



Hubungan Antara *Cognitive Dissonance* Dan Perilaku Impulsif Dengan *Self Control* Pada Mahasiswa Yang Membeli Produk Estetis

ESTER K. PALEMPUNG¹

¹Institut Agama Kristen Negeri Manado, Minahasa, Indonesia

¹ester21@gmail.com

Artikel history

Received	Revised	Accepted	Published
Kata Kunci : <i>Cognitive dissonance</i> , Perilaku Impulsif, <i>Self-Control</i> , Mahasiswa Perempuan	Abstrak <i>Penelitian ini tujuannya guna mengidentifikasi korelasi antara disonansi kognitif serta perilaku impulsif dengan kemampuan pengendalian diri pada mahasiswi yang memiliki kebiasaan membeli barang estetis. Kebiasaan membeli barang secara impulsif, terutama barang-barang yang bernilai estetika, sudah menjadi tren umum di kalangan mahasiswi dan sering dijadikan sebagai bentuk pelampiasan kebutuhan emosional dan psikologis. Tindakan membeli secara tiba-tiba tanpa perencanaan sering kali bertentangan dengan nilai atau prinsip pribadi, sehingga menimbulkan kondisi disonansi kognitif. Studi ini memakai metode kuantitatif pada desain korelasional serta teknik purposive sampling. Sampel penelitian terdiri dari 30 mahasiswi Program Studi Psikologi Kristen di Institut Agama Kristen Negeri Manado. Data diperoleh melalui kuesioner online yang telah melewati pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Perolehan analisis data memakai uji korelasi Pearson membuktikan terdapat korelasi yang signifikan antara disonansi kognitif dan perilaku impulsif dengan pengendalian diri, dengan tingkat hubungan berada pada kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwasannya makin tinggi tingkat disonansi kognitif dan perilaku impulsif, makin rendah pula tingkat pengendalian diri. Hasil ini memiliki implikasi penting dalam upaya mengembangkan strategi pengelolaan diri dan pendidikan mengenai perilaku konsumen di kalangan siswa.</i>		
*Corresponding Author: ESTER K. PALEMPUNG¹ Institut Agama Kristen Negeri Manado Email : ester21@gmail.com			

Ester K. Palempung. Hubungan Antara *Cognitive Dissonance* Dan Perilaku Impulsif Dengan *Self Control* Pada Mahasiswa Yang Membeli Produk Estetis. (2025). *Endunamou: Jurnal Psikologi*, 1(2), 1-10.

PENDAHULUAN

Kebutuhan primer dan sekunder bukanlah satu-satunya keinginan yang dimiliki manusia, pada era modern seperti sekarang kebutuhan yang harus dipenuhi juga mencakup aspek psikologis dan emosional. Memenuhi kebutuhan psikologis dan emosional pada era sekarang telah menjadi tren yang dilakukan oleh berbagai kalangan, khususnya pada kalangan mahasiswa dalam pemenuhan kebutuhan tersebut mahasiswa akan cenderung menimbulkan perilaku yang dilakukan secara tiba-tiba seperti membeli barang-barang estetis sebagai bentuk emotional healing atau suatu perilaku yang dilakukan untuk menghilangkan rasa jenuh pada proses perkuliahan yang padat.

Fenomena ini menjadi hal yang paling umum dalam kalangan mahasiswa, terutama wanita. Tindakan ini dilakukan secara spontan tanpa pertimbangan atau perencanaan sebelumnya dikenal sebagai perilaku impulsif (Holik & Santika, 2025). Remaja dan dewasa muda umumnya adalah kelompok yang sering menunjukkan perilaku impulsif. Di awal dewasa, seseorang mulai memasuki dunia kerja, memulai

karier, dan membangun hubungan dengan pasangan, sehingga cenderung memiliki waktu terbatas untuk melakukan aktivitas lain (Dyatmika et al., 2023). Pada masa ini terjadi perpindahan dari remaja ke dewasa dengan rentan usia dari 18-23 tahun yang dicirikan dengan adanya eksperimen serta eksplorasi (Pratiwi, 2023). Di usia ini dibandingkan dengan laki-laki, perempuan akan lebih banyak memiliki lingkaran pertemanan. Dimana perempuan akan lebih mudah memiliki hubungan pertemanan dengan banyak orang. Hal tersebut memungkinkan perilaku impulsif dilakukan oleh perempuan, khususnya pada mahasiswa.

Dengan tren untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan emosional maka perilaku impulsif dapat dengan mudah terjadi seperti melakukan pembelian barang-barang estetik tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu, perilaku ini disebut *impulsive buying* (Mangundjaya, n.d.). Barang estetik yang dibeli biasanya memiliki daya tarik yang kuat mulai dari visual yang menarik seperti aksesoris imut, sampai dengan barang yang memiliki nilai artistik (Ayu, 2019). Dengan daya tarik yang kuat dapat memicu munculnya perilaku impulsif pada seseorang.

Dengan membeli barang estetik menjadikan ini sebagai fenomena yang menonjol pada kalangan mahasiswa perempuan, barang estetik ini sering kali dipasarkan untuk menjadi suatu sumber yang membuat individu merasa bahagia secara instan (Anindita & Kusumawati, 2023). Barang estetik ini seperti aksesoris jepitan rambut dengan berbagai bentuk unik, ikat rambut berbagai macam warna, produk-produk kecantikan seperti lipstik dengan variasi shade dan bentuk yang unik, ataupun *stationery* seperti notebook ataupun pena dengan bentuk-bentuk unik.

Barang estetik yang dibeli secara tiba-tiba, seringkali bukan kebutuhan atau prioritas. Khususnya dalam kalangan mahasiswa perempuan yang menyebabkan terciptanya ikatan emosional satu sama lain. Dalam hal ini sebagian perempuan jika ditanya mengapa membeli barang estetik hanya karena visual barang tersebut unik, pasti tidak memiliki alasan yang pasti kenapa melakukan itu. Sedangkan beberapa mahasiswa perempuan menjawab ketika mereka membeli barang estetik memberikan perasaan yang senang, sehingga mereka dapat menjalani keseharian dengan lebih positif bahkan melakukan hal tersebut dalam meredakan rasa stres yang dirasakan.

Tetapi tanpa disadari perilaku ini dilakukan secara spontan hanya untuk menghilangkan stres ataupun dapat merasakan kesenangan sesaat, tetapi setelah itu merasa menyesal. Mahasiswa yang melakukan tindakan tersebut menganggap bahwa kecenderungan membeli barang secara spontan adalah sesuatu yang wajar. Sehingga proses yang terjadi dalam pembelian ini dianggap terlalu terburu-buru tanpa adanya pengendalian diri yang cukup. Hal ini menjadi dampak negatif secara emosional pada mahasiswa perempuan yang melakukan pembelian barang-barang lucu secara tiba-tiba.

Selain berdampak negatif pada emosional, ini juga berdampak negatif pada finansial mahasiswa perempuan yang masih mendapatkan uang dari orang tua. Mereka dapat menghabiskan uang lebih dari pemasukkan yang seharusnya untuk membeli barang-barang estetik yang pada awalnya ingin mengurangi rasa stres menjadi peningkatan stres yang lebih tinggi setelah melakukan pembelian. Hal ini terjadi karena kurangnya pengendalian diri pada mahasiswa perempuan dengan tawaran harga di beberapa toko yang menjual barang estetik dengan harga murah membuat mereka sulit dalam mengontrol diri.

Pengendalian diri adalah kemampuan individu dalam mengatur, mengendalikan, dan menyesuaikan perilaku, emosi, serta pikiran dalam rangka mencapai tujuan jangka panjang. Pengendalian diri dianggap sebagai salah satu aspek penting dalam psikologi yang dapat memprediksi berbagai hasil positif seperti kesehatan, kesejahteraan, dan pencapaian akademik. Menemukan bahwa pengendalian diri pada masa kanak-kanak dapat memprediksi kesehatan fisik, kejadian di masa depan, dan status ekonomi di kemudian hari. *Self control* berfungsi secara mirip dengan otot, di mana pengulangan kontrol diri dapat memperkuat kemampuan ini, tetapi juga dapat menyebabkan kelelahan jika digunakan berlebihan tanpa istirahat yang cukup

Salah satu penyebab perilaku impulsif dalam membeli barang-barang lucu disebabkan oleh *cognitive dissonance*, ketika orang merasa tidak nyaman karena adanya konflik internal antara perilaku mereka dan keyakinan atau nilai-nilai yang mereka anut (Putra & Kurniawan, 2018). Pembelian barang estetis memiliki konteks dimana mahasiswa perempuan merasa mungkin tidak seharusnya membeli barang tersebut karena tidak dibutuhkan, namun ada dorongan emosional yang kuat untuk memiliki barang tersebut. Adanya ketidaksesuaian antara yang dipikir harus dilakukan yaitu menahan diri dan yang dilakukan yaitu membeli barang lucu dapat memicu *cognitive dissonance*. Individu seringkali gagal untuk menahan dorongan dan akan cenderung membeli barang yang tidak direncanakan tanpa mempertimbangkan konsekuensi yang akan terjadi kemudian.

Individu harus memiliki kecakapan untuk memahami situasi dan kondisi diri serta lingkungan dalam mengelola hal yang diharapkan serta yang tidak diharapkan dan dapat menentukan tindakan untuk hal yang diyakini. Dimana berdasarkan pernyataan tersebut, *self control* mengambil peran yang sangat penting untuk mengelola perilaku impulsif. *Self control* ialah kemampuan untuk mengelola serta mengarahkan suatu perilaku yang disertai dengan emosi agar tidak terpengaruh dengan dorongan-dorongan sesaat yang muncul terlebih khusus pada konteks perilaku impulsif (Elnina, 2022). Penelitian menunjukkan mahasiswa yang mempunyai tingkat *self control* yang rendah akan lebih mudah terpengaruh pada lingkungan sekitar, seperti pada tren-tren barang lucu yang sedang populer, sehingga lebih mudah dalam melakukan pembelian impulsif (Rochman, 2024). Sebaliknya, jika mahasiswa yang memiliki tingkat *self control* yang baik tidak akan mudah terpengaruh dan lebih mampu untuk menahan diri dari tindakan membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan (Fitriani et al., 2024).

Studi ini berbeda dengan yang dilaksanakan oleh Ananda Fauzi tahun 2024 yang berjudul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif pakaian Pada Mahasiswa Yang Melakukan Pembelian Secara *Online*” (Fauzi, 2024). Hasil penelitian ini membuktikan terdapat korelasi antara dua variabel pada arah yang negatif antara kontrol diri dengan pembelian impulsif.

Tidak sejalan pada studi yang dilakukan Dita Rizky Elnina tahun 2022 dengan judul “Kemampuan *Self control* Mahasiswa Ditinjau Dari perilaku *impulsive buying* Terhadap Produk Fashion” (Elnina, 2022) metode kuantitatif yang digunakan dengan tujuan mencari tahu sejauh mana kontrol diri berperan pada seseorang yang merasakan *impulsive buying*. Dengan hasil yang didapatkan menunjukkan kemampuan mahasiswa mengontrol diri dari perilaku *impulsive buying*.

Adapun studi yang dilaksanakan oleh Endhitya Davina Maritza dan Tiara Diah Sosialita pada tahun 2023 dengan judul “Gambaran Disonansi Kognitif Pada Perempuan Dewasa Awal Yang Bertahan Dalam Hubungan Intimate Partner Violence (IPV)” (Endhitya & Cholis, 2023) dalam penelitian sama-sama menggunakan perempuan dewasa awal sebagai subjek penelitian dengan tujuan untuk mendeskripsikan disonansi kognitif yang dialami. Walaupun pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif tetapi pada hasilnya juga menunjukkan seperti apa disonansi kognitif pada Wanita dewasa awal yang menjadi korban dari hubungan IPV.

Selaras dengan studi yang juga dilaksanakan oleh Calvin dan Suzy tahun 2022 yang judulnya “Disonansi Kognitif Pemakai Tato Di Jakarta: Studi Kasus Penyesalan Pada Pengguna Tato” (Calvin & Azeharie, 2022) tujuan dari studi ini guna melihat bagaimana proses disonansi kognitif dapat terjadi pada pengguna tato dan setelah menggunakan tato para pengguna merasa menyesal. Dengan tujuan yang ada hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa di Jakarta disonansi kognitif lebih banyak dirasakan oleh perempuan di bandingkan dengan laki-laki yang menggunakan tato.

Berdasarkan penelitian-penelitian serupa yang sudah dilakukan maka dapat dilihat bahwa fenomena ini bisa dialami pada siapa pun utamanya pada kalangan perempuan serta mahasiswa. Fenomena yang terjadi pada kalangan mahasiswa perempuan ini menjadi sangat menarik karena kalangan ini cenderung mudah untuk pengaruh eksternal dibandingkan dengan kalangan yang lain. Hal ini dapat terjadi karena mahasiswa perempuan lebih responsif pada stimulus-stimulus visual yang menarik, seperti produk-produk yang memiliki daya tarik visual, nilai artistik, desain lucu atau unik. Fenomena ini dapat terjadi dimana saja pada kalangan mahasiswa perempuan, termasuk pada mahasiswa perempuan di kampus IAKN Manado. Dengan banyaknya beban kuliah dalam setiap mata kuliah dan dengan berbagai macam kegiatan mahasiswa yang diikuti, meningkatkan tingkat stress pada mahasiswa. Sehingga perilaku impulsive membeli barang-barang lucu untuk memenuhi kebutuhan psikologi dan emosional akan lebih mudah untuk dilakukan, yang juga dipicu oleh *cognitive dissonance*.

METODE

Studi ini memakai metode kuantitatif pada desain korelasional serta teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian terdiri dari 30 mahasiswi Program Studi Psikologi Kristen di Institut Agama Kristen Negeri Manado. Data diperoleh melalui kuesioner online yang telah melewati pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Perolehan analisis data memakai uji korelasi *pearson* membuktikan terdapat korelasi yang *signifikan* antara disonansi kognitif dan perilaku impulsif dengan pengendalian diri.

HASIL DAN DISKUSI

Deskripsi Data

Studi yang sudah diselenggarakan di kampus Institut Agama Kristen Negeri Manado dengan melibatkan mahasiswa perempuan di prodi Psikologi Kristen dengan 30 mahasiswa perempuan sebagai sampel. Dalam penelitian ini melibatkan mahasiswa perempuan yang memiliki kebiasaan membeli barang-

barang estetik dengan daya tarik visual, desain unik, atau memiliki nilai artistik. Instrumen kuesioner dibagikan secara daring melalui *platform Google Form* untuk mengumpulkan data dengan skala psikologis yang telah diadaptasi serta di uji validitas dan reliabilitasnya. Responden pada studi ini mayoritas ada dalam kisaran umur 18-23 tahun dan juga merupakan mahasiswa aktif semester 2 sampai semester 6.

1. Usia Responden

Tabel Usia Responden

18 Tahun	5
19 Tahun	6
20 Tahun	7
21 Tahun	7
22 Tahun	4
23 Tahun	1
Total	30

Sumber Data : Himapro Psikologi Kristen 2025

Dalam tabel menunjukkan usia responden yang lebih banyak dapat dilihat pada usia 20 tahun dan 21 tahun yang masing-masing sebanyak 7 orang , setelah itu pada usia 19 tahun dengan jumlah 6 orang, di ikuti umur 18 tahun sejumlah 5 orang dan umur 22 tahun sebanyak 4 orang, dan yang paling sedikit terdapat pada usia 23 tahun sebanyak 1 orang.

2. Tingkat Semester Responden

Tabel Semester Responden

Semester 2	10 orang
Semester 4	10 orang
Semester 6	10 orang
Total	30 orang

Tabel menunjukkan tingkat semester dari para responden, dengan jumlah yang sama banyak dari tiap semester yaitu 10 orang.

Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Uji Normalitas

Data akan dianggap terdistribusi normal apabila nilai signifikan $sig > 0,05$. Sebaliknya apabila skor $sig < 0,05$ data disebut tidak normal.

Tabel Uji Normalitas Shapiro – Wilk

Shapiro Wilk		
Variabel	df	Sig
<i>Cognitive dissonance</i>	30	.357
Perilaku Impulsif	30	.116
<i>Self control</i>	30	.393

Sumber Data : Software IBM SPSS 27 Statistics 2025

Tabel menunjukkan nilai *sig* yang diperoleh dari ketiga variabel yaitu *cognitive dissonance* 0,357 yang maknanya lebih besar dari *sig* 0,05. Perilaku impulsif 0,116 yang maknanya lebih besar dari *sig* 0,05. Dan *Self control* 0,393 yang berarti lebih besar dari *sig* 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Tabel Uji Linearitas

	Sig
<i>Self control</i> dan <i>Linearity</i> <i>Cognitive dissonance</i>	0,000
<i>Self control</i> dan <i>Linearity</i> Perilaku impulsif	0,000

Sumber Data : Software IBM SPSS 27 Statistics 2025

Dalam Tabel bisa diamati bahwasannya variabel dependen menampilkan angka yang sama, 0.000, dengan skor *sig*. antara dua variabel independen. Maka kesimpulannya yakni karena skor *sig*. $0,000 < 0,05$ sehingga hubungan antar variabel dinyatakan linear.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Pearson Correlation

Tabel Uji Pearson Correlation

<i>Self control</i>	Pearson Correlation	.512	.536
	<i>Sig.</i> (2-tailed)	.000	.000
	N	30	30

Sumber Data : Software IBM SPSS 27 Statistics 2025

Berdasarkan tabel *self control* pada mahasiswa perempuan yang membeli barang-barang lucu memiliki hubungan dengan *cognitive dissonance* dengan skor *sig* $0,000 < 0,05$. Tabel 4.5 juga skor signifikansi yang ditunjukkan adalah $0,000 < 0,05$ pada *Self control* mahasiswa perempuan yang membeli barang estetis, sehingga menunjukkan adanya hubungan. Untuk dapat melihat kekuatan dari hubungan antar X_1 , X_2 , dan Y dapat dilihat berdasarkan dengan tabel koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel Kategori Koefisien Korelasi Pearson

Koefisien Korelasi	Kekuatan Hubungan
0,00 – 0,25	Sedikit atau tidak ada hubungan
0,26 – 0,50	Cukup kuat
0,51 – 0,75	Sedang sampai kuat
0,76 – 1,00	Sangat kuat

Tabel Menurut koefisien korelasi, X_1 dan Y memiliki skor korelasi Pearson sebesar 0,512, yang bermakna dapat diartikan bahwa memiliki hubungan sedang, dan nilai dari pearson correlation X_2 dengan Y sejumlah 0,536 maka bisa diartikan bahwasannya memiliki hubungan sedang.

Studi ini tujuannya guna mengetahui “hubungan antara disonansi kognitif dan perilaku impulsif dengan kontrol diri pada mahasiswi yang gemar membeli barang-barang lucu.” 114 mahasiswi yang terdaftar dalam Program Studi Psikologi Kristen membentuk populasi studi ini, dengan sampel sebanyak 30 responden mahasiswi yang dipilih sesuai dengan kriteria penelitian. Data untuk variabel Disonansi Kognitif (X_1), Perilaku Impulsif (X_2), dan Kontrol Diri (Y) dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Google Form.

Sesudah pengumpulan data, data harus diproses terlebih dahulu dengan melakukan uji normalitas guna memastikan apakah data terdistribusi secara normal. Selanjutnya, dilakukan uji linearitas untuk melihat apakah variabel independen dan dependen memiliki hubungan linear. Uji hipotesis dilakukan untuk menganalisis korelasi antara variabel-variabel dalam studi ini setelah kedua asumsi tersebut terpenuhi.

Hubungan *Cognitive dissonance* Dan Perilaku Impulsif Dengan *Self control* Pada Mahasiswa Perempuan Yang Membeli Barang Estetis.

Temuan studi ini mengindikasikan bahwasannya “terdapat hubungan antara disonansi kognitif dan perilaku impulsif dengan kontrol diri pada mahasiswi yang melakukan pembelian barang estetis.” Temuan ini diperkuat melalui perolehan uji hipotesis memakai korelasi Pearson, dimana hasil mengindikasikan tingkat *signifikansi* sebesar 0,000. Karena skor ini ada di bawah batas maksimum 0,05, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima. Oleh karena itu, kesimpulannya ada korelasi yang berarti pada statistik. Secara simultan antara kedua variabel bebas yaitu disonansi kognitif dan perilaku impulsif dengan variabel terikat yaitu kontrol diri pada mahasiswi yang melakukan pembelian barang estetis secara impulsif. *Self control* ialah sebuah kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mengendalikan dorongan, emosi, serta perilaku individu agar sesuai pada tujuan jangka panjangnya (Ghufroon & Risnawita, 2020). Terdapat tiga indikator *self control* yang membuat individu dapat mengendalikan dorongan-dorongan, emosi, serta perilaku. Pada mahasiswa perempuan yang melakukan pembelian barang-barang estetis secara impulsif dikarenakan kurangnya keterampilan-keterampilan dari ketiga indikator *self control* yang harusnya dimiliki individu. Salah satunya adalah wewenang pengambilan keputusan, yang memberikan kebebasan kepada orang-orang untuk memilih apa yang perlu ditempuh, sehingga hal ini membuat individu tidak dapat mengontrol dirinya dalam melakukan pembelian barang lucu secara impulsif. Hal tersebut dibuktikan dari rendahnya nilai *self control* yang didapatkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan dengan hasil yang ada dapat mendukung teori Festinger mengenai *cognitive dissonance* yang dimana ketidaksesuaian yang dimiliki individu antara perilaku impulsif dan nilai internal menurunkan kemampuan dari individu dalam mengontrol diri. Individu yang mempunyai *self control* yang baik bisa lebih mampu untuk menahan diri seperti keinginan-keinginan sesaat, serta dorongan-dorongan yang muncul untuk melakukan pembelian impulsif.

Hasil dalam penelitian ini dapat memperjelas bahwa mahasiswa perempuan yang memiliki skor perilaku impulsif yang tinggi akan cenderung mempunyai *self control* yang lebih rendah. Hal ini juga memperkuat hasil dari kajian sebelumnya yang mengindikasikan terdapat korelasi antara perilaku impulsif dengan *self control* (Sembiring & Ulfa, 2024).

Festinger juga yang menjelaskan bahwa *cognitive dissonance* adalah ketidanyamanan psikologi yang dirasakan muncul ketika terdapat adanya konflik antara keyakinan dan nilai pada apa yang dilakukan. Pada konteks ini, mahasiswa perempuan yang merasa tidak seharusnya melakukan pembelian barang estetik namun tetap saja melakukan itu karena adanya dorongan emosional, sehingga bisa mengalami *cognitive dissonance*. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini bahwasannya “semakin tinggi tingkat *cognitive dissonance* yang dialami, maka tingkat *self control* akan semakin rendah.” Berdasarkan dengan hasil penelitian tersebut bahwa *self control* yang rendah bisa menjadikan seseorang akan lebih rentan merasakan konflik dengan diri sendiri setelah melakukan perilaku impulsif.

Dilihat dari dimensi afektif dan kognitif yang ada pada perilaku impulsif (Mulyono, 2013), dan dimensi emotional serta wisdom of purchase pada *cognitive dissonance* (Sweeney et al., 2006), temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa tindakan yang dilakukan oleh mahasiswa perempuan dalam membeli barang-barang lucu tidak hanya di dorong karena adanya kebutuhan fungsional, tetapi juga didorong oleh pengaruh emosi, suasana hati, dan juga tekanan sosial. Sehingga hal ini dapat memperkuat pengaruh dari afeksi dan kognisi menjadi pusat terjadinya perilaku impulsif serta munculnya *cognitive dissonance*.

Hubungan yang dimiliki antara perilaku impulsif dengan *self control* yang di kategori memiliki hubungan sedang, juga sejalan dengan beberapa penelitian yang terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Rizky Elnina pada tahun 2022 yang dimana menemukan perilaku impulsif lebih cenderung terjadi pada siswa yang kurang memiliki *self control*. Sama dengan hasil dari penelitian ini pembelian barang estetik juga dapat terjadi secara impulsif karena adanya dorongan emosi dan kurangnya kontrol diri.

Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Ananda Fauzi tahun 2024 tentang *self control* dan pembelian impulsif yang juga menunjukkan Ditemukan adanya korelasi antara kontrol diri serta perilaku impulsif, meskipun hasil studi ini menggambarkan hubungan yang bersifat korelatif yang lebih rendah dengan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain seperti adanya pengaruh sosial yang tidak dikaji pada studi ini.

Kajian sebelumnya juga yang membahas mengenai *cognitive dissonance* yang dilakukan oleh Pengesti pada tahun 2023 lalu dengan hasil yang menunjukkan bahwa ketika orang mengalami konflik batin akibat bertindak bertentangan dengan keyakinan mereka (Pangesti et al., 2023). Perihal berikut selaras pada hasil dari studi ini, mahasiswa perempuan yang membeli barang estetik menyadari bahwa pembelian yang dilakukan tidak rasional tetapi melakukannya karena tidak dapat menahan dorongan impulsif yang ada.

Hal-hal diatas menunjukkan bahwa perilaku impulsif dapat mengganggu kemampuan individu untuk mengontrol dirinya, sehingga mahasiswi yang sering membeli barang estetik tanpa adanya perencanaan atau pun pertimbangan akan kesulitan untuk mengatur dan mengendalikan dirinya karena mereka tidak mampu menahan konflik emosional dan dorongan internal.

KESIMPULAN

Pada analisis yang telah dilaksanakan, maka kesimpulannya perolehan uji Pearson correlation memperlihatkan adanya hubungan antara *cognitive dissonance* dan perilaku impulsif dengan *self control* pada mahasiswa perempuan yang membeli barang estetik. Hasil uji pearson correlation menunjukkan adanya hubungan sedang yang bermakna ke-2 variabel independen mempunyai korelasi yang tidak begitu kuat terhadap *self control* mahasiswa perempuan yang membeli barang estetik, tetapi kedua variabel tersebut tidak menjadi satu-satunya faktor ada beberapa faktor lain seperti stres, dukungan sosial, ataupun regulasi emosi.

Pada skor *sig* $0,000 < 0,05$ yang bermakna bahwa H_a dapat diterima serta H_o ditolak. Yang berarti semakin tinggi tingkat *cognitive dissonance* dan perilaku impulsif yang di alami, maka akan semakin rendah kemampuan seseorang untuk mengontrol dirinya dalam konteks membeli barang estetik. Dengan hasil yang didapatkan juga bisa disimpulkan bahwa mahasiswa perempuan yang membeli barang estetik tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional saja tetapi, melibatkan juga dengan adanya konflik kognitif beserta dorongan impulsif yang memiliki dampak dalam mengontrol diri.

REFERENSI

- Anindita, P., & Kusumawati, R. (2023). Perilaku Pembelian Produk Estetik Sebagai Upaya Mencari Kebahagiaan Instan. *Jurnal Riset Psikologi*, 2(3), 336–348.
- Ayu, I. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Impulsif Buying, Hedonisme, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Store Media Sosial Dengan Self Control Sebagai Variabel Intervening. *Al-Musthofa: Journal Of Sharia Economics*, 2(2), 23–37.
- Calvin, C., & Azeharie, S. (2022). Disonansi Kognitif Pemakai Tato Di Jakarta (Studi Kasus Penyesalan Pada Pengguna Tato). *Kiwari*, 1(2), 293–299.
- Dyatmika, P. B. P., Weliangan, H., & Huda, N. (2023). Impulsive Buying Pada Dewasa Awal Pengguna Shopee Paylater Ditinjau Dari Mindfullness. *Arjwa: Jurnal Psikologi*, 2(4), 179–193.
- Elnina, D. R. (2022). Kemampuan Self Control Ditinjau Dari Perilaku Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 1–19.
- Endhitya, T., & Choliz, T. H. N. (2023). Gambaran Disonansi Kognitif Pada Perempuan Dewasa Awal Yang Bertahan Dalam Hubungan Intimate Partner Violence. *Jurnal Psikologi*, 1(2), 102–111.
- Fauzi, A. K. P. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pakaian Pada Mahasiswi Yang Melakukan Pembelian Secara Online. *Indonesian Journal Of Business Innovation, Technology And Humanities (Ijbith)*, 1.
- Fitriani, N., Adhavia, F. B., Melia, D., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2024). Analisis Perilaku Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna Platform Tiktok Shop Di Universitas Islam Negeri Walisongo. *Investama: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(01), 72–86.
- Ghufroon, M., & Risnawita, R. (2020). *Teori-Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- Holik, A., & Santika, M. D. (2025). Faktor Yang Menentukan Perilaku Impulsive Buying Di Kalangan Mahasiswa. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 8(1), 136–144.
- Mangundjaya, L. W. (N.D.). *Diktat Psikologi Konsumen*.
- Mulyono, L. J. (2013). Analisis Dimensi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Impulsif. *Jurnal Psikologi*,

4(2), 105–115.

- Pangesti, I., Setiawan, N. A. S., & Wahyuni, C. (2023). Pengaruh Disonansi Kognitif Terhadap Perilaku Plagiarisme Pada Mahasiswa. *Jurnal Consulenza: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 6(1), 141–151.
- Pratiwi, A. (2023). Pengaruh Konformitas Dan Regulasi Diri Terhadap Perilaku Impulsif Membeli Pada Dewasa Awal. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(1), 888–896.
- Putra, A. S., & Kurniawan, A. (2018). Studi Kasus Impulsive Buying Pada Kolektor Figure. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Menta*, 7, 56–83.
- Rochman, S. T. (2024). *Pengaruh Self Control Dan Sensation Seeking Terhadap Academic Cheating*. Fakultas Psikologi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sembiring, D. R., & Ulfa, M. (2024). Hubungan Antara Self Control Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 24(2), 247–254.
- Sweeney, J. C., Soutar, G. N., & Johnson, L. W. (2006). The Measurement Of Cognitive Dissonance In Post-Purchase Evaluations. *European Journal Of Marketing*, 40(3/4), 365–380.