



Regulasi Diri dengan *Impulsive Buying*: Studi Pada Mahasiswi Pengguna Shopee

Michael Jordan¹, Husnul Khotimah², Lukman Hakim³

Jurusan Psikologi, Universitas Merdeka Malang. Jl. Terusan Dieng
e-mail: michael.jordan@student.unmer.ac.id¹, husnul.khotimah@unmer.ac.id²,
lukman.hakim@unmer.ac.id³

Kata Kunci:

Regulasi diri
Perilaku *impulsive buying*
Mahasiswi

Keyword:

Self-regulation
Impulsive buying behavior
Female student

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara regulasi diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswi pengguna Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Sampel yang digunakan adalah 96 mahasiswi di Kota Malang dengan rentang usia antara 18-25 tahun yang menggunakan aplikasi Shopee. Pengambilan sampel memanfaatkan teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan skala regulasi diri dengan *impulsive buying*. uji validitas dengan memanfaatkan Pearson product moment serta uji reliabilitas pada variabel regulasi diri mendapatkan nilai 0,977, dan pada variabel *impulsive buying* mendapatkan nilai 0,984. Uji Hipotesis menghasilkan indeks korelasi sebesar -0,825 dengan nilai sig. 0,000 yang berarti regulasi diri berhubungan negatif dengan *impulsive buying*. Sehingga semakin tinggi regulasi diri maka semakin rendah perilaku *impulsive buying*.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the relationship between self-regulation and *impulsive buying* among female Shopee users. The dependent variable is *impulsive buying* behavior, while the independent variable is self-regulation. The sample used was 96 female students in Malang City with an age range of 18-25 years who used the Shopee application. Sampling utilized non-probability sampling techniques using the purposive sampling method. The data collection technique uses a self-regulation scale with *impulsive buying*. the validity test by utilizing the Pearson product moment and the reliability test on the self-regulation variable gets a value of 0.977, and the *impulsive buying* variable gets a value of 0.984 showing results close to 1.00 so it is said to be reliable. Hypothesis testing produces a correlation index of -0.825 with a sig value. 0.000 which means self-regulation is negatively related to *impulsive buying*. So the higher the self-regulation, the lower the *impulsive buying* behavior.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah menghasilkan kemajuan yang signifikan terutama dalam hal berbelanja. Berbagai *e-commerce* berkembang menjadi jembatan yang mempermudah seseorang dalam berbelanja, salah satunya pada aplikasi shopee [1]. Survei yang dilakukan oleh JAKPAT mengemukakan jika pengguna shopee terdiri atas 54% wanita dan 46% pria [2]. Sejalan dengan pendapat Liang & Lai tindakan pembelian secara daring mencakup proses pembelian barang dan jasa [3]. Kemudahan berbelanja yang ditawarkan *e-commerce* menimbulkan perilaku baru yang timbul dalam lingkup masyarakat, salah satunya perilaku *impulsive buying*. Verplanken dan Herabadi menyatakan perilaku *impulsive buying* ialah pembelian irasional dan dikaitkan dengan pembelian secara spontan, tanpa perencanaan yang melibatkan konflik pikiran serta adanya dukungan emosional [4].

Beberapa penelitian menyatakan bahwa fenomena *impulsive buying* diakibatkan oleh ketertarikan individu pada saat belanja. Penelitian lain yang dilakukan oleh Paramita menyebutkan bahwa mahasiswa yang tinggal di luar kota dan tinggal terpisah dari keluarganya memiliki kebiasaan berbelanja dan mengikuti tren agar sesuai dengan pergaulan kampus mereka [5]. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siregar, kepada mahasiswi perguruan tinggi negeri di Kota Malang, menyebutkan bahwa adanya perilaku *impulsive buying* saat berbelanja online pada mahasiswi perguruan tinggi negeri yang ada di kota malang, Subjek pada penelitian tersebut menyatakan bahwa mereka lebih *impulsive* dalam berbelanja agar tidak tertinggal *trend* yang ada di lingkungan kampusnya [6]. Selain itu peneliti melakukan wawancara pada tanggal 27 Juni 2023 dengan 5 responden dengan subyek mahasiswi yang ada di kota malang. Hasil wawancara menunjukkan bahwa seringkali responden berbelanja didasarkan pada rasa suka karena barang yang dibeli terlihat lucu, selain itu lingkup pertemanan dan tuntutan agar tidak merasa tertinggal dengan teman kampusnya membuat responden melakukan pembelian. Pada saat membeli pun responden seringkali tanpa perencanaan dan tidak memikirkan dampak selanjutnya. Apabila dirasa ada barang yang sesuai dengan keinginannya timbul dorongan yang kuat untuk segera membelinya. Selain itu responden juga mengatakan bahwa setiap membuka aplikasi belanja online yang awalnya hanya bermaksud untuk melihat-lihat tetapi karena ada barang yang menurut mereka bagus, mereka cenderung langsung membelinya. Dari penelitian dan survey di atas bisa dikatakan jika fenomena dari perilaku *impulsive buying* ini masih berlangsung.

Giraund memberikan penjelasan tentang bagaimana peran gender berdampak pada *impulsive buying* karena perempuan lebih cenderung melakukan *impulsive buying* dibandingkan dengan laki-laki karena mereka lebih mudah tertarik dengan penawaran dan diskon yang ditawarkan oleh toko [7]. Penelitian dari Mulyono, menunjukkan perempuan lebih sering menjadi pelaku *impulsive buying* karena perempuan lebih dominan dalam menggunakan perasaan daripada laki-laki ketika membuat keputusan, mereka mempunyai dorongan untuk selalu mengikuti *lifestyle* yang sedang trend saat ini. mahasiswi seringkali belanja untuk memenuhi keinginan mereka agar tidak ketinggalan dengan yang

lain[8]. keinginan mahasiswa untuk selalu mengikuti trend yang berada pada lingkungan kampusnya mengakibatkan mahasiswa sulit untuk memilah antara keinginan dan kebutuhan hal ini sejalan dengan penelitian Syaharini sukarnya memilah antara keinginan dan kebutuhan, mengakibatkan mahasiswa konsumtif dan membeli barang apa saja tanpa melihat fungsi, harga, dan esensi saat membelinya yang akan mengakibatkan mahasiswa akan menjadi *impulsive* dalam pembelian barang [9].

Perilaku *impulsive buying* dapat berdampak pada kondisi keuangan individu, yang mengakibatkan pengeluaran yang tidak terencana dikarenakan melakukan pembelian tanpa terencana Pramono & Wibowo, mengemukakan dampak dari perilaku *impulsive buying*, adalah pemborosan keuangan, karena konsumen yang membeli barang dengan tiba-tiba tanpa memperhitungkan secara matang menimbulkan dampak tidak terpakainya barang tersebut [5]. Menurut Oktavia, perilaku *impulsive buying* membuat individu boros dalam keuangan, karena banyaknya pengeluaran yang tidak terencana, yang akhirnya individu berhutang kepada orang lain atau pinjol untuk menutupi keinginannya [10].

Ada sejumlah faktor yang memengaruhi *impulsive buying*. Verplanken dan Herabadi, menyebutkan faktor- faktor berikut dapat menyebabkan *impulsive buying*, yaitu (1) lingkup *marketing* (produk dan penampilannya); (2) variabel situasional (seperti ketersediaan waktu dan uang); dan (3) variabel personal (perasaan, identitas diri, karakter, dan tingkat pendidikan. Stern (dalam Firhan & Nio, 2021) menyatakan bahwa lima faktor mempengaruhi *impulsive buying*: , (1) kepribadian seseorang, (2) status ekonomi, (3) budaya, (4) regulasi diri, (5) dan lingkungan sekitar [5]. Dari beberapa faktor diatas peneliti menggunakan faktor regulasi diri sebagai variabel yang mempengaruhi *impulsive buying*.

Baumeister, Regulasi diri didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengatur, mengontrol, dan mengarahkan perilaku dan emosi mereka agar sesuai dengan tujuan yang telah mereka tetapkan [12]. Menurut Bandura, regulasi diri adalah kemampuan dalam membayangkan hasil yang diinginkan di masa depan dengan mengontrol perilaku yang mengarah pada tujuan jangka panjang [13]. penelitian Utami dan Sumaryo, menyatakan jika tendensi personal melakukan *impulsive buying* bisa berkurang jika seseorang mempunyai regulasi diri yang baik [14]. Adapun aspek regulasi diri menurut Bandura, Schunk dan Zimmerman yaitu; (1) mengatur standard dan tujuan, (2) observasi diri, (3) evaluasi diri, (4) reaksi diri, (5) refleksi diri. Regulasi diri merupakan komponen yang yang mempengaruhi perilaku *impulsive buying*. individu yang mampu untuk menentukan tujuannya mengevaluasi diri dan mengontrol setiap perilakunya cenderung tidak mengalami *impulsive buying*. hal ini sejalan dengan penelitian dari Woolfolk yang menyatakan bahwa regulasi diri memainkan peran penting dalam membentuk perilaku, individu yang dapat mengontrol perilaku mereka dan bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan cenderung mengalami *impulsive buying* [14]

Dari beberapa penjelasan yang sudah dipaparkan maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara regulasi diri dan perilaku *impulsive buying* pada mahasiswi pengguna Shopee Hipotesis pada penelitian ini adalah adanya hubungan antara regulasi diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswi pengguna aplikasi Shopee.

METODE

Penelitian ini menggunakan dua variabel dimana variabel bebas (X) regulasi diri dan variabel terikat (Y) *impulsive buying*. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswi pengguna shopee yang sedang berkuliah di kota malang dimana jumlah dari mahasiswi pengguna shopee tersebut tidak diketahui dengan pasti atau (*infinite*). jumlah sampel yang ditetapkan pada penelitian ini 96 mahasiswi pengguna shopee yang ada di Kota Malang dimana hasil sampel tersebut didapat menggunakan rumus lemeshow. Metode *non-probability sampling* dengan menggunakan Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pengambilan sample pada penelitian ini. Adapun kriteria sampel yang di tetapkan, sebagai berikut; Mahasiswi di Kota Malang yang berstatus aktif. Dalam masa perkembangan dewasa awal dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun. Instrumen penelitian menggunakan skala regulasi diri yang memiliki nilai validitas dengan rentang nilai 0,371 – 0,869 dan memiliki 50 aitem, kemudian pada skala *impulsive buying* memiliki nilai validitas dengan rentang nilai 0,376 – 0,846 dan memiliki 37 aitem. Reliabilitas skala dihitung menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang mendapati nilai reliabilitas 0,977 pada skala regulasi diri dengan keterangan sangat reliabel dan skala *impulsive buying* sebesar 0,984 dengan keterangan sangat reliabel. Analisis untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan teknik *pearson correlation* dimana Teknik ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel (X) regulasi diri dan variabel (Y) *impulsive buying*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Penelitian ini melibatkan 96 mahasiswi pengguna aplikasi Shopee di Kota Malang. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dan populasi menggunakan *probability sampling*. Karena sampel merupakan mahasiswi pengguna aplikasi *shopee* maka Pada penelitian ini subjek melakukan pengisian skala secara daring dalam bentuk *google form* yang disebarakan secara *online*.

Tabel 1. Data Usia Responden

Usia	Tahap Perkembangan	Frekuensi
18-25 Tahun	Dewasa Awal	96

Hasil dari 96 sampel, Mahasiswi berusia 22 tahun mendominasi dengan jumlah 26 responden atau 27,1% dari total sampel dan Mahasiswa berusia 25 tahun memiliki jumlah paling sedikit dengan persentase 4,2%.

Berdasarkan skala yang ditetapkan peneliti, hasil analisis SPSS diketahui skor minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi subjek terhadap skala ukur dalam penelitian yaitu:

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Statistik

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Min.	Max.	Mean	SD.	Min.	Max.	Mean	SD.
Regulasi Diri	50	200	125	25	50	177	97,29	37,750
<i>Impulsive Buying</i>	37	148	92,5	18,5	37	148	104,98	32,786

Deskripsi data digunakan untuk mengklasifikasikan data yang dikumpulkan pada berbagai tahap. Menurut kontinum atribut yang diukur yang sesuai dengan kelompok secara terpisah, sebagai berikut :

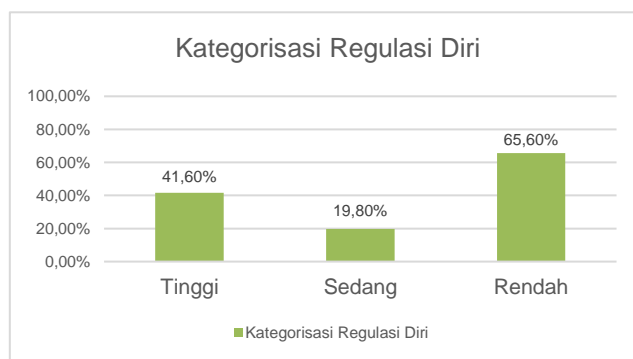


Diagram 1. Kategorisasi Skor Skala Regulasi Diri

Dilihat dari diagram diatas dapat disimpulkan jika mahasiswi yang memiliki regulasi diri dengan kategori tinggi terdapat 14 Mahasiswi dengan persentase sebesar 41,6%, sedangkan pada kategori rendah terdapat 63 Mahasiswi dengan persentase sebesar 65,6%. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Mahasiswi pengguna shopee di kota Malang memiliki regulasi yang rendah.

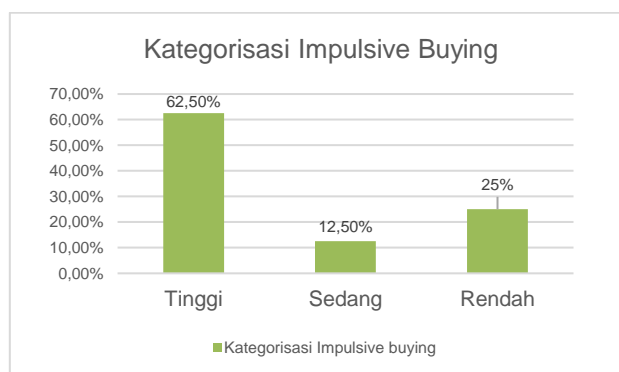


Diagram 2. Kategorisasi Skor Skala *Impulsive Buying*

Dilihat dari diagram diatas Hasil perhitungan dari pengkategorian skor pada skala *impulsive buying* memiliki hasil dengan kategori tinggi terdapat 60 Mahasiswi dengan persentase sebesar 62,5%, sedangkan pada kategori rendah terdapat 24 Mahasiswi dengan persentase sebesar 25%. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Mahasiswi pengguna shopee di Kota Malang memiliki perilaku *impulsive buying* yang tinggi.

Tabel 11. Uji Normalitas Skala Regulasi Diri dan *Impulsive Buying*

Variabel	Signifikansi	Keterangan	Kesimpulan
Regulasi Diri	0,200	Sig \geq 0,05	Normal
<i>Impulsive Buying</i>	0,200	Sig \geq 0,05	Normal

Berdasarkan hasil dari tabel uji normalitas, diketahui bahwa data dari variabel regulasi diri dan *impulsive buying* memiliki distribusi yang normal. Dimana $p > 0,05$ dengan signifikansi sebesar 0,200 maka sebaran dapat dikatakan normal.

Tabel 12. Uji Linearitas Skala Regulasi Diri dan *Impulsive Buying*

Variabel	Sig	Keterangan
Regulasi Diri dan <i>Impulsive Buying</i>	0,000	Linear

Berdasarkan hasil di table tersebut, hasil uji linearitas variabel regulasi diri dan *impulsive buying* menunjukkan hasil sig. sebesar 0,000 yang berarti terdapat hubungan linear yang signifikan antara regulasi diri dengan *impulsive buying*.

Tabel 13. Uji Hipotesis Skala Regulasi Diri dan *Impulsive Buying*

Variabel	Pearson Correlation	Sig
Regulasi Diri dan <i>Impulsive Buying</i>	-0,825	0,000

Sesuai dengan perhitungan dan analisis data yang diperoleh, maka dihasilkan indeks korelasi sebesar -0,825 dengan nilai sig. 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti variabel regulasi diri berhubungan negatif dengan *impulsive buying*. Artinya semakin tinggi tingkat regulasi diri mahasiswi semakin rendah perilaku *impulsive buying*, sebaliknya semakin rendah tingkat regulasi diri mahasiswi maka semakin tinggi perilaku *impulsive buying*.

b. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini mendapatkan hasil bahwa regulasi diri memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan *impulsive buying* pada mahasiswi pengguna aplikasi shopee Dalam hal ini mahasiswi dengan regulasi diri tinggi bisa mengontrol perilaku mereka saat berbelanja, mereka bisa membedakan antara kebutuhan dan kepuasan sesaat saat akan membeli sesuatu. Sedangkan mahasiswi dengan tingkat regulasi diri rendah kurang mampu mengontrol perilakunya saat berbelanja, dan cenderung mengikuti perasaan dan tidak memperhatikan resiko kedepannya. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Woolfolk yang mengemukakan bahwa regulasi diri memiliki peranan yang penting bagi individu dalam menentukan perilakunya. Individu yang memiliki regulasi diri rendah tidak mampu mengontrol perilakunya dan kurang memperhatikan resiko yang akan terjadi Ketika melakukan pembelian

[14]. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan Pradipto, Winata, Murti, dan Azizah, yang menyebutkan adanya korelasi negatif antara regulasi diri dengan *impulsive buying* [15].

Pada skala *impulsive buying* menunjukkan bahwa responden penelitian dengan tingkat *impulsive buying* yang tinggi lebih banyak daripada responden dengan tingkat yang sedang dan rendah. dapat disimpulkan bahwa Sebagian besar responden mengalami *impulsive buying*. perilaku ini dapat terjadi Ketika individu tidak memiliki regulasi diri yang baik. Hal ini sejalan dengan pendapat LaRose yang menyebutkan bahwa pada dasarnya *impulsive buying* merupakan karakteristik kurangnya regulasi diri dalam diri individu, [14]. Tinarbuko menyebtkan bahwa *impulsive buying* dapat menimbulkan pembengkakan pengeluaran, rasa penyesalan dalam keuangan, dan rasa kecewa[14].

Hasil yang didapatkan pada skala regulasi diri diketahui responden yang mendominasi adalah individu dengan tingkat regulasi diri yang rendah. Dimana hal ini dapat mendorong individu untuk melakukan *impulsive buying* saat berbelanja di Shopee. Adanya regulasi diri menjadi faktor penting dalam perkembangan dewasa awal. Regulasi diri sendiri termasuk dalam faktor kepribadian dalam hal motivasi [6]. Hal ini sejalan dengan pendapat oleh rezca..., yang berpendapat bahwa Mahasiswi yang memiliki regulasi yang rendah, maka mereka tidak mampu melakukan perencanaan dalam melakukan pembelian [15].

Mulyono menunjukkan perempuan lebih sering menjadi pelaku *impulsive buying* karena perempuan lebih dominan dalam menggunakan perasaan daripada laki-laki ketika membuat keputusan [8]. Mereka mempunyai dorongan untuk selalu mengikuti *lifestyle* yang sedang trend saat ini. Salah satunya pada mahasiswi yang seringkali belanja untuk memenuhi keinginan mereka agar tidak ketinggalan dengan yang lain [16] keinginan mahasiswi untuk selalu mengikuti trend yang berada pada lingkungan kampusnya mengakibatkan mahasiswi sulit untuk memilah antara keinginan dan kebutuhan. Sejalan dengan penelitian Vohs dan Faber menyebutkan bahwa perilaku *impulsive buying* termasuk dalam kategori fungsi psikologis yang kompleks dan berubah-ubah dari bentuk regulasi diri [17].

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Mahasiswi dengan regulasi diri yang rendah cenderung melakukan *impulsive buying*, sedangkan Mahasiswi dengan tingkat regulasi diri yang tinggi dapat mengurangi *impulsive buying* ketika berbelanja di Shopee. Kemampuan seseorang untuk mengendalikan perilakunya memiliki peran yang penting dan berhubungan dengan regulasi diri yang dimilikinya. Mengutip pendapat Mahasiswi yang memiliki regulasi diri yang baik dapat menyelesaikan masalah di lingkungan sekitarnya [15].

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat hubungan negatif signifikan antara regulasi diri dengan perilaku *impulsive buying* pada mahasiswi pengguna aplikasi shopee,

maka hipotesis dalam penelitian ini diterima. Semakin tinggi tingkat regulasi diri yang dimiliki mahasiswi, maka semakin rendah perilaku *impulsive buying* yang dimilikinya. Begitu sebaliknya, semakin rendah regulasi diri yang dimiliki individu, maka perilaku *impulsive buying* mahasiswi semakin tinggi.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Trenasia.com, “Performa e-commerce: Shopee, si paling laris tahun ini.,” *trenasia.com*, 2021. <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini>
- [2] A. A. Dianka, “Performa E-Commerce: Shopee, Si Paling Laris Tahun Ini,” *trenasia.com*, 2021. [Online]. Available: <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini>
- [3] D. A. Harahap, “Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus,” *JRMSI - J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 9, no. 2, pp. 193–213, 2018, doi: 10.21009/jrmsi.009.2.02.
- [4] E. D. Aprilia and R. Mahfudzi, “Gaya Hidup Hedonisme Dan Impulse Buying,” *J. Ecopsy*, vol. 7, pp. 71–78, 2020.
- [5] G. V. Pramono and D. H. Wibowo, “Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fesyen Pada Mahasiswi Rantau,” *J. Psikol. Perseptual*, vol. 4, no. 2, pp. 103–110, 2019, [Online]. Available: <http://jurnal.umk.ac.id/index.php/perseptual>
- [6] F. J. Siregar, “Pengaruh Kontrol diri Terhadap Pembelian Impulsif Saat Perayaan Hari Belanja Online Nasional (HARBOLNAS) Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Kota Malang,” 2022.
- [7] M. B. Alitanin and A. Alfianti, “Impulsive Buying Berbelanja Online pada Mahasiswi Ditinjau dari Kecerdasan Emosional,” *J. Ilm. Multi Disiplin Indones.*, vol. 1, no. 7, pp. 890–896, 2022.
- [8] D. I. Kalangan and M. Studi, “Self-monitoring and Impulsive Buying of Cosmetic Products among College Student :,” pp. 65–76, 2022.
- [9] S. Syaharani, “Fenomena impulse buying para pengguna e-commerce Shopee di era postmodern: Studi deskriptif pada mahasiswa Sosiologi angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.,” UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022.
- [10] D. S. Oktavia, “Pengaruh Self Control Terhadap Impulsive Buying Online Pada Mahasiswa Kota Malang,” Universitas Merdeka Malang, 2022.
- [11] R. Firhan and S. R. Nio, “Hubungan Regulasi Diri dengan Pembelian Impulsif Remaja Putri Bukittinggi Terhadap Produk Pakaian,” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 5, no. 2017, pp. 3737–3743, 2021, [Online]. Available: <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1454>
- [12] A. Manab, “Memahami Regulasi Diri : Sebuah Tinjauan Konseptual,” pp. 19–20, 2016.
- [13] R. N. Widarti, “PENGARUH REGULASI DIRI TERHADAP PENYESUAIAN DIRI PADA

- SISWA KELAS I ' DAD (KELAS PERSIAPAN) DI," *Tesis*, 2016.
- [14] N. F. Siregar and Q. K. Rini, "Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online," *J. Psikol.*, vol. 12, no. 2, pp. 213–224, 2019, doi: 10.35760/psi.2019.v12i2.2445.
- [15] R. M. Gawi and R. Rinaldi, "Hubungan antara regulasi diri dengan pembelian impulsif pada produk fashion," *J. Ris. Psikol.*, 2019, [Online]. Available: <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/view/6201>
- [16] L. Aprilia and S. R. Nio, "Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswi," *J. Ris. Psikol.*, no. 1, pp. 2–11, 2019.
- [17] S. Tarynda, "Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Merchandise Kpop (Korean Pop) Bts (Bangtan Sonyeondan) Pada Remaja 'Army' Di ...," ... *Dengan Impuls. Buy. Terhadap ...*, no. 1989, 2022, [Online]. Available: [http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/16681/%0Ahttp://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/16681/1/NASKAH PUBLIKASI.doc](http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/16681/%0Ahttp://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/16681/1/NASKAH%20PUBLIKASI.doc)