.Si

NA MA	U SI A	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 1 0	Y 1 1	Y 1 2	Y 1 3	Y 1 4	Y 1 5	Y 1 6	Y 1 7	Y 1 8	Y 1 9	Y 2 0	Y 2 1	Y 2 2	TO TA L	
IR	2 0	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	2	3	2	3	2	4	64
IK	1 9	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	83
Rev ania	1 9	4	4	4	3	3	4	3	4	3	1	3	3	3	4	3	1	3	3	3	3	4	3	2	68
Den ada Ka	1 9	4	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	73
YB	2 0	3	4	4	3	3	4	1	4	3	1	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	1	69
IH	2 2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	1	72
Talit a Usm an	2 1	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	4	4	3	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	70
IY	2 2	2	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	2	2	2	3	71
YG	2 1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	4	43
FS	2 2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	78
RK	2 0	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	1	67
AJK	2 0	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	70
GJ	1 9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	2	81
RR	2 0	3	4	3	2	1	1	1	2	1	1	1	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	54
Yun inta sint ha	2 1	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	81
TR	2 2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	67
ZR	2 2	3	4	3	1	1	1	3	4	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	56
Nur ul Aziz ah	2 3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	78
Cant ika men tari	2 0	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	1	75
Julia nur djay anti	2 0	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	72
Ria	2 0	3	3	3	4	1	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	1	67
DK	2 1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	62
Mali ka	2 0	4	3	4	4	4	1	4	3	4	2	4	2	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2	2	70

TY	2	0	3	1	3	1	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	53		
dn	2	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3	67	
IB	2	0	3	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	59	
CC	2	0	3	3	4	1	3	2	4	3	3	3	3	1	1	4	4	1	4	1	4	3	3	2	60	
LK	2	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	1	78	
Kartika Sari	2	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	80
J	2	0	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	3	2	72
Z	1	9	3	3	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	1	3	3	3	63	
BR	2	0	3	2	4	3	4	3	1	4	3	2	3	4	4	3	4	4	2	1	4	3	3	4	68	
P	2	0	3	4	3	1	1	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	1	58	
F	2	0	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	77	
Sarah fatmawati	2	0	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	69	
F	2	0	4	3	4	3	2	3	4	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	1	4	3	3	2	62	
Hani P	2	0	3	3	2	4	2	1	3	4	3	4	3	4	4	4	1	4	1	2	3	4	4	1	64	
BT ARI	2	3	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	58	
R	2	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	65	
Way	2	3	3	1	2	2	3	2	3	1	2	1	2	2	3	3	2	1	2	1	4	2	2	4	48	
A	2	0	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	64	
Ressa	2	3	3	4	1	1	3	3	2	1	3	1	3	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	2	60	
B	2	1	4	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	1	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	68	
Can	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	1	80	
S	2	3	3	1	3	3	4	3	4	1	3	2	1	4	4	2	1	2	3	4	4	4	3	3	62	
nanda	2	1	3	4	4	2	1	2	3	2	4	4	3	1	3	2	3	2	1	2	3	4	3	3	59	
C	2	4	4	1	2	4	4	4	3	2	4	1	1	4	1	1	4	1	2	3	3	4	4	1	58	
putri	2	1	3	4	4	2	4	1	3	2	3	3	4	2	4	3	3	2	3	1	3	2	3	4	63	
S	2	2	2	1	4	1	4	2	1	4	4	4	4	1	4	1	1	4	1	4	4	1	4	4	60	
A	2	2	3	3	3	1	3	1	3	2	3	4	2	2	4	1	4	1	1	1	4	3	3	3	55	

ZA	2 1	3	4	2	4	4	4	4	4	1	3	1	4	4	1	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	69
AP	2 2	4	4	1	1	4	1	4	1	4	4	1	3	4	4	2	1	4	4	4	1	1	4	4	61	
OV P	2 3	3	1	2	1	2	2	2	2	2	3	1	3	1	3	2	1	2	3	1	3	1	2	4	45	
Riri	2 2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	1	3	3	3	4	3	1	3	3	3	4	3	2	68		
Nir wan a putri	1 9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	2	81	
Linda	2 3	4	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	73		
Ara	2 3	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	4	4	3	4	3	4	3	2	3	2	3	3	70		
Fitri salsa bila	2 2	2	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	2	2	3	71		
Nsa hkm i	2 0	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	63		
Anz	1 9	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	81		
Deti a	1 9	3	4	3	2	1	1	1	2	1	1	1	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	54		
Ame lia	2 3	4	2	4	2	4	2	3	2	3	1	3	2	4	2	4	2	3	2	3	1	4	3	60		
Devi	2 2	3	2	4	3	3	2	3	4	4	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	68		
AA	1 8	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	64		
W	1 9	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	2	66		
V	1 8	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	3	3	2	4	3	4	4	4	2	3	2	67		
vam	2 2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	83		
wp	2 0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	85		
Gea cikit a	2 2	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	76		
Pink an	2 3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	84		
Lia Dili ng	2 2	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	76		
FA	2 1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	66		
Sara h	1 9	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	1	81		
dyah ajen g pusp itasa ri	2 0	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	63		
Ratr i	2 2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	82		

Opit a	2	0	4	4	1	1	4	1	4	1	4	4	1	3	4	4	2	1	4	4	4	1	1	4	61
Alya	2	3	3	1	2	1	2	2	2	2	3	1	3	1	3	2	1	2	3	1	3	1	2	4	45
Okta via	2	2	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	3	2	72
LR	2	0	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	66	
Sals abila	1	9	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	58
E.L	2	0	4	3	3	1	1	1	4	1	4	2	1	1	4	4	4	4	1	1	1	1	4	4	54
Sovi yant i	2	2	4	1	2	4	4	4	3	2	4	1	1	4	1	1	4	1	2	3	3	4	4	1	58
masi d	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	78
Lisa Devi	2	1	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	1	75
Revi ta	1	9	4	1	2	4	4	4	3	2	4	1	1	4	1	1	4	1	2	3	3	4	4	1	58
zara chin tya l	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	2	3	2	3	2	4	64
Dera	2	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	64	
Vale nka	2	0	4	3	3	1	1	2	4	1	4	3	1	2	3	3	2	3	4	3	2	1	1	4	55
Ip	2	1	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	82	
Yant i	2	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	82	
Qon ita	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	1	3	3	3	4	3	1	3	3	3	4	3	2	68
Cia	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	4	43
Den ada K	2	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	78
Nur ma	1	9	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	63	
P	2	1	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	82
aca	2	2	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	76
Mah aran i	2	3	4	4	3	3	4	1	1	3	2	4	4	2	3	2	1	2	3	4	4	4	1	63	
Indri Fird ana	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	4	3	4	3	3	2	4	2	4	2	4	3	62
Hus nul hida yah	2	2	2	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	58
CB	2	3	3	3	3	4	1	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	1	67	

NAMA	USI A	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X1 0	X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5	X1 6	TOTA L
IR	20	4	4	2	1	1	4	4	3	1	1	4	4	1	4	1	4	43
IK	19	4	4	3	3	1	4	4	4	3	4	4	1	1	4	4	4	52
Revania	19	3	1	1	4	2	3	4	4	3	4	3	4	1	1	1	2	41
Denada Ka	19	3	3	4	1	4	4	1	4	3	1	1	1	4	3	4	4	45
YB	20	4	1	3	3	1	1	4	2	3	1	1	1	3	3	4	3	38
IH	22	3	3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	4	2	3	4	3	46
Talita Usman	21	3	3	1	2	2	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	50
IY	22	3	4	3	3	1	3	2	3	4	3	4	4	3	2	1	3	46
YG	21	3	2	2	2	3	1	4	3	2	1	2	2	2	2	2	2	35
FS	22	4	3	3	4	1	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	54
RK	20	4	3	3	3	1	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	54
AJK	20	3	4	1	3	2	1	4	1	3	1	1	1	3	3	3	4	38
GJ	19	3	4	4	4	2	4	3	1	4	1	1	2	4	3	4	3	47
RR	20	4	1	1	3	2	1	3	1	1	2	1	1	4	3	3	3	34
Yuninta sintha	21	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	1	52
TR	22	3	1	1	4	1	1	3	1	1	4	3	3	1	1	1	3	32
ZR	22	4	4	4	1	2	3	1	3	3	1	1	3	4	2	3	3	42
Nurul Azizah	23	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	1	4	3	2	52
Cantika mentari	20	3	3	4	3	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	56
Julia nur djayanti	20	4	1	1	4	1	1	3	1	1	3	3	3	4	3	1	4	38
Ria	20	4	2	1	3	2	2	4	1	4	3	3	4	1	1	1	3	39
DK	21	4	1	2	4	2	1	4	1	1	4	3	3	2	2	4	4	42
Malika Subagio	20	3	4	4	4	1	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	56
GB	23	4	1	1	3	2	3	2	3	4	1	1	1	4	3	3	3	39
YG	20	4	1	1	4	1	1	3	1	1	3	3	3	1	1	1	4	33
RR	20	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	58
Fafa	20	3	4	3	1	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	50
Nasywaa Isyni	22	4	1	1	4	1	1	4	1	1	4	4	4	1	1	3	4	39
Salsabila Khumair a	22	4	1	1	4	1	1	4	1	1	4	4	4	1	1	1	4	37
Tasia	23	3	3	2	2	2	4	3	4	2	1	3	2	1	3	2	3	40
Nia Ramadh ani	20	4	1	1	4	1	1	4	1	1	4	4	4	1	1	1	1	34
S	21	4	1	1	4	1	3	4	1	2	2	2	2	2	1	2	4	36
AD	20	4	3	3	4	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	56
LJ	20	3	4	4	4	2	1	3	1	1	3	3	3	3	3	4	3	45
JT	20	3	1	1	1	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	45
JU	19	4	4	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
AG	19	3	3	4	4	2	3	3	1	1	2	1	4	1	3	3	3	41
N	20	3	3	3	3	1	4	4	4	1	3	4	3	3	4	4	3	50
B	19	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	58
N	20	4	3	4	4	2	4	3	1	3	3	3	4	2	3	3	3	49

Sarah fatmawati	20	3	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	54
F	20	4	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	1	2	41
Hani P	20	3	3	3	1	4	2	1	3	3	3	3	1	1	3	3	1	38
BTARI	23	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	40
R	20	3	1	1	3	2	1	3	1	1	3	3	3	1	1	1	1	29
Way	23	4	2	2	2	1	4	4	4	2	2	2	3	1	4	2	2	41
A	20	3	3	3	1	2	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	1	39
Ressa	23	3	3	4	3	2	4	4	3	1	1	3	1	4	4	2	2	44
B	21	3	3	2	2	1	3	4	3	2	2	3	2	2	3	1	3	39
Can	23	4	1	1	4	1	1	4	1	1	4	4	4	1	1	2	2	36
S	23	3	2	2	3	1	3	3	1	2	4	2	3	4	2	4	1	40
nanda	21	3	4	4	4	1	4	3	3	1	2	4	2	1	3	2	1	42
C	24	2	3	1	4	2	4	4	3	1	3	1	1	1	2	3	2	37
putri	21	2	2	3	3	4	1	1	2	2	3	2	4	4	2	2	2	39
S	22	4	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	1	1	4	1	4	43
A	22	1	1	1	2	1	1	4	3	1	2	1	2	1	3	1	1	26
ZA	21	4	1	4	1	4	1	4	3	4	1	4	2	1	4	4	2	44
AP	22	4	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	1	3	1	3	2	39
OVP	23	2	4	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	44
Riri	22	3	1	1	4	2	3	4	4	3	4	3	4	1	1	1	2	41
Nirwana putri	19	3	4	4	4	2	4	3	1	4	1	1	2	4	3	4	3	47
Linda	23	3	3	4	1	4	4	1	4	3	1	1	1	4	3	4	4	45
Ara	23	3	3	1	2	2	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	50
Fitri salsabila	22	3	4	3	3	1	3	2	3	4	3	4	4	3	2	1	3	46
Nsahkmi	20	3	4	3	1	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	50
Anz	19	3	4	4	4	2	4	3	1	4	1	1	2	4	3	4	3	47
Detia	19	4	1	1	3	2	1	3	1	1	2	1	1	4	3	3	3	34
Amelia	23	3	3	2	2	2	4	3	4	2	1	3	2	1	3	2	3	40
Devi	22	3	4	3	1	1	4	3	4	4	3	2	3	1	3	1	4	44
A A	18	3	4	4	4	2	1	3	1	1	3	3	3	3	3	4	3	45
W	19	3	1	1	1	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	45
V	18	3	3	1	1	2	2	2	3	3	1	3	1	3	4	3	3	38
vam	22	4	4	3	3	1	4	4	4	3	4	4	1	1	4	4	4	52
wp	20	4	2	3	3	1	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	54
Gea cikita	22	4	1	1	3	2	3	2	3	4	1	1	1	4	3	3	3	39
Pinkan	23	4	4	4	4	1	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	55
Lia Diling	22	4	1	1	3	2	3	2	3	4	1	1	1	4	3	3	3	39
FA	21	4	1	1	4	1	1	3	1	1	3	3	3	1	1	1	4	33
Sarah	19	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	52
dyah ajeng puspitasari	20	3	4	3	1	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	50
Ratri	22	4	1	1	4	1	1	4	1	1	4	4	4	1	1	3	4	39
Opita	20	4	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	1	3	1	3	2	39

Alya	23	2	4	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	44
Oktavia	22	4	2	3	3	2	3	2	1	3	3	4	3	1	2	1	2	39
LR	20	4	1	1	4	1	1	3	1	1	3	3	3	1	1	1	4	33
Salsabila	19	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	40
E.L	20	4	4	4	1	1	4	3	1	1	2	1	4	2	1	4	3	40
Soviyanti	22	2	3	1	4	2	4	4	3	1	3	1	1	1	2	3	2	37
masid	23	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	1	4	3	2	52
Lisa Devi	21	3	3	4	3	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	56
Revita	19	2	3	1	4	2	4	4	3	1	3	1	1	1	2	3	2	37
zara chintya l	22	4	4	2	1	1	4	4	3	1	1	4	4	1	4	1	4	43
Dera	23	3	3	3	1	2	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	1	39
Valenka	20	3	3	4	4	3	4	3	3	3	1	1	3	2	2	1	2	42
Ip	21	4	3	4	1	1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	54
Yanti	21	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	46
Qonita	23	3	1	1	4	2	3	4	4	3	4	3	4	1	1	1	2	41
Cia	23	3	2	2	2	3	1	4	3	2	1	2	2	2	2	2	2	35
Denada K	22	4	3	3	4	1	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	54
Nurma	19	3	4	3	1	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	50
P	21	4	1	1	4	1	1	4	1	1	4	4	4	1	1	3	4	39
aca	22	4	1	1	3	2	3	2	3	4	1	1	1	4	3	3	3	39
Maharani	23	4	1	1	4	2	1	3	1	2	4	3	2	4	4	3	3	42
Indri Firdana	21	4	4	2	1	2	3	3	2	3	1	3	1	2	3	1	2	37
Husnul hidayah	22	3	4	2	1	2	3	3	3	2	1	3	2	1	3	2	3	38
CB	23	4	2	1	3	2	2	4	1	4	3	3	4	1	1	1	3	39