

Self control, extrovert personality and impulsive buying behaviors among online gamers

Kontrol diri, kepribadian ekstrovert dan perilaku impulsive buying pada pemain game online

Fachrul Ilham Al-Fisyahri^{1*}, Abdul Muhid¹

¹Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Sunan Ampel Surabaya

Abstract. This study aims to determine whether there is a relationship between self-control and extrovert personality with impulsive buying. The subjects in this study were online game players in Indonesia. Samples were taken using the purposive sampling technique and using table theory from Isaac & Michael in determining the number of samples and obtained 272 respondents. The analysis used is multiple linear regression and the results of the analysis show that there is a significant relationship between self-control and extrovert personality with impulsive buying in online game players. In addition, self-control and extrovert personality provide an effective contribution of 13.5% to impulsive buying and the remaining 86.5% is influenced by other factors that have not been studied by researchers.

Keywords : *self control, ekstrovert personality, impulsive buying, online game*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan kontrol diri dan kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying*. Subjek dalam penelitian ini yaitu para pemain *game online* di Indonesia. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan memakai teori tabel dari Isaac & Michael dalam menentukan jumlah sampel dan diperoleh 272 responden. Analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda dan dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying* pada pemain *game online*. Selain itu Kontrol diri dan Kepribadian Ekstrovert memberikan sumbangan efektif sebesar 13.5 % terhadap *Impulsive buying* dan sisanya 86.5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti oleh peneliti.

Kata kunci : kontrol diri, kepribadian ekstrovert, *impulsive buying, game online*

1 Pendahuluan

Semakin berkembangnya peradaban dan juga teknologi, selalu memunculkan inovasi yang baru tak terkecuali di bidang teknologi yaitu internet. Internet untuk sekarang ini memiliki banyak sekali manfaat yaitu sebagai sarana komunikasi, promosi, dan hiburan salah satunya bermain *game* (Garvin et al., 2019). Pada awalnya *game* hanya bisa di mainkan pada perangkat

*Korespondensi: Fachrul Ilham Al-Fisyahri, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, UIN Sunan Ampel Surabaya, Jl. Ahmad Yani No.117, Surabaya, 60237, Jawa Timur. Surel: fahrulilham60@gmail.com

Komputer dan juga *Nintendo*, yang bermainnya hanya tersedia *mode single* atau *double player*. Namun seiring berkembangnya teknologi kini bisa di akses di *smartphone* yang bermainnya bisa secara *team* terdiri dari 4 orang atau lebih dan berinteraksi secara langsung di dalam *game* dengan orang lain (Tayibnapis, 2019). Selain itu harga *smarthpone* yang relatif lebih murah daripada Komputer atau *Nintendo* menjadi keuntungan tersendiri akibat adanya perkembangan teknologi, karena saat ini semakin mudah untuk bermain *game* dan berinteraksi dengan orang lain secara *online* dengan menggunakan *smartphone*(Mubarok, 2021).

Game online dapat diartikan sebagai permainan yang dimainkan oleh individu atau kelompok dan dalam proses bermainnya dibutuhkan jaringan internet untuk terhubung didalam *game* (Garvin et al., 2019). Menurut Perusahaan Verizon Sejak mewabahnya *Virus Covid-19* *game online* mengalami kenaikan pengguna yang sangat signifikan hingga 75 % di jam sibuk, ini dikarenakan adanya kebijakan di rumah saja. (CNN Indonesia, 2020). Banyaknya pemain *game online* sekarang membuat perusahaan di bidang *game* ingin memanfaatkan peluang salah satunya dengan menjual *item virtual* dengan desain mewah di dalam *game*, *handphone* khusus *game* dan juga alat bantu untuk bermain *game*. Menurut Ho & Wu (dalam Dyulgerova & Devreli, 2019) manfaat membeli barang *virtual* dan juga alat bantu bermain *game* bagi pemainnya yaitu memunculkan rasa senang tersendiri ketika bermain *game* dan juga meningkatkan kepercayaan diri ketika bertemu dengan pemain lain baik di kehidupan nyata maupun di *ingame*. Adanya kesenangan dalam membeli perlengkapan bermain *game* dan ketergantungan membeli *item virtual game* ini yang dapat memunculkan perilaku *impulsive buying* (Gumeular & Eryani, 2016).

Impulsive buying diartikan sebagai kecenderungan seseorang dalam membeli produk secara spontan, tidak melibatkan pikiran, kurang reflektif dan prosesnya dilakukan secara tergesa gesa hanya demi kepuasan sesaat (Savitri et al., 2020). *Impulsive buying* pada pemain *game* cenderung dilakukan pada transaksi seperti top up *game*. Hal ini diperjelas dengan survey dari We Are Social bahwa setengah dari total pemain game di indonesia dengan jumlah 34 Juta merupakan pemain berbayar. Dampak buruk yang terjadi ketika melakukan *impulsive buying* yaitu pengeluaran yang berlebihan dan rasa penyesalan terhadap masalah keuangan juga rasa kecewa akibat membeli barang yang tidak diperlukan (Siregar & Rini, 2019). Fenomena yang sering terjadi dalam perilaku *impulsive buying* dilansir dari detiknews ada seorang bocah yang melakukan *top up* belasan juta dengan menggunakan atm pribadi dan membuat *shock* ibunya setelah ditagih oleh pihak *bank*. Dengan adanya fenomena diatas *impulsive buying* bukan hanya berdampak buruk kepada diri sendiri tetapi bisa berdampak terhadap orang lain juga.

Perilaku *impulsive buying* terjadi akibat adanya faktor faktor yang aktif dalam proses pembelian, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi emosi, kepribadian, gender dan kontrol diri sedangkan dalam faktor eksternal meliputi lingkungan tempat tinggal, atribut produk, dan juga promosi yang dilihat (Balik & Tupamahu, 2020). Akibatnya menurut penelitian yang dilakukan oleh (Firhan & Nio, 2021) mendapatkan hasil bahwa perilaku *impulsive buying* kebanyakan dilakukan oleh remaja wanita karena pada wanita dengan rentang umur 12-21 tahun belum memiliki kestabilan emosi yang dapat mencegah terjadinya perilaku tersebut. Selain itu mereka juga mudah terpengaruh baik dalam lingkup lingkungan seperti

kerabat, keluarga, dan teman sekolah juga mudah terpengaruh terhadap iklan iklan yang ada di media sosial.

Definisi kontrol diri sendiri yaitu kemampuan yang dimiliki oleh individu untuk mengarahkan tingkah lakunya ke hal hal yang positif dan menekan dorongan dorongan yang ada dalam melakukan hal yang tidak diperlukan (Arisandy, 2017). Kontrol diri menjadi faktor utama penyebab terjadinya perilaku dari *impulsive buying* dan memiliki peranan penting dalam pengendalian diri akibat perilaku *impulsive*. Ketika kontrol diri rendah dan mudah terganggu maka individu tersebut akan mudah juga tergoda oleh produk atau pembelanjaan yang tidak dipertimbangkan terlebih dahulu. Sebaliknya jika seseorang memiliki kontrol diri yang tinggi akan membeli sebuah produk berdasarkan kebutuhan dan manfaat jangka panjang yang diberikan oleh produk tersebut (Aprilia & Nio, 2019).

Selain itu faktor kepribadian juga di pertimbangkan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi *impulsive buying*. Kepribadian menurut Eysenck (dalam Alwisol, 2004) yaitu terdiri dari pola aktual dan potensial dari *individu* yang ditentukan dari lingkungan dan keturunan. Kepribadian ekstrovert sendiri memiliki beberapa aspek diantaranya mudah bergaul, aktif, tegas, ceria, dominan dan berani. Kepribadian ekstrovert juga berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mendapatkan stimulasi dan tertarik akan adanya stimulasi stimulasi baru. *Impulsive buying* juga ditandai dengan ketertarikan yang tinggi atau berlebihan terhadap stimulasi produk yang ditawarkan. Maka dari itu bisa di simpulkan bahwa terdapat hubungan positif kepribadian ekstrovert dengan perilaku *impulsive* pada pembelian (Wahyudi & Kurniawan, 2019).

Berdasarkan hasil penjabaran yang sudah dilakukan diatas, peneliti semakin tertarik melakukan penelitian ini karena masih minimnya variabel kepribadian yang diteliti dengan variabel terikat yaitu *impulsive buying*. Maka dari itu peneliti akan meneliti sesuai dengan judul diatas yaitu hubungan antara kontrol diri dan kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying* pada pemain *game online*.

2 Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional, bertujuan untuk mengetahui hubungan dan juga tingkatan antara dua variabel ataupun lebih (Muhid, 2019). Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda.

Populasi pada penelitian ini yaitu para pemain *game online* di indonesia yang tidak diketahui jumlah pastinya atau bisa disebut dengan populasi *infinity*. Pada penelitian ini menggunakan teknik sampling disebut dengan *purposive sampling*, memiliki pengertian sebagai teknik yang memiliki kriteria dan ketentuan dalam menentukan suatu sampel yang akan dipakai (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini memiliki kriteria yaitu seluruh pemain game online yang pernah melakukan pembelian *item game*, *voucher game* dan perangkat pendukung untuk bermain di dalam *game* dengan total pembelian lebih dari 300rb dalam sebulan.

Sampel merupakan suatu kelompok yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan teori dari tabel Isaac & Michael untuk menentukan sampel yang harus di cari. Karena pada penelitian ini tidak diketahui jumlah populasi sebenarnya atau *infinity*, maka sampel yang akan diambil berjumlah 272 responden dengan tingkat kesalahan sebesar 10%.

3 Hasil

Total subjek yang diteliti sebanyak 272 resoonden. Pada variabel *impulsive buying* memiliki nilai minimum 29, nilai maximum 64, mean 46.90 dan nilai standard deviation sebesar 6.584. Pada variabel kontrol diri memiliki nilai minimum 20, nilai maximum 41, mean 30.02 dan standard deviation sebesar 4.159. Juga pada variabel terakhir yaitu kepribadian ekstrovert memiliki nilai minimum 40, nilai maximum 76, *mean* 54.98 dan nilai *standard deviation* sebesar 5.593.

Tabel 1 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		272
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.122335
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.039
	Negative	-.045
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Pada uji normalitas peneliti menggunakan test Kolmogorov-Smirnov Z, variabel dikatakan normal jika nilai signifikansi $>.05$. Bisa dilihat pada tabel diatas signifikasi yang diperoleh bernilai .200 dan mendapatkan kesimpulan bahwa data bisa terdistribusi dengan normal.

Tabel 2 Uji Linieritas

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
<i>Impulsive</i> * Kontrol diri	Between Groups	(Combined)	2357.422	19	124.075	3.330	.000
		Linearity	1267.722	1	1267.722	34.022	.000
		Deviation From Linearity	1089.701	18	60.539		.054
	Within Groups		9389.857	252	37.261		
Total			11747.28	271			
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
<i>Impulsive</i> * Ekstrovert	Between Groups	(Combined)	1318.374	24	54.932	1.301	.163
		Linearity	20.831	1	20.831	.493	.483
		Deviation	1297.543	23	56.415	1.336	.144

	From Linearity			
Within Groups		10428.905	247	42.222
Total		11747.279	271	

Pada uji linieritas, variabel dikatakan linier jika nilai signifikansi yang didapat setelah melakukan uji test sebesar $>.05$. Bisa dilihat dari data diatas nilai signifikansi pada *Impulsive Buying** Kontrol Diri sebesar $.054 > .05$. Sedangkan pada *Impulsive Buying** Kepribadian Ekstrovert didapatkan nilai signifikansinya sebesar $.144 > .05$. Dari hasil yang dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier pada setiap variabel yang diuji. Maka asumsi yang dicari oleh peneliti sudah terpenuhi.

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Kontrol Diri	.946	1.057
	Ekstrovert	.946	1.057

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Uji multikolineritas dalam rangkain uji spss berujuan untuk mencari tahu apakah ada korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Selain itu variabel yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan antara variabel bebas dan dinyatakan tidak memiliki korelasi jika angka tolerance mendekati 1 / 0.1 dan nilai VIF < 10.00 . Bisa dilihat pada tabel diatas kedua variabel memiliki nilai tolerance .946 mendekati 0.1 VIF $1.057 < 10.00$ sehingga asumsi yang didapat terpenuhi, tidak ada multikolineritas antara kontrol diri dan kepribadian ekstrovert.

Tabel 4 Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T Sig.
1	(Constant)	2.789	2.545		1.096 .274
	Kontrol Diri	-.035	.057	-.038	-.613 .540
	Kepribadian Ekstrovert	.056	.042	.083	1.325 .186

Pada uji heterokedastisitas, data yang sempurna atau tidak terjadi yaitu jika memiliki nilai signifikan $>.05$. Bisa dilihat pada tabel diatas bahwa kontrol diri dan kepribadian ekstrovert mendapat nilai signifikan sebesar .540 dan .241 $>.05$ dan bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas karena signifikansi lebih besar dari .05

Tabel 5 Hasil Uji T (Regresi Linier Berganda)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	53.278	4.147		12.848
	Kontrol Diri	-.582	.092	-.368	.000
	Kepribadian Ekstrovert	.200	.069	.170	.004

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Pada uji t atau regresi linier berganda dikatakan terdapat hubungan antar variabel jika nilai signifikansi nya < 0.05 . Bisa dilihat pada hasil olah data diatas nilai korelasi antara kontrol diri dan *impulsive buying* memiliki nilai sebesar -0.582 dengan signifikansi $< .001 < .05$ maka bisa dinyatakan terdapat hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dan *impulsive buying*. Kemudian nilai korelasi antara kepribadian ekstrovert dan *impulsive buying* memiliki nilai sebesar .200 dengan signifikansi sebesar $.004 < .05$ maka bisa dinyatakan terdapat hubungan positif signifikan antara kepribadian ekstrovert dan *impulsive buying*

Tabel 6 Uji F (Regresi Simultan)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1	Regression	1589.391	2	794.695	21.045
	Residual	10157.889	269	37.762	
	Total	11747.279	271		

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

b. Predictors: (Constant), Kepribadian Ekstrovert, Kontrol Diri

Dilakukannya Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan secara bersamaan variabel X1, X2 dengan Y. Selain itu variabel dikatakan memiliki hubungan jika nilai signifikansi kurang dari $< .05$. Bisa dilihat pada tabel diatas mendapatkan hasil bahwa nilai sig. Adalah $< .055 < .05$ yang artinya variabel X1 dan X2 memiliki hubungan secara bersamaan dan memiliki pengaruh terhadap variabel Y. Sehingga dari olah data yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima pada penelitian ini

Tabel 7 Uji Determinasi Koefisien

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.135	.129	6.145

a. Predictors: (Constant), Kepribadian Ekstrovert, Kontrol Diri

Uji determinasi koefisien bertujuan untuk melihat sumbangan yang diberikan variabel bebas secara bersama sama terhadap variabel terikat. Bisa dilihat pada tabel diatas nilai R Square memiliki hasil yaitu .135 atau bisa diartikan sebagai kedua variabel bebas memiliki 13.5 % pengaruhnya terhadap perilaku *impulsive buying*. Untuk sisanya sebesar 86.5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang belum dilakukan penelitian.

4 Diskusi

Berdasarkan hasil analisis regresi yang sudah dilakukan diatas menunjukkan bahwa variabel Kontrol Diri memiliki hubungan negatif signifikan terhadap *impulsive buying*. Memiliki arti bahwa apabila kontrol diri yang dimiliki tinggi, maka kecenderungan untuk melakukan perilaku *impulsive buying* menjadi rendah. Peran kontrol diri pada *gamers game online* dapat mempengaruhi terjadi atau tidak nya perilaku *impulsive buying* tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian menurut (Arisandy & Huryati, 2017) bahwa kecenderungan melakukan *impulsive buying* sebenarnya bisa di kurangi apabila individu tersebut memiliki sistem pengendalian kontrol diri yang baik. Cara yang paling efektif yaitu membuat *list* terlebih dahulu ketika ingin membeli sesuatu dan mempertimbangkan segala aspek, hal ini dapat mengurangi perilaku *impulsive buying*.

Individu yang memiliki tingkatan kontrol diri yang tinggi dapat membuat mereka menjadi pribadi yang tidak boros, memiliki perilaku yang sehat dan juga lebih *ter-planning* untuk menjalani kegiatan sehari harinya. Dampak dari perilaku *impulsive buying* juga bisa dirasakan saat itu juga, terbukti ada beberapa orang yang bermasalah dengan hutang piutang karena memaksakan membeli barang yang dilihatnya menarik pada saat itu. Selain itu semakin baik kontrol diri pada individu maka perilaku *impulsive buying* tidak akan terjadi. Hal ini dijelaskan pada penelitian yang dilakukan oleh (Arisandy, 2017) bahwa kontrol diri merupakan faktor yang berhubungan terhadap *impulsive buying*. Selain kontrol diri faktor lingkungan juga dapat mempengaruhi karena tekanan dari orang sekitar tersebut yang akan mempengaruhi keputusan pembelian saat itu juga.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Kepribadian Ekstrovert memiliki hubungan Positif yang signifikan terhadap *impulsive buying*. Dari hasil penjelasan diatas dapat diartikan bahwa apabila individu memiliki kepribadian ekstrovert, maka kecenderungan untuk melakukan perilaku *impulsive buying* menjadi tinggi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Handayani et al., 2018) peran kepribadian dan hubungannya terhadap *impulsive buying* memang belum diketahui pasti mana diantara dua kepribadian yaitu introvert dan ekstrovert yang paling berpengaruh. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Purnasari & Rastini, 2018) mendapatkan hasil bahwa kepribadian memiliki pengaruh positif terhadap *impulsive buying*. Yang berarti tipe kepribadian tertentu akan lebih dominan atau terobsesi dan sering melakukan pembelian *impulsive*.

Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Susilawati & Wahdiniwati, 2015) kepribadian ekstrovert memiliki hubungan terhadap terjadinya perilaku *impulsive buying*. Kepribadian ekstrovert menaruh sumbangan yang lebih besar jumlahnya daripada kepribadian

introvert. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor kepribadian ekstrovert lebih dominan untuk membuat seseorang mengalami perilaku *impulsive buying* sesuai dengan hasil analisis regresi diatas. Faktor pembentuk terjadinya kepribadian ekstrovert sebenarnya ada beberapa, namun pada pembahasan ini peneliti cukup mengambil 2 faktor yaitu dari emosi dan juga karakter yang ada pada diri individu. Emosi yang kuat dan karakter yang kuat dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam perilaku *impulsive buying*. Maka dari itu terdapat hubungan yang signifikan antara kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying* dengan diperkuat oleh penelitian dan aspek aspek yang berhubungan diatas ini.

Berdasarkan hasil uji F pada analisis regresi linier berganda yang sudah dilakukan mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri dan kepribadian ekstrovert terhadap perilaku *impulsive buying*. Gamers dengan kontrol diri rendah dan memiliki kepribadian ekstrovert besar kemungkinan mereka akan melakukan perilaku *impulsive buying*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Miranda, 2016) yang menyatakan bahwa *impulsive buying* memiliki hubungan secara signifikan terhadap kepribadian konsumen atau (karakteristik konsumen), juga bisa dikatakan kepribadian tertentu akan menyebabkan individu cenderung akan melakukan perilaku *impulsive buying*. Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh (Elnina, 2022) mendapatkan hasil bahwa kontrol diri ikut berkontribusi aktif terhadap terjadinya perilaku *impulsive buying*. Semakin tinggi kontrol diri maka perilaku *impulsive buying* tidak akan terjadi dan juga ketika kontrol diri kita rendah maka kita cenderung akan melakukan perilaku *impulsive buying*.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa kontrol diri dan kepribadian ekstrovert memiliki kontribusi dalam terjadinya perilaku *impulsive buying*. Hal ini didukung (Edy & Haryanti, 2018) menyatakan bahwa kontrol diri merupakan variabel penting untuk menentukan terjadi atau tidak nya perilaku *impulsive buying*. Selain itu kepribadian ekstrovert juga dianggap mempunyai peran penting dalam terjadinya perilaku *impulsive buying*. Menurut penelitian (Wahyudi & Kurniawan, 2019) untuk mencegah terjadinya *impulsive buying*, kontrol diri diperlukan dalam aktifitas sehari hari. Kontrol diri bisa dikatakan balik apabila memiliki tujuan untuk menentukan, mempertimbangkan dan melakukan hal hal yang menurutnya terbaik termasuk dalam perilaku pembelian dimanapun dan kapanpun.

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi variabel kontrol diri dan kepribadian ekstrovert menunjukkan kontribusi terhadap terbentuknya perilaku *impulsive buying*. Kontribusi kedua variabel mendapatkan nilai sebesar 13.5 % dan 86.5 % lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti oleh peneliti. Walaupun mendapatkan nilai yang tidak terlalu banyak tetapi hasil tersebut sudah cukup menunjukkan kontribusi dari kedua variabel tersebut pada variabel *impulsive buying*. Dengan demikian variabel bebas yang sudah dijelaskan diatas dapat dijadikan sebagai prediktor untuk variabel *impulsive buying*. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh (Larisa & Farid, 2021) menyatakan bahwa tipe kepribadian manusia memiliki hubungan yang dapat mengakibatkan terjadi atau tidaknya perilaku *impulsive buying*. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Harahap, 2017) mendapatkan hasil bahwa kontrol diri berpengaruh negatif dalam perilaku *impulsive buying*

Referensi

- Alwisol. (2004). *Psikologi kepribadian*. UMM Press.
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan kecenderungan impulsive buying pada mahasiswa. *Jurnal Riset Psikologi*.
- Arisandy, D. (2017). Kontrol diri ditinjau dari impulsive buying pada belanja online. *Jurnal Ilmiah Psyche, Vol.11 No.1*, 63–74.
- Arisandy, D., & Hurryati, D. (2017). Hubungan antara kontrol diri dengan impulsive buying pada mahasiswi fakultas psikologi di perguruan tinggi wilayah Palembang yang melakukan belanja online. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Kesehatan, Vol 3, No.1*.
- Balik, D., & Tupamahu, F. A. S. (2020). Efek moderasi kontrol diri pada hubungan sifat materialisme terhadap pembelian impulsive online. *Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis, Vol. 1, No. 2*.
- CNN Indonesia. (2020). *Pengguna gim online meningkat 75 persen kala corona*.
- Dyulgerova, H., & Devreli, P. (2019). Hedonic motives: Influencing players' impulse buying purchases of virtual goods. *Semantics Schoolar*.
- Edy, I. C., & Haryanti, S. S. (2018). Impulsive buying behavior pada konsumen online. *Prosiding : The National Conferences Management and Business (NCMAB)*.
- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan self control mahasiswa ditinjau dari perilaku impulsive buying terhadap produk fashion. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi, Volume 2, No. 1*.
- Firhan, R., & Nio, S. R. (2021). Hubungan regulasi diri dengan pembelian impulsif remaja putri bukitinggi terhadap produk pakaian. *Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 5 Nomor 2*, Halaman 3737-3743.
- Garvin, Claudia, J., & Evita, I. (2019). Micro transaction dalam online game: apakah memicu perilaku belanja online yang bermasalah ? *Psyche : Jurnal Psikologi, Vol.1 No.2*.
- Gumeular, A. T., & Eryani, R. D. (2016). Studi deskriptif mengenai impulse buying pada gamers game online dragon nest kota bandung descriptive study on impulse buying of gamers online games dragon nest bandung city. *Prosiding Psikolog, Volume 2, No.2*.
- Handayani, A., Maryanti, S., & M, S. (2018). Pengaruh tipe kepribadian terhadap impulsive buying pada mahasiswa psikologi Universitas Esa Unggul yang melakukan pembelian secara online shopping. *Jurnal Psikologi*.
- Harahap, J. Y. (2017). Hubungan antara kontrol diri dengan ketergantungan internet di pustaka digital perpustakaan daerah Medan. *Jurnal Edukasi : Jurnal Bimbingan Konseling, Vol. 3 No. 2*, Hal 131-145.
- Larisa, V., & Farid. (2021). Pengaruh personality traits dan hedonic consumption terhadap impulsive buying dimediasi oleh positive feeling di matahari departement store kota banda aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol. 6, No. 1*, Hal 63-76.
- Miranda, Y. C. (2016). Kajian terhadap faktor yang mempengaruhi impulse buying dalam online shopping. *Universitas Machung, Vol 10, No 1*.
- Mubarok, F. H. (2021). Hubungan antara kecanduan game online dengan pembelian impulsif perangkat game pada mahasiswa. *Acta Psychologia, Volume 3 Nomor 1*, 69–80.
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik*. Zifatama Jawa.

- Purnasari, A. C., & Rastini, N. M. (2018). Peran kenikmatan berbelanja dalam memediasi kepribadian terhadap impulsive buying. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 1, Nomor 3.
- Savitri, D., Aini, N., & Suyono, J. (2020). The influence of personality, shop enjoyment, and impulsive buying tendency on impulsive buying behavior in transmart Ngagel Surabaya. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, Volume 03 Number 02.
- Siregar, N. F., & Rini, Q. K. (2019). Regulasi diri dan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja perempuan yang berbelanja online. *Jurnal Psikologi*, Volume 12 No.2. <https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i2.2445>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Susilawati, E., & Wahdiniwati, R. (2015). Pengaruh kepribadian dan harga terhadap impulse buying pada produk novel di toko bandung book enter wilayah Bandung. *JIMM UNIKOM*, Vol. 01 No, 01.
- Tayibnapis, R. G. (2019). Fenomena game online dan pembaruan teknologi komunikasi sebagai media baru. *Universitas Satya Negara Indonesia*, 32–50.
- Wahyudi, R., & Kurniawan, I. S. (2019). Pengaruh kontrol diri, stabilitas emosi, ekstrovert dan ketelitian terhadap keputusan pembelian tiba tiba pada masyarakat DIY. *EFEKTIF : Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Volume 10, No.1.