

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era yang penuh dengan tekanan ini, stres sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari individu, termasuk bagi mereka yang berada dalam lingkup pekerjaan (Lockwood, 2003). Pada tahun 2023 terdapat 1,8 juta pekerja menderita penyakit yang berhubungan dengan pekerjaan, di antaranya 875.000 pekerja yang menderita stres, depresi, atau kecemasan terkait pekerjaan (Health Safety Executive, 2023). Stres kerja, yang juga dikenal sebagai stres terkait pekerjaan, adalah reaksi yang terjadi ketika seseorang menghadapi tuntutan dan tekanan di tempat kerja yang tidak sebanding dengan pengetahuan dan kemampuan mereka, sehingga menyulitkan mereka untuk menangani situasi tersebut. Fenomena stres ini dapat terjadi dalam berbagai konteks pekerjaan, namun lebih sering diperburuk ketika individu merasa minim dukungan dari atasan dan rekan kerja, serta merasa memiliki sedikit kontrol atas pekerjaan atau cara menghadapi tekanan tersebut. Inti dari stres terletak pada ketidaksesuaian antara tuntutan yang diberikan dan kemampuan serta pengetahuan individu yang bersangkutan (Leka, 2003).

Peristiwa-peristiwa yang menimbulkan stres di tempat kerja, seperti email yang tidak menyenangkan, tenggat waktu yang semakin dekat, kehilangan penjualan besar, atau teguran dari atasan, dapat memengaruhi suasana hati individu. Stres yang terus-menerus dari peristiwa tersebut dapat menyebabkan peningkatan ketegangan dari waktu ke waktu. Peningkatan stres dapat memperburuk suasana hati karena individu akan mengalami lebih banyak emosi negatif. Meskipun ada kemungkinan untuk mengatasi stres, kebanyakan individu merasakan bahwa stres sering kali memengaruhi suasana hati mereka (Robbins & Judge, 2017).

Saat mengalami situasi yang membuat stres, individu akan melakukan *coping*. *Coping* adalah cara individu menanggapi dan mengatasi tekanan atau tantangan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini melibatkan berbagai strategi, baik itu berpikir, merasa, atau bertindak, untuk mengelola situasi yang sulit atau menyebabkan stres. Dengan kata lain, *coping* merupakan upaya individu untuk menyesuaikan diri dengan situasi yang menantang agar dapat mengurangi dampaknya (Lazarus & Folkman, 1984). Saat menghadapi situasi stres, individu sebaiknya menggunakan strategi *coping* yang adaptif. *Coping* yang adaptif membantu individu mengatasi stres dengan efektif dan sehat, melibatkan upaya langsung untuk menyelesaikan masalah, mengelola emosi dengan baik, dan mencari solusi yang konstruktif (Carver et al., 1989).

Namun, tidak semua individu menggunakan strategi *coping* yang adaptif. Strategi *coping* tidak adaptif tersebut melibatkan respons seperti *denial* dan penghindaran (Carver et al., 1989). Salah satu *coping* yang dilakukan individu untuk menghindari stres adalah dengan melakukan *impulsive buying* (Oakley dalam Hama, 2001). *Impulsive buying* adalah pembelian yang dilakukan secara spontan. Dua elemen kunci dari *impulsive buying* adalah kurangnya perencanaan dan pertimbangan sebelum membeli produk, serta adanya respon emosional yang kuat (Rook, 1987; Rook & Gardner, 1993; Verplanken & Herabadi, 2001).

Penelitian menunjukkan bahwa berbelanja secara impulsif atau tanpa perencanaan yang matang, tidak selalu efektif dalam meredakan stres, terutama jika dilakukan dalam jumlah besar. Meskipun pada dasarnya belanja dapat menjadi bentuk pengalihan yang positif, terlalu banyak berbelanja tanpa pertimbangan dapat meningkatkan stres dan kecemasan finansial. Ketika individu membeli barang secara impulsif, terutama jika itu menghabiskan banyak uang, maka mereka mungkin merasa bersalah atau cemas tentang konsekuensi finansialnya (Hama, 2001).

Meskipun pembelian tidak direncanakan bisa terjadi karena berbagai alasan, untuk dikategorikan sebagai *impulsive buying*, harus ada keterlibatan emosional yang signifikan (Rook, 1987). Secara umum dapat diasumsikan bahwa terdapat banyak motif dari *impulsive buying*, seperti keinginan untuk memberi hadiah, mencari dukungan, atau menghibur diri sendiri. Motif-motif tersebut dapat ditimbulkan oleh peristiwa positif maupun negatif dalam kehidupan individu (Verplanken & Herabadi, 2001). Sejalan dengan ini, situasi-situasi seperti gagal ujian atau stres juga dapat memengaruhi terjadinya *impulsive buying* (Rook & Gardner, 1993).

Impulsive buying dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang memengaruhi pembelian impulsif adalah elemen-elemen dari dalam diri individu, seperti emosi, dorongan mendadak atau kebutuhan, pengalaman positif dengan produk, dan juga kondisi psikologis individu. Emosi, seperti keinginan untuk merasa senang atau memuaskan diri, berperan signifikan dalam keputusan impulsif. Dorongan mendadak atau kebutuhan yang tiba-tiba muncul juga dapat menjadi pendorong utama. Selain itu, pengalaman positif sebelumnya dengan produk atau merek tertentu, serta preferensi dan selera pribadi individu, memengaruhi kecenderungan untuk membeli secara impulsif. Kondisi psikologis, termasuk tingkat stres, kelelahan, atau suasana hati, juga berkontribusi pada perilaku ini (Stern, 1962).

Adapun faktor eksternal yang memengaruhi pembelian impulsif meliputi berbagai elemen dari lingkungan individu, seperti promosi, iklan, tren, dan lain-lain. Penawaran promosi dan diskon sering kali mendorong perilaku ini, begitu pula dengan cara produk dipajang dan ditempatkan secara strategis di toko. Iklan yang menarik dan persuasif, serta ketersediaan produk yang terbatas atau terlihat eksklusif, dapat meningkatkan dorongan untuk membeli secara impulsif. Selain itu, faktor lingkungan seperti suasana toko, musik pengiring di dalam toko, dan pencahayaan juga memainkan peran penting. Interaksi positif dengan penjual atau promotor produk dapat memengaruhi keputusan individu. Tren, norma sosial, dan budaya turut berkontribusi dalam mendorong pembelian impulsif. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bagaimana elemen-elemen internal, eksternal, dan situasional dapat memengaruhi perilaku pembelian impulsif individu (Stern, 1962).

Terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan bukti empiris adanya hubungan antara stres dan perilaku *impulsive*. Penelitian tersebut menyoroti bahwa kondisi stres dapat memicu atau memperburuk perilaku impulsif pada individu (Haynes et al., 2016). Penelitian lain menunjukkan adanya bukti empiris bahwa tingkat stres yang signifikan juga terkait dengan kesulitan individu dalam mengendalikan perilaku *impulsive*, termasuk penggunaan internet yang bermasalah,

kecanduan belanja, dan tindakan *impulsive* lainnya. Dalam kondisi stres yang tinggi, individu cenderung mencari cara untuk meredakan tekanan yang mereka rasakan, dan perilaku *impulsive* mungkin memberikan perasaan nyaman yang sementara (Leppink et al., 2016). Studi juga menunjukkan bahwa stres di lingkungan kerja dapat meningkatkan kemungkinan individu untuk melakukan pembelian *impulsive*, menunjukkan bahwa kondisi stres dapat memengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan risiko perilaku impulsif (Shams et al., 2021)

Perilaku *impulsive* seperti penggunaan internet yang bermasalah, kecanduan belanja, dan perilaku *impulsive* lainnya dapat dijelaskan melalui teori *ego depletion* bahwa kemampuan individu untuk mengendalikan diri adalah sumber daya yang dapat terkuras dan memiliki batasannya. Ketika individu menggunakan kemauan atau kontrol diri untuk menyelesaikan tugas-tugas yang menuntut, seperti menghindari godaan untuk menunda pekerjaan, atau menahan diri dari emosi negatif, maka energi mental yang digunakan untuk hal tersebut dapat terkuras. Akibatnya, tingkat kemampuan untuk mengendalikan diri dalam tugas-tugas berikutnya dapat menurun. Saat individu menghabiskan banyak energi mental dalam tugas-tugas yang menuntut, individu mungkin menjadi lebih rentan terhadap godaan untuk melakukan pembelian impulsif. Saat sumber daya ego terkuras, kemampuan untuk mengevaluasi secara rasional keputusan pembelian dan menahan diri dari dorongan untuk membeli barang-barang yang tidak diperlukan dapat menurun (Baumeister et al., 1998).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa stres kerja memiliki hubungan positif dengan perilaku *impulsive buying*, di mana individu yang mengalami tekanan kerja cenderung melakukan perilaku impulsif. Namun, respons individu terhadap stres tidak selalu sama, sehingga penting untuk mengeksplorasi faktor-faktor psikologis yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh stres kerja terhadap perilaku impulsif. Oleh karena itu, penelitian ini menambahkan variabel *self-control* sebagai variabel moderasi dengan asumsi bahwa individu dengan *self-control* tinggi cenderung mampu mengelola emosi, menahan dorongan sesaat, serta membuat keputusan yang lebih rasional. *Self-control* yang tinggi memungkinkan individu untuk menolak godaan pembelian impulsif meskipun berada dalam situasi stres tinggi. Dengan demikian, peran *self-control* menjadi penting untuk menjelaskan variasi dalam perilaku impulsif buying pada individu yang mengalami stres kerja.

Penelitian ini penting dilakukan karena menyoroti dampak stres terhadap perilaku pembelian impulsif, yang merupakan fenomena relevan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di lingkungan kerja yang penuh tekanan. Dengan semakin meningkatnya tekanan dalam dunia kerja, pemahaman tentang bagaimana stres memengaruhi keputusan pembelian menjadi krusial. Penelitian ini memberikan wawasan lebih dalam tentang kompleksitas interaksi antara faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perilaku individu, serta membuka jalan untuk mengembangkan intervensi yang dapat membantu individu meminimalkan efek negatif dari stres. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan teoritis yang berharga, tetapi juga memiliki implikasi praktis yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan dan kebijakan.

Dalam upaya memahami lebih lanjut bagaimana stres kerja dapat memengaruhi perilaku pembelian impulsif, penelitian ini akan dilakukan di Kota Makassar. Sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia, Kota Makassar memiliki berbagai dinamika sosial dan ekonomi yang kompleks, termasuk tingginya tingkat stres di kalangan pekerja. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Makassar, jumlah penduduk di kota ini pada tahun 2022 mencapai sekitar 1,5 juta jiwa, dengan jumlah pekerja sebanyak 224.914 jiwa. Populasi yang besar dan beragam di Makassar memberikan peluang untuk mendapatkan data yang lebih representatif dan memahami fenomena ini dalam konteks kehidupan perkotaan yang padat dan penuh tekanan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi bagaimana *job stress* memengaruhi perilaku *impulsive buying*, dengan mempertimbangkan peran *self-control* sebagai variabel moderator.

1.1.1. *Job Stress*

Stres merupakan respons fisiologis dan psikologis terhadap stresor internal maupun eksternal yang melibatkan perubahan pada hampir seluruh sistem tubuh, termasuk gejala seperti detak jantung cepat, keringat, gelisah, dan kelelahan (American Psychological Association, 2017). Stres merupakan respons kompleks yang mencakup reaksi fisiologis, psikologis, dan perilaku terhadap tekanan yang melebihi kemampuan individu (Carver & Scheier, 1989). Stres dapat berasal dari berbagai sumber seperti pekerjaan, masalah keuangan, konflik interpersonal, atau perubahan hidup signifikan. Stres kerja (*job stress*) secara khusus merujuk pada tekanan di lingkungan kerja yang terjadi akibat ketidakseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan sumber daya yang dimiliki individu (King, 2010). Kesenjangan antara tuntutan dan kemampuan ini dapat mengancam kesejahteraan individu serta berdampak negatif terhadap kesehatan mental dan fisik (Asih et al., 2018). Dengan demikian, stres kerja adalah respons menyeluruh yang memengaruhi pikiran, tubuh, dan perilaku, serta berpotensi menurunkan kualitas hidup individu.

Parker dan DeCotiis (1983) mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat memengaruhi stres individu di tempat kerja. Tuntutan kerja yang tinggi, ketidakpastian karier, dan kurangnya kontrol atas tugas menyebabkan tekanan psikologis, kelelahan, serta penurunan motivasi dan kepuasan kerja. Ketidakjelasan peran, konflik peran, serta kurangnya dukungan sosial dari rekan atau atasan juga turut meningkatkan stres karena menimbulkan kebingungan, isolasi, dan rasa tidak aman. Ketidakseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan serta budaya organisasi yang toksik dapat memperburuk kesejahteraan individu dan meningkatkan risiko burnout (Parker & DeCotiis, 1983). Perlakuan tidak adil, diskriminasi, ketidakpastian finansial, dan ketidakmampuan mengelola konflik turut menjadi sumber stres karena memicu ketidakpuasan, ketegangan, dan penurunan kinerja. Keseluruhan faktor ini menunjukkan bahwa stres kerja bersifat multidimensional dan sangat dipengaruhi oleh kondisi kerja maupun faktor interpersonal di lingkungan organisasi.

Menurut Parker dan DeCotiis (1983), stres kerja terdiri dari dua aspek utama, yaitu *time stress* dan *anxiety*. *Time stress* mencerminkan tekanan yang

dirasakan individu akibat keterbatasan waktu dalam menyelesaikan tugas, seperti adanya *deadline* ketat, beban kerja berlebih, jadwal padat, dan gangguan dalam alur kerja. Kurangnya kemampuan manajemen waktu dan kontrol terhadap jadwal juga memperburuk kondisi ini. Sementara itu, *anxiety* merujuk pada stres yang muncul akibat kecemasan, ketidakpastian, dan kekhawatiran terhadap pekerjaan atau lingkungan kerja. Faktor penyebabnya antara lain konflik peran, ketidakjelasan tugas, kurangnya dukungan sosial, serta ketidakpastian organisasi dan karier. Kedua aspek ini menjelaskan bagaimana tekanan waktu dan kecemasan psikologis dapat memengaruhi tingkat stres kerja individu (Parker & DeCotiis, 1983).

1.1.2. *Impulsive Buying*

Impulsive buying merupakan pembelian yang terjadi secara tiba-tiba tanpa perencanaan sebelumnya, dipicu oleh dorongan kuat dan seringkali disertai perasaan senang (Ningsih, 2021; Solomon, 2017). Keputusan pembelian ini tidak didasarkan pada rencana yang telah ada dan biasanya muncul saat individu berada di tempat penjualan (Loudon & Bitta, 1979; Engel et al., 1995). Ciri khas dari *impulsive buying* adalah ketidakseimbangan psikologis, minimnya pertimbangan objektif, dominasi emosi, serta kurangnya perhatian terhadap konsekuensi (Engel et al., 1995). Emosi seperti kesenangan dan kegembiraan merupakan dorongan utama, meskipun dalam beberapa kasus bisa berujung pada penyesalan (Verplanken & Herabadi, 2001). Dua elemen penting dari *impulsive buying* adalah tidak adanya perencanaan dan keterlibatan emosional yang tinggi (Rook, 1987). Selain itu, faktor emosional negatif seperti stres atau kegagalan juga dapat meningkatkan kecenderungan melakukan *impulsive buying* (Rook & Gardner, 1993).

Stern (1962) menjelaskan bahwa *impulsive buying* dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup emosi, kebutuhan mendadak, pengalaman positif dengan produk, preferensi pribadi, serta kondisi psikologis seperti stres atau kelelahan yang dapat mendorong individu melakukan pembelian impulsif. Sementara itu, faktor eksternal mencakup promosi dan diskon yang menarik perhatian konsumen serta tampilan dan penempatan produk yang strategis. Iklan yang membangkitkan emosi atau keinginan juga dapat menjadi pendorong kuat untuk pembelian impulsif. Selain itu, ketersediaan produk yang terbatas atau kesan eksklusif dapat menciptakan urgensi dalam membeli. Faktor lingkungan seperti suasana toko, musik, dan pencahayaan turut memengaruhi keputusan pembelian impulsif secara tidak langsung namun signifikan.

Menurut Coley & Burgess (2003), *impulsive buying* terdiri dari dua aspek utama, yaitu aspek afektif dan aspek kognitif. Aspek afektif mencakup emosi dan suasana hati yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti *irresistible urge to buy* yang mencerminkan dorongan kuat dan sulit ditolak, *positive buying emotions* yang berupa perasaan bahagia dan puas saat membeli, serta *mood management* yang menunjukkan upaya individu mengelola suasana hati melalui pembelian impulsif. Sementara itu, aspek kognitif berkaitan dengan proses berpikir dan evaluasi terhadap pembelian. Indikatornya adalah *cognitive deliberation* yang rendah, yakni tindakan membeli tanpa pertimbangan rasional, serta *unplanned buying* yang

menandakan keputusan spontan tanpa perencanaan sebelumnya. Kedua aspek ini menunjukkan bahwa *impulsive buying* tidak hanya didorong oleh emosi, tetapi juga oleh minimnya evaluasi kognitif dalam proses pengambilan keputusan.

1.1.3. Self-Control

Self-control atau kendali diri adalah kemampuan individu untuk mengatur dan mengendalikan perilaku fisik maupun emosional serta menahan dorongan atau keinginan tertentu demi memilih tindakan yang memberikan manfaat jangka panjang daripada kepuasan segera (APA, 2015). Kemampuan ini meliputi pengelolaan emosi, penghindaran tindakan impulsif, dan pengambilan keputusan rasional yang penting untuk mencapai tujuan, menjaga hubungan interpersonal, dan mengelola stres (Tangney et al., 2004). *Self-control* juga mencakup pengaturan respon sesuai standar internal dan eksternal dengan menunda gratifikasi atau menolak godaan yang bertentangan dengan nilai dan tujuan individu (Baumeister et al., 2007). Dengan demikian, *self-control* memungkinkan individu untuk menahan diri dari tindakan impulsif demi hasil yang lebih diinginkan di masa depan. Kemampuan ini sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan karena membantu menghasilkan keputusan yang lebih rasional dan bermanfaat. Secara keseluruhan, *self-control* adalah kunci untuk mengatur perilaku dan emosi demi mencapai manfaat jangka panjang yang lebih besar.

Menurut Tangney et al. (2004), tingkat *self-control* individu dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk genetika yang menentukan kemampuan dasar dalam mengendalikan diri dan menahan dorongan impulsif. Lingkungan seperti keluarga, pendidikan, budaya, dan pengaruh sosial juga membentuk pola perilaku *self-control* seseorang. Stres kronis dapat melemahkan fungsi kognitif dan emosional sehingga menurunkan *self-control*, sementara gangguan kesehatan mental seperti depresi dan kecemasan mengganggu pengendalian diri melalui gangguan fungsi otak eksekutif. Selain itu, pola makan tidak sehat dan kurang tidur dapat memengaruhi kemampuan otak dalam mengatur perilaku dan emosi. Dukungan sosial dari keluarga dan teman dapat membantu individu mempertahankan *self-control* yang tinggi, sedangkan latihan dan pembiasaan konsisten dapat meningkatkan kemampuan *self-control* dalam jangka panjang. Dengan demikian, *self-control* merupakan hasil interaksi kompleks antara faktor biologis, lingkungan, kondisi psikologis, dan kebiasaan individu.

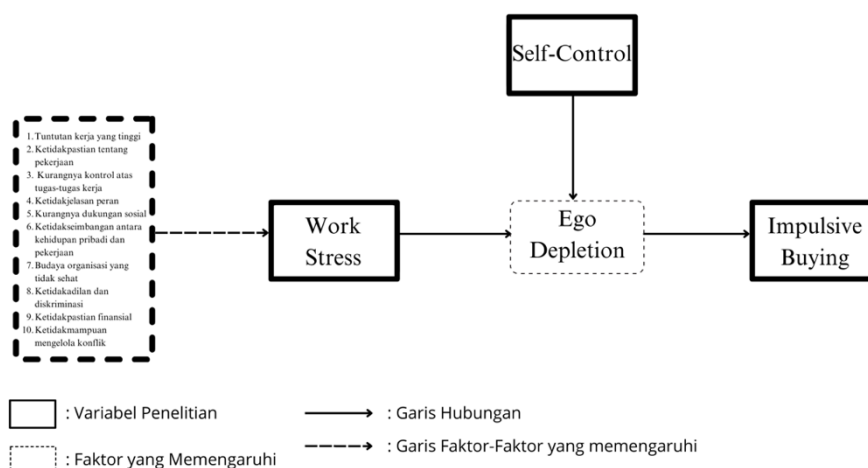
Menurut De Ridder et al. (2020), *self-control* terdiri dari dua aspek utama, yaitu *inhibition* dan *initiation*. *Inhibition* adalah kemampuan untuk menahan atau mengendalikan impuls, dorongan, atau perilaku yang tidak diinginkan, sehingga individu dapat menghindari tindakan yang bertentangan dengan tujuan jangka panjang mereka. Aspek ini sangat penting dalam regulasi diri dan membantu individu tetap fokus serta konsisten dengan nilai dan tujuan mereka. Sementara itu, *initiation* adalah kemampuan untuk memulai atau memobilisasi tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu, termasuk mengambil langkah pertama meski menghadapi hambatan. *Initiation* menekankan aspek proaktif *self-control*, di mana individu harus memotivasi diri sendiri dan mengatasi penundaan agar dapat

melaksanakan rencana dengan efektif. Dengan demikian, kedua aspek ini saling melengkapi dalam membantu individu mengatur perilaku dan mencapai hasil yang diinginkan.

1.1.4. Kerangka Konseptual

Gambar 1.1

Kerangka Konseptual



Stres kerja dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tuntutan kerja yang tinggi, deadline ketat, serta beban kerja yang berlebihan. Ketidakpastian dalam pekerjaan dan kurangnya kontrol atas tugas atau keputusan dapat memicu rasa cemas dan ketidakamanan. Faktor lain seperti konflik peran, ketidakjelasan tugas, serta minimnya dukungan sosial juga memperburuk kondisi psikologis pekerja (Parker & DeCotiis, 1983). Ketidakseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan berisiko menyebabkan *burnout*. Budaya organisasi yang tidak sehat dan diskriminatif memperparah tekanan kerja yang dialami individu. Semua faktor ini menciptakan stres yang dapat memengaruhi pengendalian diri dan perilaku individu.

Paparan stres kronis dapat menyebabkan *ego depletion*, yaitu kondisi menurunnya kemampuan *self-control* akibat tekanan psikologis yang terus-menerus. *Ego depletion* membuat individu sulit menahan dorongan impulsif, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan seperti *impulsive buying* (Baumeister, 2002). Ketika individu mengalami stres tinggi, kemampuan untuk berpikir rasional dan menahan godaan cenderung menurun. Hal ini membuat individu lebih rentan bertindak berdasarkan emosi sesaat daripada logika. Oleh karena itu, stres tidak hanya berdampak pada fisik dan emosi, tetapi juga memengaruhi kontrol perilaku. *Ego depletion* menjadi mekanisme penting dalam memahami hubungan antara stres dan perilaku impulsif.

Self-control berperan penting dalam meredam efek *ego depletion*. *Self-control* bekerja seperti energi yang dapat habis jika digunakan terus-menerus

(Baumeister et al., 2007). Penggunaan *self-control* untuk menahan diri dari satu godaan dapat mengurangi kemampuan untuk menghadapi tantangan berikutnya. Namun, *self-control* juga dapat dilihat sebagai trait, yaitu kemampuan yang relatif stabil antar individu. Individu dengan *self-control* tinggi lebih tahan terhadap efek stres dan lebih mampu menjaga perilaku tetap rasional. Sebaliknya, mereka yang memiliki *self-control* rendah lebih mudah mengalami penurunan kendali diri dalam situasi penuh tekanan.

Individu dengan *self-control* tinggi cenderung mampu menahan dorongan impulsif, mengatur emosi, dan membuat keputusan secara rasional. Mereka juga lebih mampu menolak godaan dan menghindari tindakan berisiko (Tangney et al., 2004). Dalam konteks kerja, mereka bisa lebih tenang dalam menghadapi tekanan dan menghindari pelampiasan impulsif. Sebaliknya, stres dapat melemahkan fungsi kognitif dan kemampuan regulasi emosi, yang mengakibatkan peningkatan perilaku impulsif (Sanchez & Bangasser, 2022). Gangguan ini membuat individu sulit berpikir jernih, sehingga mereka mencari pelampiasan cepat seperti *impulsive buying*. Stres juga menurunkan kemampuan individu untuk menilai konsekuensi jangka panjang dari tindakan yang diambil (Simon et al., 2021).

Tekanan emosional akibat stres kerja dapat menurunkan kontrol diri dan menyebabkan keputusan impulsif. Dalam kondisi seperti ini, pembelian impulsif sering dijadikan pelarian dari ketidaknyamanan emosional (Baumeister, 2002). Ketika kontrol diri terkuras, individu lebih mudah terdorong oleh keinginan sesaat dibandingkan logika. Hal ini menunjukkan bahwa stres dapat memicu *impulsive buying* secara tidak langsung melalui kelelahan mental dan emosional. Terlebih jika individu memiliki kontrol rendah terhadap situasi kerja atau menghadapi konflik interpersonal. Maka dari itu, penting memahami bagaimana stres kerja memicu perilaku impulsif melalui berkurangnya kapasitas *self-control*.

Hubungan antara impulsivitas dan *self-control* juga menjelaskan perbedaan kecenderungan *impulsive buying* antar individu. Semakin tinggi impulsivitas, semakin rendah *self-control* yang dimiliki, dan sebaliknya (Manea, 2021). Trait impulsivitas seperti urgensi negatif dan kurangnya perencanaan erat kaitannya dengan perilaku konsumtif. Namun, *self-control* tidak selalu menghambat *impulsive buying*. Dalam konteks keterikatan positif terhadap suatu merek, *self-control* justru dapat mendorong pembelian spontan (Ramadan et al., 2021). Oleh karena itu, peran *self-control* dalam perilaku impulsif sangat kontekstual dan bergantung pada jenis tekanan serta motivasi individu.

Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini, yaitu:

Ho1: Tidak terdapat kontribusi *job stress* terhadap perilaku *impulsive buying* pekerja.

Ha1: Terdapat kontribusi *job stress* terhadap perilaku *impulsive buying* pekerja.

Ho2: Tidak terdapat kontribusi *job stress* terhadap perilaku *impulsive buying* pekerja yang dimoderasi oleh *self-control*.

Ha2: Terdapat kontribusi *job stress* terhadap perilaku *impulsive buying* pekerja yang dimoderasi oleh *self-control*.

1.2. Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap kontribusi *job stress* terhadap perilaku *impulsive buying* dengan mempertimbangkan peran moderasi *self-control*. Secara spesifik, penelitian ini memiliki dua tujuan utama, yaitu pertama, untuk mengetahui ada atau tidaknya kontribusi *job stress* terhadap perilaku *impulsive buying*. Kedua, untuk mengidentifikasi apakah *self-control* individu dapat memoderasi hubungan di antara *job stress* dan perilaku *impulsive buying*.

Hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi pada keilmuan Psikologi, khususnya dalam lingkup Psikologi Konsumen yang berkaitan dengan konteks *job stress*, *impulsive buying*, dan *self-control*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mendukung penelitian terdahulu dalam lingkup Psikologi Konsumen dan dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya. Diharapkan masyarakat dapat memperoleh wawasan dari temuan penelitian ini mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku impulsif. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana berbagai faktor, seperti stres, emosi, dan kondisi lingkungan, dapat memicu perilaku impulsif, individu dapat lebih memperhatikan dan mengelola perilaku impulsif dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat dapat mengenali tanda-tanda perilaku impulsif pada diri sendiri dan orang lain, serta mengambil langkah-langkah untuk mengurangi impulsivitas, seperti mempraktikkan teknik pengendalian diri, mengatur keuangan dengan lebih bijak, atau mencari bantuan dari profesional kesehatan mental jika diperlukan.

BAB II METODE PENELITIAN

2.1. Metode, Jenis, dan Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif non-eksperimen. Dengan pendekatan ini, peneliti mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian menggunakan teknik statistik untuk memeriksa mengenai perbedaan yang signifikan antara kelompok-kelompok yang diteliti atau hubungan penting antara berbagai variabel yang sedang diselidiki (Azwar, 2017). “Kontribusi *Job Stress* terhadap Kecenderungan Perilaku *Impulsive Buying* yang Dimoderasi oleh *Self-Control* pada Pekerja Makassar” merupakan judul penelitian ini.

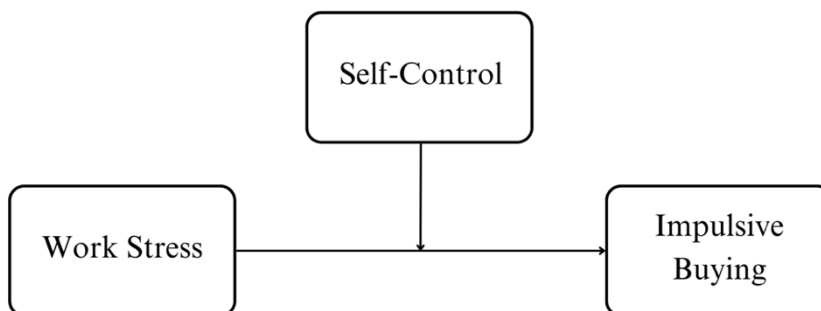
Penelitian ini menerapkan survey design dengan jenis *cross-sectional survey design*, yang berarti pengumpulan data dilakukan pada satu titik waktu tertentu. Desain ini bertujuan untuk mengukur kontribusi stres kerja terhadap perilaku impulsive buying yang dimoderasi oleh *self-control*. *Cross-sectional design* dinilai tepat karena memungkinkan peneliti menilai hubungan antar variabel secara simultan serta menggambarkan prevalensi variabel psikologis tertentu dalam populasi pada satu waktu (Dempster & Hanna, 2015). Oleh karena itu, digunakan *survey design* dengan jenis *cross-sectional* untuk mengukur kontribusi stres kerja terhadap perilaku *impulsive buying* pekerja yang dimoderasi oleh *self-control*.

2.2. Variabel Penelitian

Penelitian ini meliputi tiga variabel yang digambarkan dalam skema berikut:

Gambar 2.1

Skema Variabel Penelitian



2.2.1. *Impulsive Buying*

Impulsive buying merupakan pembelian yang terjadi secara tiba-tiba dalam satu bulan terakhir, di mana individu membeli suatu produk tanpa perencanaan atau

niat sebelumnya. *Impulsive buying* pada penelitian ini diukur menggunakan *impulsive buying scale* yang terdiri dari 14 aitem.

2.2.2. Job Stress

Stres kerja merupakan keadaan dimana individu mengalami ketegangan karena adanya kondisi yang memengaruhi dirinya dalam satu bulan terakhir. Stress kerja pada penelitian ini diukur menggunakan *job stress scale* yang terdiri dari 13 aitem.

2.2.3. Self-Control

Self-control adalah kapasitas individu untuk mengendalikan tindakan serta emosi mereka sesuai dengan standar internal dan eksternal yang diinginkan. *Self-control* dalam penelitian ini diukur menggunakan *brief self-control scale* yang terdiri dari 10 aitem.

2.3. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang dikaji adalah pekerja berusia 18 hingga 39 tahun di Kota Makassar, berdasarkan temuan bahwa individu dalam rentang usia ini cenderung menunjukkan peningkatan perilaku *impulsive buying* (Kacen & Lee, 2002). Jumlah sampel ditentukan dengan mengacu pada tabel penentuan sampel dari Krejcie & Morgan (1970), menghasilkan sampel sebanyak 384 orang dari total populasi 224.914 untuk tingkat confidence 95%. Peneliti menggunakan teknik accidental sampling dan menyebarkan kuisioner daring untuk menjangkau responden secara efisien. Dari 418 responden yang mengisi kuisioner, 404 data responden yang valid digunakan dalam penelitian ini.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan *impulsive buying scale*, *job stress scale*, dan *brief self-control scale*. Skala yang digunakan merupakan skala likert yang terbagi menjadi dua kategori, yaitu favorable dan unfavorable (Azwar (2017). Skala dalam penelitian ini telah melalui proses adaptasi alat ukur sesuai prosedur Beaton et al., (2000), yaitu *forward translation*, *synthesis translation*, *back-translation*, *expert judgement*, uji keterbacaan, dan uji properti psikometri skala. Kemudian validitas konstruk diuji menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk memastikan setiap aitem mampu merepresentasikan variabel yang diukur serta menjelaskan hubungan antar faktor. Adapun nilai reliabilitas dari alat ukur dapat dilihat melalui nilai koefisien reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut (Hair et al., 2010).

Tabel 2.1.

Nilai Standar Koefisien Reliabilitas

Kriteria	Koefisien
Sangat Reliabel	>0.81
Reliabel	0.61 – 0.80
Cukup Reliabel	0.41 – 0.60
Kurang Reliabel	0.21 – 0.40
Tidak Reliabel	<0.20

2.4.1. Skala *Impulsive Buying*

Penelitian ini menggunakan skala yang diadaptasi dari Coley & Burgess (2003) dengan total 14 aitem yang mengukur dua aspek, yaitu afektif dan kognitif. Validitas skala *impulsive buying* ini memiliki model multidimensional. Validitas skala ini merujuk pada hasil uji validitas konstruk yang sudah dilakukan oleh (Sulaeman, 2020). Nilai Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) dari skala ini sebesar 0,078. Adapun nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,884.

Berdasarkan uji validitas konstruk didapatkan nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) sebesar 0,022 dan nilai Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) sebesar 0,023. Kemudian, skor Tucker-Lewis Index (TLI) sebesar 0,994 dan nilai Comparative Fit Index (CFI) sebesar 0,977. Adapun nilai *cronbach's alpha* yang didapatkan sebesar 0,7. Hasil tersebut menunjukkan bahwa alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur variabel *impulsive buying*.

Tabel 2.2.

Blueprint Skala *Impulsive Buying*

Dimensi	Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Afektif	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,	-	8
Kognitif	9, 10, 13,14	11, 12	6
Total			14

2.4.2. Skala *Job Stress*

Penelitian ini menggunakan skala yang diadaptasi dari Parker & DeCotiis (1983) dengan total 13 aitem yang mengukur dua aspek, yaitu time stress dan anxiety. Validitas skala stres kerja ini memiliki model multidimensional. Validitas skala ini merujuk pada hasil uji validitas konstruk yang sudah dilakukan oleh Parker & DeCotiis (1983). Nilai *factor loading* dari skala ini berada di rentang 0,51 hingga 0,77. Nilai tersebut memenuhi standar nilai validitas yaitu $> 0,50$. Adapun nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,86 untuk aspek *time stress* dan 0,74 untuk aspek *anxiety*.

Berdasarkan uji validitas konstruk didapatkan nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) sebesar 0,042 dan nilai Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) sebesar 0,073. Kemudian, skor Tucker-Lewis Index (TLI) sebesar 0,943 dan nilai Comparative Fit Index (CFI) sebesar 0,955. Dengan nilai *Cronbach's alpha* yang didapatkan sebesar 0,92. Hasil tersebut menunjukkan bahwa alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur variabel *job stress*.

Tabel 2.3.
Blueprint Skala *Job Stress*

Dimensi	Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Time Stress	2, 4, 6, 8, 9, 11, 12, 13	-	8
Anxiety	1, 3, 5, 7, 10	-	5
Total			13

2.4.3. Skala *Self-Control*

Penelitian ini menggunakan skala yang diadaptasi oleh (Tangney et al., 2004) kemudian dikonstruksi ulang oleh De Ridder et al. (2011) dan diadaptasi menjadi versi Indonesia oleh Arifin & Milla (2020) dengan total 10 aitem yang mengukur dua aspek, yaitu *inhibition* dan *initiation*. Validitas skala *self-control* ini memiliki model multidimensional. Nilai Comparative Fit Index (CFI) pada aspek *inhibition* sebesar 1,00 dan aspek *initiation* sebesar 0,87, nilai Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) pada aspek *inhibition* sebesar 0,00 dan aspek *initiation* sebesar 0,10, serta nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) pada aspek *inhibition* sebesar 0,01 dan aspek *initiation* sebesar 0,06. Adapun nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,81 untuk aspek *inhibition* dan 0,79 untuk aspek *initiation*.

Berdasarkan uji validitas konstruk didapatkan nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) sebesar 0,029 dan nilai Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) sebesar 0,073. Kemudian, skor Tucker-Lewis Index (TLI) sebesar 0,967 dan nilai Comparative Fit Index (CFI) sebesar 0,981. Dengan nilai Cronbach's alpha yang didapatkan sebesar 0,9. Hasil tersebut menunjukkan bahwa alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur variabel *self-control*.

Tabel 2.4.
Blueprint Skala *Self-Control*

Dimensi	Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Inhibition	1, 10	2, 4, 5, 8	6
Initiation	7	3, 6, 9	4
Total			10

2.5. Teknik Analisis Data

2.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode statistik untuk merangkum dan menyajikan data yang telah dikumpulkan (Sugiyono, 2013). Analisis data deskriptif bertujuan menggambarkan karakteristik subjek secara nyata (Mulyatiningsih, 2023). Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan demografi responden, pengaruh stres kerja terhadap *impulsive buying*, serta peran *self-control* sebagai moderator.

2.5.2. Uji Asumsi

2.5.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data berasal dari populasi yang berdistribusi normal, ditandai dengan distribusi simetris berbentuk lonceng (Nuryadi et al., 2017). Distribusi normal penting agar rumus statistik dapat digunakan secara tepat (Rosalina et al., 2023).

2.5.2.2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk memastikan adanya hubungan signifikan secara linear antara variabel dependen dan independen (Rosalina et al., 2023). Hubungan linear penting karena memungkinkan penggunaan analisis statistik seperti regresi linear. Jika hubungan tidak linear, maka analisis tersebut bisa menjadi kurang tepat (Mulyatiningsih, 2023). Penelitian ini menggunakan uji linearitas untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel dependen dan independen bersifat linear.

2.5.2.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi korelasi kuat antar variabel prediktor dalam regresi berganda. Multikolinearitas menjadi masalah ketika prediktor sangat berkorelasi, menyulitkan identifikasi pengaruh masing-masing terhadap variabel dependen (Field, 2009). Penelitian ini menggunakannya untuk memastikan tidak ada korelasi signifikan antar prediktor.

2.5.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak seragam pada setiap tingkat variabel prediktor. Penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa varians residual tidak bervariasi secara signifikan. Uji ini penting karena heteroskedastisitas dapat menimbulkan bias dalam estimasi regresi dan menurunkan validitas model (Field, 2009).

2.5.3. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)* untuk menguji apakah variabel moderasi memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan dependen. Teknik ini melibatkan interaksi antarvariabel independen melalui perkalian untuk membentuk variabel interaksi (Liana, 2009).

2.6. Prosedur/Tahapan Kerja

2.6.1. Tahapan Persiapan

Pada tahap ini peneliti berkonsultasi dan merevisi proposal sesuai arahan pembimbing, kemudian menyiapkan instrumen penelitian. Dilanjutkan dengan mengurus administrasi perizinan penelitian. Setelah seluruh persiapan selesai, peneliti melanjutkan ke tahap penyebaran alat ukur dan pengambilan data.

2.6.2. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahap ini, instrumen alat ukur yang digunakan oleh peneliti telah siap diperbanyak dan diberikan kepada subjek yang sesuai dengan kriteria. Setelah subjek yang dibutuhkan telah mencukupi, peneliti melanjutkan pada tahap analisis data dan kemudian melakukan tahap penyusunan laporan.

2.6.3. Analisis Data

Pada tahap ini peneliti memulai dengan membersihkan data yang telah diperoleh, lalu melakukan uji validitas dan reliabilitas. Setelah itu, peneliti melakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Selanjutnya, uji hipotesis dilakukan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

2.6.4. Penyusunan Laporan

Pada tahap ini peneliti menyusun laporan hasil penelitian dan menarik kesimpulan berdasarkan analisis data. Proses ini didampingi oleh dosen pembimbing yang memberikan saran dan masukan, yang kemudian dijadikan dasar untuk revisi laporan.