

Hubungan Antara Dukungan Sosial Teman Sebaya Dengan *Impulsive Buying* Pada Siswa SMA Negeri 1 Pecangaan Jepara

Fitria Prasetyaningsih¹, Rohmatun²

¹ Mahasiswa, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

² Dosen, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

**Corresponding Author:*

rohmatun@unissula.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji hubungan antara dukungan sosial teman sebaya dengan impulsive buying pada siswa. Populasi yang diambil adalah siswa kelas XI SMA N 1 Pecangaan dikota Jepara dengan jumlah sampelnya adalah 206 subjek yang dipilih menggunakan teknik cluster random sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala dukungan sosial teman sebaya dengan jumlah aitem 38 dengan reliabilitasnya 0,960 dan skala impulsive buying dengan aitem berjumlah 23 yang memiliki reliabilitas sebesar 0,868. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara dukungan sosial teman sebaya dengan impulsive buying. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi pearson product moment memperoleh nilai $r_{xy} = 0,842$ dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Artinya semakin tinggi dukungan sosial teman sebaya yang diperoleh maka semakin tinggi pula impulsive buying remaja. Demikian juga sebaliknya. Berarti ada hubungan positif yang sangat signifikan antara dukungan sosial teman sebaya dengan impulsive buying yang berarti hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci: Dukungan Sosial Teman Sebaya, Impulsive Buying

Abstract

This study aims to examine the relationship between peer social support and impulsive buying in students. The population taken was grade XI students of SMA N 1 Pecangaan in Jepara city with a sample size of 206 subjects selected using cluster random sampling technique. The data collection method used in this study was a peer social support scale with 38 items with a reliability of 0.960 and an impulsive buying scale with 23 items that had a reliability of 0.868. The hypothesis proposed in this study is that there is a positive relationship between peer social support and impulsive buying. The data analysis technique using Pearson product moment correlation analysis obtained a value of $r_{xy} = 0.842$ with a significance of 0.000 ($p < 0.01$). This means that the higher the peer social support obtained, the higher the adolescent's impulsive buying. And vice versa. This means that there is a very significant positive relationship between peer social support and impulsive buying, which means that the hypothesis in this study is accepted. Relationship between peer social support and impulsive buying, which means that the hypothesis in this study is accepted.

Keywords: *Peer Social Support, Impulsive Buying*

1. PENDAHULUAN

Masa remaja adalah tahap penting dalam perjalanan perkembangan individu, yang sering digambarkan sebagai fase transisi. Dalam rentang waktu ini, remaja mengalami pertumbuhan dalam berbagai dimensi, termasuk aspek fisik, kognitif, emosional, dan sosial. Selama masa remaja, individu mulai menjauh dari perilaku masa kanak-kanak dan mulai menyesuaikan perilaku yang terkait dengan masa dewasa (Triani, 2012).

Masa remaja ditandai dengan meningkatnya peran kelompok sebaya dalam perkembangan sosial, yang mulai menggeser pengaruh orangtua. Tidak sama dengan usia anak-anak, remaja lebih sering terlibat dalam aktivitas di luar rumah, termasuk aktivitas sekolah, program ekstrakurikuler, serta interaksi sosial dengan teman-teman. Akibatnya, kelompok sebaya memainkan peran penting selama tahap ini. Meskipun remaja telah memiliki kemampuan kognitif untuk mengambil keputusan sendiri, namun penentuan diri mereka sangat dipengaruhi oleh tekanan kelompok sebaya. Kelompok sebaya menjadi sumber acuan utama bagi remaja dalam membentuk pemahaman dan keyakinan mereka tentang pilihan, termasuk dalam hal pilihan gaya hidup. Bagi remaja, teman juga menjadi sumber informasi penting, seperti tentang gaya berpakaian yang menarik, dan rekomendasi untuk musik atau film (Nisrima dkk, 2016).

Tahap transisi ini merupakan ciri khas masa remaja. Ada empat fase perubahan yang dialami remaja. Perubahan minat, perkembangan fisik, dan perubahan peran untuk memperoleh penerimaan dalam lingkungan sosial termasuk di antara fase-fase transformasional ini. Ini merupakan masalah yang lebih menantang bagi remaja untuk diatasi dibandingkan dengan kesulitan-kesulitan sebelumnya. Remaja menunjukkan minat yang berkembang yang mungkin mencakup kegiatan rekreasi, keterlibatan sosial, dan keinginan pribadi. Minat pribadi selama masa remaja dapat melibatkan fokus pada mempercantik diri dan pilihan mode. Minat dalam penampilan diri tidak hanya mencakup gaya pakaian tetapi juga aksesoris pribadi, dandanan, dan daya tarik. Pengaruh teman sebaya secara signifikan memengaruhi penyesuaian diri dan adaptasi sosial pada remaja, yang menyebabkan banyak remaja mengubah gaya pakaian mereka agar sesuai dengan harapan kelompok (Hurlock, 2011).

Remaja pada tahap ini berusaha membangun identitas individu dengan merubah gaya hidup yang beragam dan mengikuti tren, mengubah pilihan mode, gaya rambut, dan pilihan pakaian mereka. Biasanya, remaja membeli barang bukan karena kebutuhan tetapi untuk kepuasan psikologis. Akibatnya, berbelanja menjadi kegiatan yang menyenangkan dan berfungsi sebagai sarana untuk meredakan stres. Beberapa orang berbelanja dengan mudah, sering kali melakukan pembelian spontan, sebuah fenomena yang dikenal sebagai *impulsive buying* (Rona, 2017).

Impulsive buying merupakan jenis perilaku konsumen yang ditandai dengan tindakan pembelian yang mendadak tanpa adanya perencanaan sebelumnya. Pembelian impulsif melibatkan individu yang berbelanja secara spontan dan reflek, tanpa melalui proses pertimbangan yang matang (Anin et dkk, 2008).

Impulsive buying menurut (Verplanken & Herabadi, 2001) mengacu pada pembelian yang tidak direncanakan secara spontan, yang sering kali disertai oleh dorongan emosional dan konflik kognitif. (Park & Dhandra, 2016) menjelaskan bahwa

orang yang sering terlibat dalam pembelian impulsif lebih rentan melakukan pembelian spontan dan sering bertindak sesuai keinginannya

Individu sangat dipengaruhi oleh nilai, sikap dan perilaku dari kelompok sosial tempat ia berada, terutama teman sebaya. Ketika teman sebaya memberikan dukungan yang positif dalam bentuk persetujuan atau dorongan terhadap suatu produk atau gaya hidup tertentu, hal tersebut dapat meningkatkan kemungkinan individu melakukan pembelian secara impulsif. Dalam hal ini, teman sebaya berperan sebagai sumber tekanan sosial yang mendorong individu untuk membuat keputusan pembelian tanpa pertimbangan yang matang demi memperoleh penerimaan sosial dalam kelompok (Bearden dkk, 1989)

Rohman (Febrianty, 2019) menjelaskan *Impulsive buying* dipengaruhi oleh faktor eksternal di antaranya adalah lingkungan sosial. Lingkungan sosial berkontribusi terhadap *impulsive buying*, terutama melalui pengaruh teman seperti teman sebaya. Lingkungan sosial dalam hal ini adalah dukungan sosial. (Rensi & Sugiarti, 2010) mendefinisikan Dukungan sosial adalah bagaimana seorang individu memandang bantuan dalam bentuk informasi atau saran yang dikomunikasikan secara verbal dan non-verbal, perhatian emosional, bantuan nyata, dan aspek apa pun yang membuat perasaan dihargai oleh orang lain di lingkungan sekitar. (Jihadi, 2022) menjelaskan bahwa sumber dukungan sosial dapat ditemukan pada siapa saja, termasuk keluarga, teman dekat, saudara kandung atau teman sebaya. Dukungan sosial teman sebaya yaitu bentuk pertolongan yang diberikan oleh teman-teman, yang dapat berbentuk bantuan langsung, informasi, atau dukungan emosional, yang mengarah pada perasaan dihargai dan diperhatikan (Taylor, 2012).

Hidayatun (2015) menjelaskan siswa SMA, khususnya kelas 11 yang berada dalam rentang usia 16 hingga 17 tahun tergolong dalam masa remaja akhir, yaitu periode perkembangan yang ditandai dengan pencarian jati diri dan peningkatan sensitivitas terhadap lingkungan sosial. Pada tahap ini, individu cenderung lebih mudah terpengaruh oleh interaksi sosial, khususnya dari teman sebaya. Dukungan sosial yang diberikan oleh teman sebaya tidak hanya terbatas pada aspek emosional, tetapi juga meliputi penyampaian informasi mengenai gaya hidup, tren konsumsi, serta dorongan untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok. Hal ini sejalan dengan pernyataan Santrock (2003) yang mengungkapkan bahwa pada masa remaja, individu memiliki kebutuhan kuat untuk memperoleh penerimaan dari teman sebaya, sehingga mereka cenderung menyesuaikan diri dengan perilaku sosial kelompok guna menghindari penolakan. Ketika dukungan sosial yang diberikan teman sebaya mengarah pada tekanan atau dorongan untuk membeli produk demi menjaga eksistensi dalam kelompok, maka potensi terjadinya pembelian impulsif semakin besar.

Dukungan sosial menurut (Mufidah, 2017) dapat diartikan sebagai rasa aman, kasih sayang, pengakuan, serta bentuk dukungan yang didapat individu dari orang lain ataupun komunitas. Sementara, Sarafino (Maimunah, 2020) menyatakan dukungan sosial yaitu penerimaan yang didapatkan oleh individu atau sekelompok orang, yang dapat menumbuhkan perasaan dicintai, diperhatikan, dihargai, serta mendapatkan bantuan oleh lingkungan sosialnya. Dukungan sosial menurut Sarafino & Smith (Jihadi, 2022) mengacu pada pemberian perhatian, penghiburan, pengakuan, atau bantuan yang diberikan kepada individu. Dukungan ini mungkin tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga dapat mencakup bantuan spiritual dan material.

Dukungan sosial menurut (Widiantoro et al., 2019) adalah keyakinan dari orang lain bahwa seseorang dihargai diperhatikan, mempunyai harga diri, diakui, dan termasuk dalam jaringan interaksi dan tanggung jawab bersama. Asal mula dukungan sosial biasanya bersumber dari anggota keluarga dekat. Zimet (Supriyati, 2023) menjelaskan dukungan sosial didapat dari tiga sumber utama, salah satunya yaitu teman.

Tarakanita (Hendayani & Abdullah, 2018) berpendapat bahwa bagi remaja, teman sebaya berfungsi sebagai sumber pengetahuan penting dalam berbagai topik yang menyediakan jalan bagi remaja untuk menerima peran dan tugas baru dengan memberikan dorongan dan dukungan. Cobb (Sari, 2019), menjelaskan bahwa dukungan sosial dari teman sebaya mencakup berbagai informasi melalui cara lisan dan tidak lisan, disamping bantuan nyata seperti tindakan atau materi yang disalurkan melalui ikatan sosial. Dukungan ini menumbuhkan rasa kepedulian, prinsip, dan kasih sayang dalam diri individu, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan.

Dukungan dari teman sebaya adalah jenis pertolongan yang diperoleh remaja dari orang-orang yang termasuk dalam kelompok umur atau tahap perkembangan yang serupa. Dukungan ini berperan dalam memberikan informasi yang membantu remaja memahami cara berinteraksi dengan lingkungan sosialnya, serta memberikan umpan balik terhadap perilaku yang mereka tunjukkan dalam konteks sosial dan memungkinkan remaja untuk mengeksplorasi berbagai peran sambil menghadapi tantangan dalam mengembangkan identitas diri yang optimal (Saputro & Sugiarti, 2021).

Sarason (Ekasari & Yuliyana, 2012) mengartikan bahwa Individu yang memperoleh dukungan teman sebaya yang baik dianggap mempunyai harga diri dan penilaian hidup yang lebih baik dan lebih luas dibandingkan individu yang kurang mendapat dukungan teman sebaya. Oleh sebab itu, diperlukan adanya dukungan sosial yang positif untuk dapat membantu meringankan perilaku *impulsive buying*, sedangkan dukungan sosial yang negatif atau tidak mendukung dapat meningkatkan perilaku *impulsive buying*.

Penelitian mengenai *Impulsive buying* telah dilakukan oleh (Anin et al., 2008) melalui penelitian yang berjudul “Hubungan *Self Monitoring* Dengan *Impulsive Buying* Terhadap Produk *Fashion* Pada Remaja”. Penelitian tersebut menemukan terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self monitoring* dan *impulsive buying* dengan produk *fashion* pada remaja. Namun, terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini, terutama pada aspek pada variable bebas serta kriteria subjek. Penelitian terdahulu melibatkan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada yang berusia 18 sampai usia 21 tahun, baik remaja laki-laki maupun perempuan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Rampala, 2024) yang berjudul “Stres Akademik dan Perilaku *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Kedokteran” menunjukkan bahwa variable stress akademik mempunyai hubungan positif yang signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Penelitian tersebut mberbeda dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti, karena terdapat perbedaan di variable bebas dan kriteria responden. Pada penelitian terdahulu, responden yang dipilih adalah mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Cenderawasih Jayapura.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Malik et al., 2024) berjudul “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* dengan Gender Sebagai Variabel

Moderator Pada Karyawan Generasi Z". Hasil penelitian menunjukkan, variable control diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti, terutama pada variabel bebas serta kriteria sampel, pada penelitian terdahulu yaitu sampel berjenis kelamin Pria dan Wanita, Domisili kota Samarinda, seorang karyawan aktif, kelahiran tahun 1996-2009 dan memiliki penghasilan $\leq$ Rp. 1.500.000.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Remaja sering kali terjebak dalam keinginan untuk membeli barang guna mendapatkan kepuasan sesaat atau untuk meningkatkan kepercayaan diri di hadapan teman sebayanya. Dalam konteks ini, dukungan dari teman sebaya dapat membawa dua efek, yaitu memperkuat hubungan sosial tetapi juga meningkatkan kemungkinan membuat keputusan pembelian yang tidak rasional. Untuk itu, pemahaman tentang pengaruh dari dukungan sosial teman sebaya serta faktor internal yang mendorong perilaku *impulsive buying* dapat berkontribusi dalam upaya mendidik remaja tentang cara membuat keputusan berbelanja yang lebih tepat.

2. METODE

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional guna untuk mengetahui hubungan dukungan sosial teman sebaya terhadap *impulsive buying* pada siswa kelas XI SMA N 1 Pecangaan. Pada penelitian ini, populasi berjumlah 385 siswa dipilih menjadi sampel menggunakan teknik *cluster random sampling* dengan kriteria yaitu, siswa kelas merupakan XI SMA N 1 Pecangaan yang berusia 16-19 tahun. Instrumen pada penelitian ini menggunakan skala psikologi, yaitu skala *impulsive buying* dan skala dukungan sosial teman sebaya. Skala *impulsive buying* berjumlah 23 aitem yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya dengan hasil Alpha Cronbach sebesar 0,868 dan skala dukungan sosial teman sebaya sebesar 0,960. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kedua instrument memiliki reliabilitas tinggi.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner dengan jawaban pilihan ganda yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala terdiri dari aitem *favorable* dan *unfavorable*. Analisis data yang telah diperoleh menggunakan korelasi *pearson product moment* dan uji normalitas menggunakan program SPSS. Analisis pada penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah terdapat hubungan antara dukungan sosial teman sebaya dan kesejahteraan psikologi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Sebelum melakukan analisis data, tahap awal yang harus diambil yaitu melakukan pengujian asumsi. Uji asumsi dilakukan melalui uji normalitas dan uji linearitas. Pengujian ini menggunakan *software SPSS versi 27.0*.

1.) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian memiliki distribusi secara normal. Data dikatakan memiliki distribusi normal apabila nilai signifikansi (p-value) lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$). Sedangkan, data dianggap tidak memiliki distribusi normal apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p < 0,05$). Berikut ini hasil pengujian normalitas data:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Mean	Standar Deviasi	Sig	<i>p</i>	Ket
Impulsive buying (Y)	69,49	5,692	0.088	<0.05	Normal
Dukungan Sosial Teman Sebaya (X)	113,33	10,777	0.200	>0.05	Normal

Uji normalitas dalam penelitian dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Pada variabel *impulsive buying*, diperoleh nilai KS-Z sebesar 0,058 dengan Tingkat signifikansi 0,088 ($p > 0,05$), yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Adapun pada variabel dukungan sosial, nilai KS-Z yang diperoleh sebesar 0,048 dengan signifikansi sebesar 0,200 ($p > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel tersebut juga berdistribusi normal.

2.) Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk menguji apakah terdapat hubungan linier antara kedua variabel yang diteliti. Pengujian ini dilakukan menggunakan uji F linier pada SPSS versi 27.0. Jika nilai p yang signifikan kurang dari 0,05 ($p < 0,05$), maka bisa diartikan bahwa hubungan antara kedua variabel dianggap linier. Pada penelitian ini, variabel dukungan sosial teman sebaya dan *impulsive buying* menunjukkan nilai F linier sebanyak 528,555 dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang membuktikan adanya hubungan yang linier antara kedua variabel.

3.) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel dukungan sosial teman sebaya dan *impulsive buying*. Teknik analisis yang digunakan adalah *Pearson Product Moment*. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh adalah $r_{xy} = 0,842$ dengan nilai signifikansi sebesar $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil tersebut mengindikasikan adanya hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel. Dengan kata lain, semakin tinggi dukungan sosial yang diterima dari teman sebaya, maka semakin meningkat pula kecenderungan siswa kelas XI di SMA Negeri 1 Pecangaan untuk melakukan pembelian impulsif.

Hasil uji di atas menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Nilai korelasi yang positif ini dapat menunjukkan bahwa kedua variabel saling berkaitan secara signifikan.

Deskripsi Tabel

Deskripsi tabel merupakan gambaran mengenai data yang diperoleh dari subjek penelitian berdasarkan variabel yang diukur. Kategorisasi dilakukan menggunakan distribusi normal dengan pembagian subjek berdasarkan tingkat skor dari masing-masing variabel.

Tabel 2. Deskripsi Skor Skala Impulsive Buying

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	52	23
Skor Maksimum	87	92
Mean (M)	69,50	57,5
Standar Deviasi (SD)	5.693	11,5

Tabel 3. Deskripsi Skor Skala Dukungan Sosial

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	52	38
Skor Maksimum	87	152
Mean (M)	69,50	95
Standar Deviasi (SD)	5.693	19

B. Pembahasan

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengkaji hubungan antara impulsive buying dan dukungan sosial teman sebaya pada siswa SMA N 1 Pecangaan. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = 0,842$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$) yang mengindikasikan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara dukungan sosial teman sebaya dengan impulsive buying. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan sosial teman sebaya berkontribusi terhadap tingkat impulsive buying. Artinya, semakin tinggi dukungan sosial teman sebaya, maka semakin tinggi pula impulsive buying yang dialami siswa SMA N 1 Pecangaan.

Setelah dilakukan penelitian pada siswa kelas XI dengan tahap tugas perkembangannya yang masih labil, ternyata mereka tidak melakukan konsep berpikir yang baik, sehingga mereka tidak mempertimbangkan bahkan merencanakan apa yang seharusnya mereka beli karena yang mereka beli bukan sesuatu yang memang menjadi kebutuhan tapi keinginan mereka yang lebih didominasi oleh teman sebaya yang memiliki pola pikir dalam membelanjakan sesuatu hal yang sama. Bandura (Firmansyah & Saepuloh, 2022) menjelaskan perilaku individu terbentuk melalui proses pengamatan dan peniruan terhadap model sosial di sekitarnya. Dalam hal ini, teman sebaya yang memberikan dukungan sosial positif dapat menjadi panutan dalam berbagai aspek termasuk perilaku konsumtif. Apabila teman sebaya menunjukkan kecenderungan terhadap perilaku impulsive buying, maka individu yang berada dalam lingkungan tersebut, dan menerima dukungan sosial dari mereka memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan hal yang sama. Karena keadaan emosi yang tidak stabil inilah yang mendorong lebih kuat untuk membeli produk yang tidak dibutuhkan tapi lebih memuaskan rasa senangnya karena ingin dianggap oleh teman sebayanya. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Hurlock (Kurniasari, 2020) yang menyatakan bahwa kecenderungan untuk menuntut keinginan dan standar teman sebayanya yang menyebabkan remaja terlibat dalam impulsive buying. Terjadinya proses impulsive buying yang tinggi karena adanya dukungan sosial yang didapatkan dari teman sebaya. Pada usia remaja mereka lebih mau mendengarkan perkataan teman sebayanya daripada orang tua, seringkali mereka juga bisa meminjamkan uang, memberikan informasi dan memberikan validasi terhadap perasaan atau pikiran mereka. Seperti yang dijelaskan oleh (Taylor, 2012), dukungan sosial membuat seseorang merasa dihargai dan menjadi bagian

dari kelompok yang pada akhirnya mendorong mereka untuk meniru perilaku konsumsi yang dilakukan oleh teman-temannya. Sebagaimana dijelaskan oleh Suratno dkk, (2021) dalam penelitiannya, ditemukan korelasi yang positif dan signifikan bahwa individu cenderung lebih mudah terdorong melakukan pembelian impulsif ketika berada dalam lingkungan sebaya yang mendukung. Hal tersebut mengindikasikan bahwa siswa kelas XI SMA N 1 Pecangaan memiliki tingkat perilaku *impulsive buying* yang kuat karena dipicu oleh dukungan sosial teman sebayanya yang tinggi, misalnya ajakan teman untuk berbelanja bersama atau dukungan untuk membeli sesuatu dan memberikan rekomendasi yang dapat mendorong seseorang untuk membeli. Seseorang yang rentan dan mudah terpengaruh memiliki kecenderungan untuk membeli lagi secara impulsif di masa mendatang. Hal ini mengindikasikan bahwa siswa merasa mendapatkan dukungan, serta validasi sosial yang kuat dari teman sebayanya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwasanya ada hubungan yang signifikan antara dukungan sosial teman sebaya dengan *impulsive buying*. Dukungan sosial yang positif dapat meningkatkan perilaku *impulsive buying*, karena individu yang menerima dukungan sosial yang kuat cenderung merasa lebih percaya diri dan nyaman dalam berbelanja. Hal ini mendorong mereka untuk melakukan pembelian secara impulsif sebagai bentuk ekspresi diri dan respons terhadap interaksi sosial yang terjadi. Semakin tinggi tingkat dukungan sosial yang diterima, semakin besar individu untuk melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu per satu. Penulis menyadari masih banyak kesalahan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga naskah skripsi ini dapat memberi manfaat dan kontribusi yang berarti bagi perkembangan ilmu psikologi. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anin, Rasimin, & Nuryati. (2008). Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja. *Jurnal Psikologi*, 35(2), 181–193.
- Bearden, Netemeyer, & Teel. (1989). Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence. *Journal of Consumer Research*, 15(4), 473–481. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/209186>
- Ekasari, A., & Yuliyana, S. (2012). Kontrol Diri dan Dukungan Teman Sebaya dengan Coping Stress pada Remaja. *Jurnal Soul: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 5(2), 55–66.
- Febrianty, F. R. (2019). Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan impulse buying pada mahasiswa yang membeli produk fashion. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.
- Firmansyah, D., & Saepuloh, D. (2022). Social learning theory: cognitive and behavioral approaches. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(3), 297–324. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jiph/index>
- Hendayani, N., & Abdullah, S. M. (2018). Dukungan teman sebaya dan kematangan karier mahasiswa tingkat akhir. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 6(1), 28. <https://doi.org/10.22219/jipt.v6i1.5189>
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi perkembangan : suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan* (Edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- Jihadi, N. F. A. (2022). Hubungan antara dukungan sosial teman sebaya dengan problem focused coping pada mahasiswa organisasi di fakultas psikologi. *Skripsi Sultan Agung Islamic University*.
- Kurniasari, A. F. (2020). Hubungan kontrol diri dan teman sebaya. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/83283>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh dukungan sosial dan efikasi diri terhadap penyesuaian diri. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 275. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i2.4911>
- Malik, M. A., Purwaningrum, E. K., Mariskha, S. E., Psikologi, P., & Psikologi, F. (2024). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku impulsive buying dengan gender sebagai variabel moderator pada karyawan generasi z. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6), 5851–5860.
- Mufidah. (2017). Hubungan antara dukungan sosial terhadap resiliensi pada mahasiswa bidikmisi dengan mediasi efikasi diri. *Jurnal Sains Psikologi*, 6(2), 68–74.
- Nisrima, S., Yunus, M., & Hayati, E. (2016). Pembinaan perilaku sosial remaja penghuni yayasan islam media kasih kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kewarganegaraan Unsyiah*, 1(1), 192–204.
- Park, H. J., & Dhandra, T. K. (2016). Relation between dispositional mindfulness and impulsive buying tendency: Role of trait emotional intelligence. *Personality and*

-
- Individual Differences*, 105(10), 208–212.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.09.061>
- Rampala, S. D. (2024). Stres akademik dan perilaku impulsive buying pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Cenderawasih Jayapura. *Innovative: Journal Of Social Science Research: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 5466–5476.
- Rensi, & Sugiarti, L. R. (2010). Dukungan sosial, konsep diri, dan prestasi belajar siswa SMP Kristen Yski Semarang. *Jurnal Psikologi*, 3(2), 148–153.
- Rona, E. F. (2017). Impulsive buying pada remaja ditinjau dari kontrol diri dan jenis kelamin di SMA N 1 Semarang. *Skripsi Universitas Islam Sultan Agung Semarang*.
<http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/9672>
- Saputro, Y. A., & Sugiarti, R. (2021). Dukungan sosial teman sebaya dan konsep diri terhadap penyesuaian diri pada siswa SMA kelas X. *Philanthropy: Journal of Psychology*, 5(1), 59–72. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v5i1.3270>
- Sari, M. (2019). Hubungan antara dukungan sosial teman sebaya dengan konsep diri peserta didik kelas VIII D di SMP Negeri 9 Bandar Lampung tahun ajaran 2019/2020. In *Skripsi Repository Raden Intan*. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Supriyati, S. (2023). Pengaruh dukungan sosial dan harga diri terhadap resiliensi mahasiswa perantau. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 5(1), 15–21.
<https://doi.org/10.33024/jpm.v5i1.8896>
- Suratno, S., Rosmiati, R., & Siswono, E. (2021). Pengaruh online shop, lingkungan teman sebaya dan literasi keuangan terhadap pembelian implusif mahasiswa jurusan PIPS fkip Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(1), 61–75. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i1.414>
- Taylor, S. E. (2012). *Health psychology* (tenth edit). New York: McGraw-Hill.
- Triani, A. (2012). Pengaruh persepsi penerimaan teman sebaya terhadap kesepian pada remaja. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 1(1), 128–134.
<https://doi.org/10.21009/jppp.011.18>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.).
<https://doi.org/10.1002/per.423>
- Widiantoro, D., Nugroho, S., & Arief, Y. (2019). Hubungan antara dukungan sosial dari dosen Dengan motivasi menyelesaikan skripsi pada mahasiswa. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 4(1), 1–14. <https://doi.org/10.33367/psi.v4i1.649>
-