

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Literasi Ekonomi

2.1.1.1 Pengertian Literasi Ekonomi

Literasi dalam bahasa Inggris yaitu Literacy berasal dari bahasa Latin *littera* atau huruf yang artinya melibatkan penguasaan sistem-sistem tulisan dan konvensi-konvensi yang menyertainya. Menurut Abidin (Noni Rozaini, 2017:4) “bahwa secara tradisional, literasi dipandang sebagai kemampuan membaca dan menulis”. Orang yang dapat dikatakan literat dalam pandangan ini adalah orang yang mampu membaca dan menulis atau bebas buta huruf. Menurut McEachern (Peter Garlans .S, 2012:137) “ekonomi sebagai ilmu yang mempelajari perilaku individu dan masyarakat dalam menentukan pilihan atas sumber daya yang langka dalam upaya meningkatkan kualitas hidupnya”. Dengan demikian, munculnya ilmu ekonomi didasarkan kepada jumlah sumber daya yang terbatas dengan kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas. Seperti yang diungkapkan oleh Mathews (Peter Garlans S, 2012:137) “literasi ekonomi sebagai kemampuan individu untuk mengenali dan menggunakan konsep-konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi untuk memperbaiki dan mendapatkan kesejahteraan”. Makna kemampuan (*ability*) mengindikasikan bahwa pemahaman literasi ekonomi dihasilkan melalui proses belajar yang berkesinambungan sehingga dapat dikatakan bahwa literasi keuangan merupakan bagian dari literasi ekonomi juga. Dan dipertegas lagi oleh Wulandari (Peter Garlans S, 2012:137) “literasi ekonomi adalah keterampilan hidup (*life skill*) yang harus dimiliki oleh siapa saja untuk membuat keputusan ekonomi yang tepat”.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa yang memiliki ilmu ekonomi atau pengetahuan ekonomi yang baik untuk mensejahterakan kehidupannya akan lebih selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi. Untuk memiliki literasi ekonomi yang memadai, mahasiswa perlu memahami ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi merupakan pedoman bagi mahasiswa dalam menentukan barang dan jasa yang dibeli. Mahasiswa juga dapat menetapkan skala prioritas dalam melakukan kegiatan konsumsi.

2.1.1.2 Indikator Literasi Ekonomi

Untuk mengukur literasi ekonomi Menurut Iis Aisyah (2014:10) yaitu dalam *The National Council on Economic Education* (NCEE) “pengetahuan dasar ekonomi juga memberi alat kepada individu-individu untuk mengerti perekonomian dunia dan bagaimana mengartikan peristiwa-peristiwa sebagai dampak secara langsung maupun tidak langsung “dalam *The Standards in Economics Survey* indikator literasi ekonomi menurut NCEE yaitu:

1. Mampu menganalisis perubahan permintaan uang
2. Mampu menjelaskan peran wirausaha
3. Mampu menganalisis pengaruh tingkat bunga terhadap kecenderungan menabung masyarakat
4. Mampu menjelaskan pendapatan individu
5. Mampu menjelaskan pendapatan nasional
6. Mampu menganalisis perubahan penawaran dan perubahan permintaan
7. Mampu menganalisis dampak kebijakan perdagangan internasional
8. Mampu menganalisis dampak kebijakan pemerintah dalam penetapan harga
9. Mampu menjelaskan peranan perilaku ekonomi, produsen, konsumen dan pemerintah dalam perekonomian
10. Mampu menjelaskan manfaat dari perdagangan internasional
11. Mampu menganalisis dampak perubahan permintaan atau penawaran terhadap harga barang
12. Mampu menjelaskan penggunaan sumber daya yang terbatas
13. Mampu menjelaskan peran pasar modal dalam perekonomian
14. Mampu menganalisis biaya dan benefit dari transaksi ekonomi
15. Mampu menjelaskan biaya dan benefit dari pengambilan keputusan
16. Mampu menjelaskan peranan pemerintah dalam perekonomian
17. Mampu menjelaskan anggaran pendapatan dan belanja negara
18. Mampu menganalisis dampak inflasi
19. Mampu menganalisis pengembangan industri
20. Mampu menjelaskan fungsi uang

Maka dari itu untuk memiliki literasi ekonomi yang memadai, individu perlu memahami ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi adalah pedoman bagi mahasiswa dalam menentukan barang dan jasa yang akan dibeli. Dengan demikian, literasi ekonomi dapat membantu mahasiswa untuk memahami permasalahan ekonomi dengan mempertimbangkan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga cerdas dalam membuat keputusan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari.

2.1.2 Kontrol Diri

2.1.2.1 Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan suatu cara bagi seseorang dalam mengontrol dirinya baik itu dalam sebuah pengambilan keputusan atau dalam menentukan pilihan terutama pilihan dalam berkonsumsi. Menurut Mahoney dan Thoresen (Ghufron, 2010:23) "kontrol diri merupakan jalinan secara utuh yang dilakukan individu terhadap lingkungannya". Seseorang dengan pengendalian atau control diri yang baik sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam kondisi yang bervariasi. Seseorang tersebut cenderung akan mengubah perilakunya sesuai dengan permintaan kondisi sosial yang kemudian yang kemudian dapat mengatur kesan yang dibuat perilakunya lebih responsif terhadap petunjuk situasional, lebih fleksibel, berusaha untuk memperlancar interaksi sosial, bersikap hangat, dan terbuka. Sehingga kontrol diri yang baik dapat membuat individu diterima di lingkungannya.

Gailliot dkk (2007:325) mengatakan bahwa "*self control refers to one's ability control of override one's thoughts, emotions, urges, and behavior*". Dipertegas lagi oleh Ghufron (2010:11) "kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya". Selain itu, juga kemampuan untuk mengontrol diri dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu conform dengan orang lain, dan menutupi perasaannya. Sedangkan menurut Syamsul (2010:107) "kontrol diri merupakan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dari dalam maupun dari luar individu". Individu yang memiliki kemampuan kontrol diri akan membuat keputusan dan mengambil langkah tindakan yang efektif sehingga menghasilkan sesuatu yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan.

Dari pembahasan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki kontrol diri yang baik akan lebih berhati-hati dalam mengambil atau menentukan sebuah keputusan untuk dirinya, sebaliknya seseorang yang tidak

memiliki kontrol diri yang baik akan cenderung lebih mengambil keputusan secara instan.

2.1.2.2 Teknik Kontrol Diri

Dalam mengontrol diri tentunya ada cara atau teknik dalam kontrol diri agar bisa mengontrol dirinya. Menurut Sukadji (Andjani, 1991:55) ada 5 teknik yang dapat digunakan untuk mengontrol diri. Teknik mengontrol diri tersebut adalah:

- 1) Teknik pemantauan diri
Teknik ini berdasarkan asumsi bahwa dengan memantau dan mencatat perilakunya sendiri, individu akan memiliki pemahaman yang objektif tentang perilakunya sendiri.
- 2) Teknik pengukuran diri
Dasar pikiran teknik ini ialah asumsi bahwa perilaku yang diikuti dengan sesuatu yang menyenangkan akan cenderung diulangi di masa mendatang. Teknik ini menekankan pada pemberian penguah positif segera setelah perilaku yang diharapkan muncul. Bentuk penguahan yang diberikan seperti yang disarankan Sukadji yaitu bentuk penguahan yang wajar dan bersifat intrinsik, seperti senyum puas atas keberhasilan usaha yang dilakukan, serta pernyataan-pernyataan diri yang menimbulkan perasaan bangga.
- 3) Teknik control stimulus
Dasar teknik ini adalah asumsi bahwa respon dapat dipengaruhi oleh hadir atau tidaknya stimulasi yang mendahului respon tersebut. Teknik ini bertujuan untuk mengontrol kecemasan dengan cara mengatur stimulus yang berpengaruh, cara ini bias berupa pengarahan diri untuk berfikir positif, rasional dan objektif sehingga individu lebih mampu mengendalikan dirinya.
- 4) Teknik kognitif
Proses kognitif berpengaruh terhadap perilaku individu, dengan demikian apabila individu mampu menggantikan pemikiran yang menyimpang dengan pikiran-pikiran yang objektif, rasional, maka individu akan lebih mampu mengendalikan dirinya.
- 5) Teknik relaksasi
Asumsi yang mendasari teknik ini adalah individu dapat secara sadar belajar untuk merelaksasikan ototnya sesuai keinginannya melalui usaha yang sistematis. Oleh karena itu, teknik ini mengajarkan kepada individu untuk belajar meregangkan otot yang terjadi saat individu mengalami kecemasan. Seiring dengan peredaan otot ini, reda pula kecemasannya

2.1.2.3 Aspek dan Indikator Kontrol Diri

Dalam kontrol diri ada beberapa aspek dan indikator dalam kontrol yang menjadi suatu alat ukur dalam mengontrol diri. Menurut Averril (Ghofron, 2011:31) “mengukur kendali diri yang dimiliki oleh individu dapat melalui beberapa aspek yang terdapat dalam diri seorang individu”, hal tersebut dapat diamati melalui beberapa aspek pengendalian diri sebagai berikut:

- 1) Kemampuan mengontrol perilaku
Merupakan kemampuan seseorang untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan. Individu yang kurang dalam mengontrol perilaku maka mereka memiliki kecenderungan untuk patuh terhadap kendali yang berasal dari luar.
- 2) Kemampuan mengontrol stimulus
Kemampuan mengontrol stimulus adalah kemampuan untuk mengetahui bagaimana atau kapan stimulus yang tidak dikehendaki. Kemampuan ini meniadakan pengertian bahwa individu memiliki prediksi dari perbuatan yang mereka kerjakan.
- 3) Kemampuan mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian
Untuk dapat mengantisipasi suatu peristiwa seseorang memerlukan informasi yang cukup lengkap dan terpercaya sehingga individu dapat mengantisipasi keadaan dengan berbagai pertimbangan
- 4) Kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian
Kemampuan ini berarti seseorang berusaha menilai keadaan dengan cara memperhatikan hal-hal yang positif. Kemampuan dalam menafsirkan peristiwa ini berbeda antara satu sama lainnya. Hal ini berkaitan dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimilikinya.
- 5) Kemampuan mengambil keputusan
Kemampuan mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakininya. Kemudian individu yang mampu mengendalikan diri adalah mereka yang dapat mengambil keputusan secara baik.

Adapun indikator yang terdapat dalam kontrol diri seseorang yaitu Menurut Averill (Juli Yanti H, 2017:139) ada tiga indikator dalam kontrol diri yaitu:

- 1) Kontrol Perilaku (*behavior control*)
Yaitu kemampuan untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, kemampuan ini terdiri dari kemampuan untuk mengontrol perilaku yaitu kemampuan menentukan siapa yang mengendalikan situasi. Dimana individu yang kontrol dirinya baik akan mampu mengatur perilaku dengan kemampuan dirinya, bila tidak mampu maka individu akan menggunakan sumber eksternal untuk mengatasinya.

2) Kontrol Kognitif (*cognitive control*)

Yaitu kemampuan individu untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai untuk memadukan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologi atau mengurangi tekanan.

3) Kontrol Pengambilan Keputusan (*decisional control*)

Yaitu kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakini atau disetujui. Kontrol pribadi dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih beberapa hal yang saling memberatkan, maka aspek yang diukur adalah kemampuan mengontrol perilaku dan kemampuan mengambil keputusan.

2.1.3 Perilaku Pembelian Impulsif

2.1.3.1 Pengertian Perilaku Pembelian Impulsif

Pembelian impulsif atau disebut juga sebagai *impulsive buying* suatu perilaku yang dilakukan secara spontan, tanpa adanya instruksi dalam dirinya dalam melakukan suatu kegiatan konsumsi. Menurut Lisda (2010:56) “pembelian impulsif *impulsive buying* adalah proses pembelian suatu barang, dimana pembeli tidak mempunyai niat untuk membeli sebelumnya, dapat dikatakan pembelian tanpa rencana atau pembelian seketika”. Sedangkan menurut Mowen dan Minor (2002:10) “pembelian impulsif *impulse purchase* adalah tindakan membeli yang sebelumnya tidak diakui secara sadar sebagai hasil darisuatu pertimbangan, atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko”. Dapat dikatakan bahwa *impulse buying* merupakan sesuatu yang alamiah dan merupakan reaksi yang cepat. Sutisna (2002:17) “pembelian impulsif terjadi ketika konsumen mengambil keputusan pembelian yang mendadak”. Dorongan untuk melakukan pembelian begitu kuat, sehingga konsumen tidak lagi berpikir rasional dalam pembeliannya. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2007:511) “pembelian impulsif merupakan keputusan yang emosional atau menurut desakan hati”. Emosi dapat menjadi sangat kuat dan berlaku sebagai dasar dari motif pembelian yang domain. Penelitian Verplanken & Herabadi (Emanuel Bayu 2016:2) mendefinisikan “pembelian impulsif sebagai pembelian yang tidak irasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan”.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pembelian impulsif adalah perilaku membeli konsumen dimana konsumen tersebut melakukan pembelian tanpa adanya perencanaan, terjadi dengan tiba-tiba, dan keinginan yang kuat untuk membeli sesuatu dengan segera tanpa adanya suatu pertimbangan untuk akibat yang akan dihadapi. Sehingga konsumen tidak lagi berpikir rasional dalam perilaku pembelian.

2.1.3.2 Tipe Perilaku Pembelian Impulsif

Adapun beberapa macam tipe individu dalam melakukan sebuah perilaku pembelian impulsif Menurut Stren (London & Bita Christina Widya Utami, 2010:68) menyatakan bahwa terdapat beberapa tipe pembelian impulsif yaitu:

- 1) Impulsif Murni (*Pure Impulse*)
Yaitu pembelian karena loyalitas terhadap sebuah merk yang mempengaruhi status sosial seseorang
- 2) Impulsif Pengingat (*Reminder Impulse*)
Yaitu pembelian produk yang biasa dibeli tetapi tidak terdaftar dalam list belanja
- 3) Impulsif Saran (*Suggestion Impulse*)
Yaitu suatu produk yang baru ditemui dan menstimulasi keinginan konsumen untuk mencobanya
- 4) Impulsif Terencana (*Planned Impulse*)
Yaitu respon konsumen terhadap beberapa insentif yang diperoleh ketika membeli produk yang sedang diskon.

2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif

Dalam perilaku pembelian impulsif ada beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut London dan Bitta (Anin, 2008:19) mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif yaitu:

- 1) Produk
Dengan karakteristik harga murah, kebutuhan kecil atau marginal, produk jangka pendek, ukuran kecil, dan toko yang mudah dijangkau
- 2) Pemasaran dan *marketing*
Meliputi distribusi dalam jumlah banyak *outlet* yang *self service*, iklan melalui media massa yang sangat sugestibel dan terus menerus, iklan di titik penjualan, dan lokasi toko yang menonjol.
- 3) Karakteristik konsumen
Seperti kepribadian, jenis kelamin, sosial demografi atau karakteristik sosial, yang merupakan karakteristik psikologis yang berbeda.
Berdasarkan hal di atas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku pembelian impulsif dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti dalam

pemilihan produk, pemasaran dan marketing, dan dari karakteristik konsumen

2.1.3.4 Aspek-aspek Perilaku Pembelian Impulsif

Dalam aspek pembelian impulsif dilihat dari beberapa macam terdiri dari banyak aspek pembelian salah satunya Menurut Verplanken & Hebaradi (2001:3) mengemukakan aspek pembelian impulsif yaitu:

1) Aspek Kognitif

Aspek kognitif adalah kekurangan pada unsur pertimbangan dan unsur perencanaan dalam pembelian yang dilakukan. bahwa pembayaran yang dilakukan mungkin tidak direncanakan atau dipertimbangkan dengan matang untuk berbagai macam alasan, misalnya ketika pembayaran tak terencana tampak tak direncanakan dalam waktu yang panjang atau dalam pengulangan pembayaran atau kebiasaan pembayaran”

2) Aspek Afektif

Aspek afektif meliputi dorongan emosional yang secara serentak meliputi perasaan senang dan gembira setelah membeli tanpa perencanaan. Menurut verplanken & Herabadi (2001 : 3) lebih lanjut menambahkan, “setelah itu juga secara tiba-tiba muncul perasaan atau hasrat untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan hati, yang sifatnya berkali-kali atau komplusif, tidak terkontrol, kepuasan, kecewa dan penyesalan karena telah membelanjakan uang hanya untuk memenuhi keinginannya”.

2.1.3.5 Indikator Perilaku Pembelian Impulsif

Perilaku pembelian impulsif yang dilakukan secara tiba-tiba atau spontan memiliki indikator yang salah satunya Menurut Rook dan Hoch (Christina Widya Utami, 2010:69), indikator yang digunakan untuk mengukur pembelian impulsif yaitu:

1) *Spontaneity*

Merupakan keinginan yang muncul dengan seketika untuk bertindak. Dengan kata lain merupakan hasrat yang muncul tiba-tiba dan spontan untuk melakukan pembelian

2) *Out-of-control*

Merupakan ketidakmampuan untuk menolak kepuasan sesaat dan merupakan kondisi dimana seseorang tidak dapat mentoleransi adanya pemberian *reward* kepada diri sendiri yang tertunda ataupun terlambat

3) *Psychology Conflict*

Harus mempertimbangkan manfaat dari kepuasan sesaat dengan konsekuensi jangka panjang yang mungkin timbul

4) *Non-Cognitive Evaluation*

Merupakan konsumen akan mengurangi evaluasi kognitif mereka terhadap atribut produk yang akan dibeli

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian yang sebelumnya adalah suatu kajian yang diperoleh atau dihasilkan oleh seorang peneliti melalui hasil observasi atau percobaan. Adapun dalam penelitian ini dijadikan landasan penelitian terdahulu.

Tabel 2.1
Hasil Penelitian yang Relevan

No	Sumber	Judul	Hasil
1.	Noni Rozaini dan Bismi Aditya G. Niagawan Vol 8 No1 2019	Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion	<p>Dalam hal ini membuktikan bahwa tidak ada pengaruh negatif dan signifikan antara Literasi Ekonomi (X1) terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Y) Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2014 UNIMED. Maka hipotesis ditolak.</p> <p>Kemudian ada pengaruh negatif dan signifikan antara Kontrol Diri (X2) terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Y) Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2014 UNIMED. Maka hipotesis diterima.</p> <p>Dari data tersebut maka dapat kita tarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini variabel Literasi Ekonomi (X1) dan Kontrol Diri (X2) memberikan sumbangan pengaruh sebesar 37,1% terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Y) dan sisanya 62,9% disumbangkan oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.</p> <p>Berdasarkan hasil deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa tingkat literasi ekonomi mahasiswa Prodi Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Medan Stambuk 2014 termasuk dalam kategori sedang. Meskipun kecenderungan literasi ekonomi menunjukkan kecenderungan sedang, namun hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku</p>

			pembelian impulsif. Dapat disimpulkan bahwa baik mahasiswa yang memiliki tingkat literasi ekonomi tinggi maupun rendah tidak memiliki perbedaan dalam perilaku pembelian impulsif
2	Indah Pratiwi Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Vol 9 No. 1 2017	Pengaruh Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha	Hasil penelitian ini literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Hal ini berarti semakin tinggi kemampuan literasi ekonomi mahasiswa maka dapat menurunkan tingkat perilaku pembelian impulsif produk fashion mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. Sebaliknya jika literasi ekonomi mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha rendah maka tingkat perilaku pembelian impulsive mahasiswa meningkat. Kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Berdasarkan hasil perhitungan uji signifikansi simultan (uji f) pada tabel ANOVA menggambarkan bahwa Literasi Ekonomi (X1), Kelompok Teman Sebaya (X2), dan Kontrol Diri (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Y). maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas yaitu literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu perilaku pembelian impulsif.
3	Fitriawaty dan Rea Dinda Aulia Hasibuan Jurnal	Pengaruh Literasi Ekonomi dan	Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku

	Pendidikan Ekonomi Vol 6 No. 7 2018	Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Pembelian Impulsif untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan	pembelian impulsif. Dan kelompok teman sebaya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif dan signifikan literasi ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku pembelian impulsif dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ (8,358 > 3,12) dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil dari koefisien determinasi (R ²) menunjukkan sebesar 0,188 (18,8%) berarti bahwa 18,8% perubahan pada perilaku pembelian impulsif yang dipengaruhi oleh literasi ekonomi dan kelompok teman sebaya, sedangkan 81,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
--	-------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabel 2.2

Persamaan dan Perbedaan dengan Hasil Penelitian yang Relevan

Persamaan	
Penelitian Sebelumnya	Penelitian yang akan dilaksanakan
1. Dari ke tiga penelitian relevan sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif jenis survey 2. Tiga penelitian relevan sebelumnya dalam variabel Y nya sama-sama menggunakan Perilaku Pembelian Impulsif	1. Metode yang akan digunakan pada penelitian yang akan dilaksanakan yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif jenis survey 2. Penelitian yang akan dilaksanakan variabel Y nya menggunakan Perilaku Pembelian Impulsif
Perbedaan	
Penelitian Sebelumnya	Penelitian yang akan dilaksanakan
1. Pada penelitian sebelumnya menggunakan produk <i>Fashion</i> 2. Tempat Populasi penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian yang akan dilaksanakan	1. Pada penelitian yang akan dilaksanakan tidak menggunakan produk <i>Fashion</i> 2. Tempat populasi penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian yang sebelumnya

2.3 Kerangka Berpikir

Penelitian ini didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini mengasumsikan bahwa perilaku seseorang tidak hanya dikendalikan oleh dirinya sendiri tetapi juga membutuhkan kontrol yaitu sebagai bentuk ketersediaan sumber daya dan kesempatan bahkan keterampilan tertentu, dalam *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bagaimana perilaku tertentu dapat diprediksi melalui determinan perilaku tersebut. *Theory of Planned Behavior* mengacu pada teori yang menyatakan bahwa perilaku merupakan fungsi dari informasi atau keyakinan yang menonjol mengenai perilaku tersebut. Menurut Ajzen (Adrie Putra, 2014:4) “orang dapat saja memiliki berbagai macam keyakinan terhadap suatu perilaku, namun ketika dihadapkan pada suatu kejadian tertentu, hanya sedikit dari keyakinan tersebut timbul untuk memengaruhi perilaku, sedikit keyakinan ilmiah yang menonjol dalam mengarahui perilaku individu”.

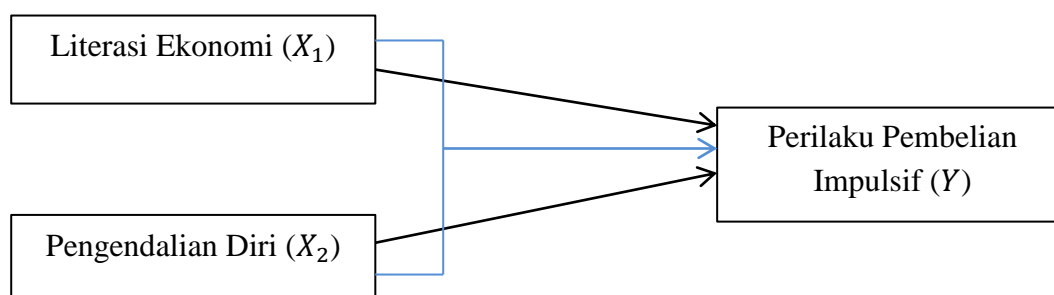
Ketika perilaku dikaitkan dengan sebuah pembelian impulsif dimana seseorang saat ini banyak melakukan sebuah kegiatan konsumtif yang secara berlebihan tanpa adanya pemikiran bahwa akan menjadi seseorang yang hedonism. Pada masalah ini adanya perilaku pembelian impulsif dalam artian melakukan kegiatan konsumsi secara tiba-tiba atau tidak direncanakan dalam membeli barang yang tidak berdasarkan kebutuhan tetapi lebih mengutamakan sebuah keinginan individu tersebut. Terutama pada kalangan mahasiswa saat ini yang sering melakukan pembelian yang tidak direncanakan, mereka berpendapat bahwa memenuhi keinginan akan menimbulkan suatu kepuasan tersendiri pada setiap individu, sehingga kurang nya memperhatikan apakah barang yang akan dibeli akan berguna atau hanya untuk memenuhi keinginan semata. Dalam hal ini mahasiswa cenderung lebih mementingkan keinginannya. Dan mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif yang menurut mereka hal tersebut akan menjadi kepuasan.

Maka dari itu untuk mengurangi dan meminimalisir sebuah perilaku tersebut mahasiswa harus mampu mempunyai ilmu tentang ekonomi untuk bisa mengendalikan diri dalam memilih atau mengambil sebuah keputusan dalam berkonsumsi. Adanya literasi ekonomi membuka jalan dalam kegiatan konsumsi

dan mendapatkan sebuah pengetahuan tentang bagaimana seorang individu dapat mengelola keuangan pribadi agar tidak terjadinya kegiatan konsumsi secara berlebihan, terlebih lagi dalam kegiatan pembelian impulsif yang secara tiba-tiba muncul keinginan dalam membeli sesuatu. Untuk itu jika mahasiswa tersebut dapat menerapkan sebuah pengetahuan ekonomi atau literasi ekonomi dalam mengontrol keuangan maka tidak akan terjadi sebuah perilaku konsumtif dan lebih meminimalisir keuangan pribadinya. Kemudian hal yang perlu di perhatikan juga oleh mahasiswa yaitu dapat mengontrol diri agar bisa lebih berhati-hati dalam berkonsumsi, dan juga mahasiswa yang memiliki tingkat kontrol diri yang baik akan membantu mahasiswa tersebut dalam memikirkan manfaat suatu produk sebelum membelinya. Kontrol diri tersebut perlu di terapkan pada diri seseorang agar dapat mengambil keputusan dengan baik dalam hal apapun. Berdasarkan aspek kontrol diri, individu yang kurang dalam mengontrol perilaku maka mereka memiliki kecenderungan untuk patuh terhadap kendali yang berasal dari luar begitupun sebaliknya.

Kemudian adanya sebuah pengetahuan ekonomi atau literasi ekonomi dan kontrol diri akan membantu individu untuk lebih mengurangi kegiatan pembelian impulsif dan dapat mengelola keuangan dengan baik dan mengambil keputusan dalam memenuhi kebutuhan pribadi. Literasi ekonomi dikatakan sebagai pengetahuan dalam mengatur keuangan dan kontrol diri dikatakan sebagai hal yang dapat mengontrol diri dalam mengambil sebuah keputusan untuk tidak melakukan kegiatan yang tidak diperlukan.

Maka dari itu, berdasarkan uraian di atas maka dapat dibuat sebuah kerangka pemikiran



Gambar 2.1
Bagan Alur Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2015: 59) mengungkapkan bahwa “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap penelitian masalah yang didasarkan atas teori yang relevan”. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan yang sifatnya sementara yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Berdasarkan deskripsi teori dan kerangka berpikir yang telah diuraikan di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

a) Hipotesis Ke-1

Ho : Literasi ekonomi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif

Ha : Literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif

b) Hipotesis Ke-2

Ho : Kontrol diri tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif

Ha : Kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif

c) Hipotesis Ke-3

Ho : Literasi ekonomi dan kontrol diri tidak berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian impulsif

Ha : Literasi ekonomi dan kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku pembelian impulsif