

## Stres Akademik dan Kecenderungan *Impulsive Buying* pada Mahasiswa di Yogyakarta

### INFO PENULIS

Angelina Dyah Arum Setyaningtyas  
Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
[angelina@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:angelina@mercubuana-yogya.ac.id)  
+6282137254901

Tiara  
Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
[18081334@student.mercubuana-yogya.ac.id](mailto:18081334@student.mercubuana-yogya.ac.id)  
085713457290

Ridwan Rahmawan  
Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
[ridwanrahmawan25@gmail.com](mailto:ridwanrahmawan25@gmail.com)  
+6282139749865

### INFO ARTIKEL

ISSN: 2963-8933  
Vol. 5, No. 1 Februari 2026  
<http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajpp>

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

### **Saran Penulisan Referensi:**

Setyaningtyas, A. D. A., Tiara, & Rahmawan, R. (2026). Stres Akademik dan Kecenderungan *Impulsive Buying* pada Mahasiswa di Yogyakarta. *Arus Jurnal Psikologi dan Pendidikan (AJPP)*, 5(1), 586-594.

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara stres akademik dengan kecenderungan *Impulsive Buying* pada mahasiswa di Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan yang positif dan signifikan antara stres akademik dengan kecenderungan perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 orang mahasiswa. Cara pengambilan subjek dengan menggunakan *sampling purposive*. Pengambilan data penelitian ini menggunakan Skala Stres Akademik dan Skala *Impulsive Buying*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis korelasi *Product Moment and person*. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,331 dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,050$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara Stres Akademik dengan *Impulsive Buying*. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,109 yang menunjukkan bahwa variabel Stres akademik menunjukkan kontribusi (10,9%) terhadap *Impulsive Buying* dan sisanya (89,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

**Kata Kunci:** Stres Akademik, Kecenderungan *Impulsive Buying*, Mahasiswa

### Abstract

The research aimed to investigate the correlation between academic stress and impulsive buying tendency in college student in Yogyakarta. The hypothesis was that there was positive relationship between academic stress and impulsive buying tendency in college student in Yogyakarta. The subject in research were 100 college student. How to take the subject using the sampling purposive method. Retrieval of this research data using academic stress scale and impulsive buying scale. The data analysis technique used is product moment and person correlation. Based on the results of data analysis obtained the correlation coefficient (R) of 0,331 with  $p = 0,000$  ( $p < 0,050$ ). These result show that there is a significant positive relationship between academic stress and impulsive buying tendency. The acceptance of the hypothesis in this study show that the coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0,109 academic stress variables contributed (10,9%) to Impulsive Buying and the remaining (89,1%) was influenced by other factors.

**Key Words:** Academic stress, Impulsive Buying Tendency, Student

## A. Pendahuluan

Indonesia termasuk Negara yang berkembang yang memiliki potensi yang baik untuk pemasaran sebuah produk-produk hasil dari perusahaan lokal maupun internasional sehingga perusahaan harus bisa mengenali karakter konsumen (Sari, 2014). Masyarakat dimanjakan dengan berbagai jenis produk yang ditawarkan dalam jumlah yang banyak dan mudah didapatkan. Di Yogyakarta sendiri banyak sekali industri yang memanjakan salah satunya yaitu mall, supermarket, toko baju dan alat-alat kosmetik, tanpa disadari telah membawa sebuah perilaku *impulsive buying*. Kegiatan belanja dilakukan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan tetapi belanja sudah menjadi aktivitas gaya hidup, kesenangan, dan pemenuhan kebutuhan psikologis (Henrietta, 2012). Maka tidak heran bila masyarakat di Yogyakarta menjadi terobsesi dengan hal-hal yang “harus lebih” harus bagus, harus lebih mahal, harus lebih beda dan sebagainya sehingga tanpa disadari akan melakukan *impulsive buying*.

Menurut Mai, Jung, Lantz dan Loeb (dalam Ghani et al, 2011) bahwa orang-orang muda lebih mungkin untuk menjadi pelopor mengadopsi gaya hidup modern. Hal ini sehubungan dengan kemampuan mengendalikan ekspresi emosional yang dimiliki oleh orang muda. Menurut Wood (dalam Ghani et al, 2011) menyatakan bahwa kecenderungan perilaku *impulsive buying* ditemukan meningkat pada rentang usia 18-39 tahun dan akan menurun setelah melewati usia 39 tahun. Rentang usia 18-19 tahun merupakan usia individu yang rentan memiliki perilaku *impulsive buying*. Salah satu individu yang termasuk dalam rentang usia 18-19 tahun adalah mahasiswa.

Verplanken dan Herabadi (2001) mendefinisikan *impulsive buying* merupakan pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Schiffman dan Kanuk (2010) mendefinisikan bahwa *impulsive buying* merupakan keputusan yang emosional atau menurut desakan hati. Emosi dapat menjadi sangat kuat dan seringkali berlaku sebagai dasar dari motif pembelian yang dominan. Gasiorowska (2011) mendefinisikan *impulsive buying* sebagai pembelian yang tidak reflektif, sebenarnya tidak diharapkan, terjadi secara spontan, diiringi dengan munculnya keinginan yang mendadak untuk membeli produk-produk tertentu, dan dimanifestasikan dalam sebuah reaksi terhadap suatu stimulus dari produk.

Verplanken dan Herabadi (2001) mengidentifikasi terdapat dua aspek utama yang membentuk perilaku *impulsive buying* yaitu aspek kognitif dan aspek afektif. Aspek kognitif dalam pembelian impulsif mengacu pada kurangnya perencanaan serta pertimbangan yang matang sebelum mengambil suatu keputusan dalam melakukan pembelian. Aspek afektif atau aspek emosional dalam *impulsive buying* merupakan aspek kedua (Verplanken dan Herabadi, 2001). Aspek ini meliputi dorongan emosional yang serentak meliputi perasaan senang dan gembira setelah membeli tanpa perencanaan.

Berdasarkan hasil riset McKinsey & Company, 34 persen orang Indonesia mengakui adanya peningkatan belanja makanan secara daring (Ramli, 2020). Banyaknya toko online yang

menawarkan barang baik untuk kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan sandang dengan penataan toko virtual yang menarik. Kegiatan ini didasarkan bahwa mereka melakukan pembelian untuk menghilangkan rasa jenuh dan rasa stres (Wulan 2020). Menurut Dirjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kominfo menyatakan bahwa selama pandemi covid-19 terdapat peningkatan transaksi belanja online sebanyak 400% dan jumlah tersebut diduga akan meningkat saat new normal, dimana akan terjadi persaingan antara marketplace dengan minimarket maupun retail besar yang telah terlebih dahulu memiliki layanan online ataupun jasa pengantaran online (Gusti, 2020). Direktur Shopee Indonesia Handhika Jahja menyatakan bahwa jumlah transaksi di Shopee mencapai 260 juta transaksi 4 atau naik 130% ([merdeka.com](https://www.merdeka.com)).

Menurut Wood (dalam Ghani et al, 2011) menyatakan bahwa kecenderungan perilaku *impulsive buying* ditemukan meningkat pada rentang usia 18-39 tahun dan akan menurun setelah melewati usia 39 tahun. Rentang usia 18-19 tahun merupakan rentang usia yang termasuk dalam tahap perkembangan dewasa awal. Pada usia perkembangan dewasa awal, secara kognitif individu sudah harus dapat berpikir secara matang dengan menggunakan logika dan melibatkan intuisi serta emosi (Papalia, 2008). Berdasarkan teori tersebut seharusnya mahasiswa sudah dapat mengontrol diri, berpikir rasional dan selektif dalam berbelanja, sehingga cenderung tidak melakukan *impulsive buying* yang sifatnya tidak rasional dan tanpa sebuah perencanaan di awal.

Perilaku *impulsive buying* banyak memberikan konsekuensi negatif setelah melakukan pembelian secara spontan, beberapa konsumen melaporkan mengalami ketidakpuasan dengan produk yang telah mereka beli (Sari, 2014). Hal ini didukung juga oleh Rook (dalam Saleh, 2021) menyatakan bahwa seseorang yang melakukan *impulsive buying* mengalami permasalahan keuangan, mereka kecewa dan merasa menyesal terhadap produk yang mereka sudah beli, merasa bersalah, dan tidak mendapat kepuasan dari produk yang sudah mereka beli.

Dalam penelitiannya, Jiyeon (2004) menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor *impulsive buying* yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Mood merupakan salah satu faktor internal yang telah diidentifikasi menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi *impulsive buying*. Fredric (2008) juga menyatakan bahwa *impulsive buying* pada dasarnya sering dilakukan banyak orang untuk mengurangi mood atau perasaan negatif karena kegagalan akan sesuatu atau bertujuan untuk membuat diri merasa lebih baik. Penelitian dari Block-Lieb, Weiner, Cantone & Holtje (dalam Yudha, 2018) juga mengatakan bahwa seseorang yang memiliki suasana hati yang negatif cenderung melakukan pembelanjaan secara impulsif untuk memperbaiki suasana hatinya. Pembeli yang impulsif akan lebih cenderung akan membeli suatu barang pada suasana hati yang tidak menyenangkan seperti depresi dan kesengsaraan Rook & Gardner (dalam Saleh, 2021).

Pada penelitian ini difokuskan pada faktor internal dari *Impulsive buying* dikarenakan suasana hati sangat berpengaruh ketika seseorang melakukan *impulsive buying*. Suasana hati yang sedang tidak menyenangkan atau perasaan negatif akan membuat seseorang lebih cenderung melakukan pembelian secara impulsif. Dalam menghadapi dunia perkuliahan mahasiswa seringkali dihadapkan dengan tugas dan tanggung jawab sebagai mahasiswa. Matakuliah yang terlalu banyak seringkali membuat mahasiswa sulit fokus dan tidak menguasai materi kuliah secara mendalam. Banyaknya jumlah matakuliah di Indonesia membuat kesan mahasiswa harus serba bisa ([Republika.co.id](https://www.republika.co.id)). Hal ini membuat mahasiswa mengalami stres akademik meningkat setiap semester (Govaerst & Gregoire, 2004). Stres yang dialami mahasiswa tersebut cenderung berdampak terhadap ketidakstabilan emosi yang mereka miliki. Ketidakstabilan emosi ini merupakan salah satu dampak yang paling terlihat ketika seseorang mengalami stres ([Female.Kompas.Com](https://www.female.kompas.com)).

Menurut Bedewy & Gabriel (2015) Stres akademik merupakan persepsi siswa terhadap tekanan yang mereka hadapi, kendala waktu untuk menyelesaikan tugas, beban kerja akademik yang dirasa melebihi kemampuan, serta kekhawatiran akan ketidakpastian akan masa depan dan menurunnya prestasi akademik. Stres akademik diartikan ketika seorang pelajar tidak mampu menghadapi tuntutan akademik dan mempersepsikan tuntutan akademik tersebut sebagai sebuah gangguan (Barseli dkk 2017). Stres akademik yang dialami mahasiswa berasal dari paparan konsep pendidikan yang baru, menyesuaikan dengan lingkungan sosial yang baru dan memiliki beban kerja atau tanggung jawab yang lebih besar (Yikealo dkk, 2018). Lin dan Chen (2009) menambahkan bahwa stres akademik bersumber dari interaksi antara guru dengan siswa, kecemasan terkait hasil belajar yang diperoleh, ujian atau tes yang akan dihadapi, proses belajar dalam kelompok, pengaruh teman sebaya dalam proses akademik, kemampuan dalam

memanajemen waktu, serta persepsi individu terkait kemampuan belajarnya yang mempengaruhi kinerja akademik yang ditampilkan.

Menurut Bodewy & Gabriel (2015) terdapat tiga aspek stres akademik yaitu Ekspektasi akademik dan tekanan untuk berprestasi. Tekanan dapat berasal dari berbagai faktor seperti dari persaingan yang kompetitif dengan teman, harapan orang tua, dan komentar kritis dosen tentang prestasi akademik mahasiswa. Persepsi beban tugas dan ujian. Beban tugas yang berlebihan, tugas yang membutuhkan waktu panjang untuk diselesaikan, dan kekhawatiran gagal ujian merupakan faktor memicu stres pada mahasiswa. Dan Persepsi diri akademik. Persepsi diri akademik mahasiswa berpengaruh pada karakteristik kepribadian, kecerdasan, prestasi akademik masa lalu, dan sumber lingkungan dan psikososial akademik lainnya. Kepercayaan diri sendiri pada akademik dan kesuksesan yang akan dicapai pada masa depan, serta kepercayaan diri terhadap keputusan akademis individu dapat mempengaruhi kecemasan peserta didik. Kecemasan tersebut merupakan salah satu gejala stres pada mahasiswa.

Penelitian dari Block-Lieb, Weiner, Cantone & Holtje (dalam Yudha, 2018) mengatakan bahwa seseorang yang memiliki suasana hati yang negatif cenderung melakukan pembelanjaan secara impulsif untuk memperbaiki suasana hatinya. Dan dalam keadaan suasana hati yang negatif tersebut membuat orang kurang teliti dalam keputusan membelinya, seperti apakah barang yang ingin dibeli memang barang yang dibutuhkan dan bermanfaat serta konsekuensi yang akan didapatkan setelah membeli barang tersebut. Sedangkan pada seseorang yang memiliki suasana hati yang positif cenderung memandang suatu peristiwa atau pengalaman menjadi lebih positif juga dan akan sulit untuk membuat suatu keputusan yang tidak teliti.

Ada beberapa alasan individu melakukan *Impulsive Buying*, salah satunya adalah karena saat membeli sesuatu individu mendapatkan kesenangan tersendiri. Sebuah survei yang dilakukan oleh State (dalam Scott, 2014) menunjukkan bahwa 62% konsumen melakukan kegiatan membeli atau berbelanja sebagai upaya untuk memperbaiki suasana hati, dan 82% konsumen memiliki perasaan positif mengenai kegiatan berbelanja tersebut. Sebuah penelitian lain juga mengungkapkan bahwa berbelanja secara signifikan memberikan ketenangan dan kenyamanan kepada individu (Sasongko, 2010). Jadi, berdasarkan hasil dari penelitian dan penjelasan tersebut, dapat terlihat bahwa *impulsive buying* mungkin saja terjadi pada individu yang sedang mengalami stres. Hal tersebut berdasarkan pernyataan seorang ahli yang menyebutkan bahwa kecemasan dan kesulitan dalam mengendalikan emosi merupakan beberapa gejala dari stres (Sarafino & Smith, 2011).

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara stres akademik dengan kecenderungan perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa, sehingga semakin tinggi stres akademik maka kecenderungan *impulsive buying* pada mahasiswa akan semakin tinggi, sebaliknya semakin rendah stres akademik, maka akan semakin rendah pula kecenderungan *impulsive buying* pada mahasiswa.

## B. Metodologi

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara stres akademik dengan kecenderungan *impulsive buying* pada mahasiswa di Yogyakarta. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang mengalami stres akademik disebabkan oleh tugas atau laporan perkuliahan yang padat sebanyak 100 mahasiswa. Adapun deskripsi subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

**Tabel 1. Deskripsi Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	37	37%
Perempuan	63	63%
Total	100%	100%

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa dari 100 responden sebanyak 37 responden (37%) berjenis kelamin laki-laki, sedangkan sisanya sebanyak 63 responden (63%) berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa perempuan.

Penelitian ini menggunakan dua skala yaitu Skala *Impulsive Buying* ini telah di uji oleh Saleh (2021) dengan mengacu pada aspek *Impulsive Buying* yang dikemukakan oleh Herabadi dan Verplanken (2001) dan skala Stres Akademik dalam penelitian ini menggunakan skala Putri (dalam Fatimah, 2021) yaitu Perception Of Academic Stress Scale (PASS) yang telah diadaptasi melalui proses terjemahan ke Bahasa Indonesia dari aspek yang dikemukakan oleh Bedewy & Gabriel (2015).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yaitu variabel tergantung dan variabel bebas.

### C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kategorisasi berdasarkan rerata hipotetik dan standar deviasi hipotetik diperoleh hasil yang kategorisasi rendah sebesar 1% (1 subjek), kategorisasi sedang sebesar 96% (96 subjek) dan kategorisasi tinggi sebesar 3% (3 subjek). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Impulsive Buying* pada penelitian ini cenderung sedang

**Tabel 2. Kategorisasi Skala Impulsive Buying**

Kategori	Pedoman	Skor	N	Presentas e
Rendah	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 70$	1	1%
	$\mu - 1\sigma \leq X < \mu + 1\sigma$	$70 \leq X < 105$	96	96%
Sedang		105		
Tinggi	$X > (\mu + 1\sigma)$	$X > 105$	3	3%
		Total	100	100%

Berdasarkan hasil kategorisasi rerata hipotetik dan standar deviasi hipotetik diperoleh hasil yang kategorisasi rendah sebesar 5% (5 subjek), kategori sedang sebesar 80% (80 subjek), dan kategorisasi tinggi sebesar 15% (15 subjek). Sehingga dapat disimpulkan bahwa stres akademik pada penelitian ini cenderung sedang.

**Tabel 3. Kategorisasi Skala Stres Akademik**

Kategori	Pedoman	Skor	N	Presentas e
Rendah	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 32$	5	5%
	$\mu - 1\sigma \leq X < \mu + 1\sigma$	$32 \leq X < 48$	80	80%
Sedang		48		
Tinggi	$X > (\mu + 1\sigma)$	$X > 48$	15	15%
		Total	100	100%

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis model one sample Kolmogorov-Smirnov (KS-Z). Berdasarkan hasil uji Kolmogorov Smirnov untuk variabel *Impulsive Buying* diperoleh K-S Z = 0,055 dengan p = 0,200 maka sebaran data mengikuti distribusi normal. Dari hasil uji Kolmogorov Smirnov untuk variabel Stres akademik diperoleh K-S Z = 0,164 dengan p = 0,000 maka sebaran data variabel Stres akademik tidak mengikuti distribusi normal.

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel menunjukkan hubungan yang linier. Hasil dari pengujian diperoleh nilai sig.deviation from linearity adalah 0,862 menyatakan bahwa sig. > 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara Stres akademik dengan *Impulsive Buying* merupakan hubungan yang linear.

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi product moment (pearson correlation) yang dikembangkan oleh Karl Pearson. Dari hasil analisis Product moment (pearson correlation) diperoleh koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = 0,331 dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,050$ ) yang berarti ada hubungan positif antara hubungan antara Stres akademik dengan Impulsive Buying pada mahasiswa di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Selain itu, hasil analisis data tersebut juga menunjukkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,109 yang menunjukkan bahwa variabel Stres akademik menunjukkan kontribusi (10,9%) terhadap Impulsive Buying dan sisanya (89,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,331 dengan  $p = 0,000$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara Stres akademik dengan Impulsive Buying. Artinya semakin tinggi Stres akademik maka semakin tinggi Impulsive Buying pada mahasiswa di Yogyakarta. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah Stres akademik maka semakin rendah pula Impulsive Buying pada mahasiswa di Yogyakarta.

Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa setiap aspek Stres akademik berpengaruh positif terhadap Impulsive Buying. Koefisien korelasi ( $[R]^2$ ) sebesar 0,109 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Stres akademik memberikan kontribusi sebesar 10,9% terhadap impulsive buying sisanya (89,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kategorisasi Stres akademik dengan impulsive buying merupakan tingkat hubungan yang sangat kuat. Artinya semakin kuat tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat menandakan bahwa variabel bebas mampu memberikan pengaruh yang besar terhadap tingkat hubungan dengan variabel terikat, sehingga akan menimbulkan sumbangan efektif yang lebih besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh koefisien korelasi ( $R^2$ ) sebesar 0,109 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Stres akademik memberikan kontribusi (10,9%) terhadap Impulsive Buying dan sisanya (89,1%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Dalam menjalani kegiatan perkuliahan, seorang mahasiswa diharuskan untuk menempuh studi akademis yang meliputi tugas dan tanggung jawabnya sebagai seorang mahasiswa, karena terlalu banyak tugas, persaingan dengan mahasiswa lain, kegagalan, kekurangan uang saku, kurangnya hubungan dengan mahasiswa lain atau dosen, keluarga atau masalah di rumah, sistem semester, ruang kuliah yang penuh dan sesak dan sumber daya yang tidak memadai untuk melakukan kegiatan akademis menyebabkan mahasiswa mengalami stres akademik (Angolla dan Ongori, 2009). Menurut Rook & Gardner (1993), yaitu perilaku impulsive buying dipengaruhi oleh kondisi mood seseorang, suasana hati yang buruk seseorang dapat mendorongnya untuk melakukan impulsive buying. Diperkuat juga dari penelitian Pradhan (2016) bahwa salah satu faktor penyebab perilaku impulsive buying adalah suasana hati atau emosi negatif. Seseorang yang sedang memiliki emosi negatif cenderung mencari cara untuk melepaskan dan mengatasi emosi negatif yang dimilikinya. Berdasarkan penelitian dari Handayani dkk (2018) terkait hubungan impulsive buying dengan kesenangan, hasil penelitian menjelaskan bahwa para pembeli akan merasa senang setelah melakukan impulsive buying. Dimana banyak orang yang merasakan senang, gembira, dan puas yang diakibatkan oleh impulsive buying yang mereka lakukan sebelumnya. Sehingga mereka melupakan tentang masalah yang sedang dialami. Sneath, Lacey and Kennette-Hensel (2009) menyatakan bahwa impulsive buying berperan penting dalam menghilangkan depresi dan dapat meningkatkan suasana hati menjadi lebih baik. Hal ini menjadikan banyak orang yang memilih belanja sebagai alternatif terapi yang dapat menghilangkan stres yang sedang dialami. Menurut Bedewy & Gabriel (2015) stres akademik terdiri dari tiga aspek yaitu ekspektasi akademik dan tekanan untuk berprestasi, persepsi beban dan ujian, persepsi diri akademik.

Ekspektasi akademik dan tekanan untuk berprestasi merupakan aspek stres akademik yang dapat berasal dari berbagai faktor seperti dari persaingan yang kompetitif dengan teman, harapan orang tua, dan komentar kritis dosen tentang prestasi akademik mahasiswa. Adapun dalam sejumlah penelitian, tekanan dan harapan dari keluarga dan dosen dikaitkan dengan penyebab stres mahasiswa saat menghadapi ujian atau tentang memilih karier masa depan. Seperti pada aitem "Dosen saya menaruh harapan besar kepada saya, Harapan yang tidak

realistis dari orang tua membuat saya merasa tertekan” Mahasiswa merasa terbebani akibat tuntutan untuk memiliki nilai akademik dan kemampuan sosial yang baik dalam menjalankan perannya dan cenderung akan melakukan Impulsive buying sebagai upaya meredakan perasaan negatif (Handayani & Renanita, 2018).

Persepsi beban tugas dan ujian aspek stres akademik yang dapat berasal dari beban tugas yang berlebihan, tugas yang membutuhkan waktu panjang untuk diselesaikan, dan kekhawatiran gagal ujian merupakan faktor memicu stres pada mahasiswa. 70% mahasiswa mengalami stres akibat tugas pembelajaran (Livana, Mubin & Basthomi, 2020). Beban perkuliahan yang berat membuat mahasiswa mencari penyaluran stres dengan melakukan pengalihan, yang salah satunya bentuknya yaitu berupa penggunaan akses internet yang tidak sesuai dengan konteks pembelajaran seperti media sosial, chatting dan sebagai hiburan (Pardede, 2018). Media sosial yang menjadi wadah bagi banyak orang sebagai tempat untuk saling berbagi pengalaman terkait banyak hal seperti produk apa yang digunakan dan rekomendasi melalui foto akan mempengaruhi seseorang untuk membeli sehingga mengakibatkan online impulsive buying.

Persepsi diri akademik mahasiswa berpengaruh pada karakteristik kepribadian, kecerdasan, prestasi akademik masa lalu, dan sumber lingkungan dan psikososial akademik lainnya. Kepercayaan diri sendiri pada akademik dan kesuksesan yang akan dicapai pada masa depan, serta kepercayaan diri terhadap keputusan akademis individu dapat mempengaruhi kecemasan peserta didik. Kecemasan tersebut merupakan salah satu gejala stres pada mahasiswa. Ketika individu sudah mengalami kecemasan, maka pusat pikirannya akan sangat mudah beralih kepada sesuatu yang dapat menjauhkannya dari sikap cemas dan akan cenderung melakukan impulsive buying (Febrina, Hardianto & Sari, 2020).

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, terdapat hubungan yang antara stres akademik dan *impulsive buying*. Artinya semakin tinggi Stres akademik maka semakin tinggi *Impulsive Buying* pada mahasiswa di Yogyakarta. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah Stres akademik maka semakin rendah pula *Impulsive Buying* pada mahasiswa di Yogyakarta.

#### E. Referensi

- Agolla, J. E., & Ongori, H. (2009). An Assasment Of Academic Stress Among Undergraduated students. *Academic Journal, Educational Research And Review*.4 (2). Pp. 063-067.
- Ariefanti, R & Gunawan, W. (2020). Perilaku Impulse Buying dan Interaksi Sosial dalam Pembelian di Masa Pandemi. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 5(1)
- Azwar, S. (2016). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala psikologi (edisi 2)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Barseli, M, Ifdill, I, & Nikmarijal, N. (2017). Konsep Stress Akademik Siswa. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 5(3), 143-148.
- Bedewy, D., & Gabriel, A. (2015). Examining perceptions of academic stress and its sources among university students: The Perception of Academic Stress Scale. *Health psychology open*, 2(2).
- Bedewy, D., & Gabriel, A. (2015). Examining perceptions of academic stress and its sources among university students: The Perception of Academic Stress Scale. *Health psychology open*, 2(2). <https://doi.org/10.1177/2055102915596714>
- Desmita (2009). *Psikologi Perkembangan peserta didik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Desmita. (2017). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Febrina, S., Hardianto, Y., & Sari, R. (2020). Studi mengenai kecemasan dan intensi belanja secara onlinde di masa pandemi covid-19. *Human Behavior in the New Normal Post Pandemic: Challenges and Opportunities for Psychology in the Archipelago*, 125.
- Gąsiorowska, A. (2011). Gender as a moderator of temperamental causes of impulse buying tendency. *Journal of Customer Behaviour*, 10(2), 119-142.
- Ghani, U., Imran M., & Jan, F. A. (2011). The Impact Of Demographic Characteristic on Impulsive Buying Behavior of Urban Consumers in Peshawar, *International Journal of Academic Research*, Vol. 3. No. 5. II Part.

- Ghani, U., Imran M., & Jan, F. A. (2011). The Impact Of Demographic Characteristic on Impulsive Buying Behavior of Urban Consumers in Peshawar, *International Journal of Academic Research*, Vol. 3. No. 5. II Part.
- Govaerst, S. & Gregoire, J. (2004). Stresfull Academic Situations : Study On Appraisil Variables in Adolescence. *British Journal Of Clinical Psychology*, 54, 261-271.
- Hadi, Sutrisno. (2015). *Statistika*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Handayani, W. C., & Renanita, T. (2018). Hubungan antara Persepsi terhadap Celebrity Endorser dan Kecenderungan Pembelian Kompulsif 59 Online. *Psychopreneur Journal*, 2(2), 103-113. <https://journal.uc.ac.id/index.php/psy/article/view/874>
- Handayani, W., Anshori, M., Usman, I., & Mudjanarko, S. (2018). Why are you happy with impulse buying? Evidence from Indonesia. *Management Science Letters*, 8(5), 283-292.
- Henrietta, P.P.D.A.D.S., M.A. (2012). *Impulsive Buying Pada Dewasa Awal di Yogyakarta*. Jurnal Psikologi 11(2). Fakultas Psikologi Universitas Sarana Dharma Yogyakarta.
- Kelly, E. (2015). Gaya hidup hedonis dan impulse buying pada kalangan remaja putri. *SKETSA BISNIS*, 2(1), 1-18.
- Lestari, S. S. A. (2019). Hubungan antara kecerdasan emosional dengan impulsive buying pada mahasiswa di yogyakarta (*Skripsi*. Mercu Buana Yogyakarta)
- Lin, M. Y., & Chen, F. S. (2009). Academic stress inventory of students at universities and colleges of technology. *World Transactions on Engineering and Technology Education* Vol.7, No.2.
- Lin, M. Y., & Chen, F. S. (2009). Academic stress inventory of students at universities and colleges of technology. *World Transactions on Engineering and Technology Education* Vol.7, No.2.
- Mathew, J. S. (2017). Self-perception and academic achievement. *Indian Journal of Science and Technology*, 14(14), 1-6. <https://doi.org/10.17485/ijst/2017/v10i14/107586>
- Mowen dan Minor. (2012). *Perilaku konsumen Jilid 1, Edisi Kelima (terjemahan)* (5<sup>th</sup> ed). Jakarta : Erlangga
- Namwani, AA. (2009). Faktor-faktor penyebab stres akademik pada siswa kelas 5 SD Junilee. *Jurnal Psiko-Edukasi*, 7,44-61
- Papalia, D. E., Olds, S. W., Feldman, R. D. (2008). *Human Development*. Jakarta: Salemba Humanika
- Papalia, D.E., Olds, S W., Feldman, R. D. (2009). *Human Development : Perkembangan Manusia* (Edisi 10, Buku 2). Jakarta : Salemba Humanika.
- Pardede, J. (2018). Hubungan Academic Stress dengan Cyberloafing pada Mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Sumatra Utara).
- Pradhan, V. (2016). Study on impulsive buying behavior among consumers in supermarket in Kathmandu Valley. *Journal of Business and Social Sciences Research*, 1(2), 215-233.
- Putri, N. F. (2021). *Hubungan Antara Stres Akademik Dengan Cyberslacking Pada Mahasiswa Yang Mengikuti Kuliah Daring Di Masa Pandemi* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Rook (1987). The Buying Impuls. *Jurnal Of Consumers Research*. 22
- Rook, D. W., & Gardner, M. P. (1993). In the mood: Impulse buying's affective antecedents. *Research in consumer behavior*, 6(7), 1-28.
- Saleh, A. (2021). Hubungan antara gaya hidup hedonism dengan perilaku impulsive buying pada remaja di Yogyakarta (*Skripsi*. Mercu Buana Yogyakarta)
- Saleh, A. (2021). Hubungan antara gaya hidup hedonism dengan perilaku impulsive buying pada remaja di Yogyakarta (*Skripsi*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta)
- Sari A E, (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal Sains Pemasaran*. 8
- Sasongko, A. (2010, 16 September). Belanja bisa kurangi stres, benarkah?. *Republika Online*. Diakses dari <http://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/infosehat/10/09/16/134867-belanja-bis>
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Consumer Behavior 7<sup>th</sup> Edition* (Perilaku Konsumen). Jakarta : PT Indeks
- Solomon, M.R. Rabolt, N. (2009). *Consumer Behavior In Fashion, 2<sup>nd</sup> Edition*. USA: Prentice Hall
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Sutopo, Ed.). Bandung: ALFABETA, cv.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*
- Sulistiowati, H., & Widodo, P. B. (2015). Stres Dan Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada

- Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 4(4), 32-37.
- Sumarwan, U. (2003). Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. *Ghalia Indonesia*, Jakarta.
- Ummah, M. (2017). *Hubungan Antara Stres Akademik dengan Kualitas Tidur pada Mahasiswa Pondok Pesantren* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5356
- Verplanken, B., Herabadi, A. (2001). Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking. *European Journal Of Personality*. Eur. J. Press.
- Wicaksana, B. Y. (2017). Hubungan antara Stres Akademik dan Kecenderungan Impulsive Buying pada Mahasiswa (Skripsi. Universitas Sanata Dharma)
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). *Uji persyaratan analisis*. Klik Media.
- Willis, S. (2011). *Konseling individual, teori dan praktek*. Bandung: Alfabeta.
- Yikealo, D., Yemane, B., & Karvinen, I. (2018). The level of academic and environmental stress among college students: A Case in the College of Education. *Open Journal of Social Sciences*, 6(11), 40. Diakses pada 25 Januari 2021 dari <https://doi.org/10.4236/jss.2018.611004>
- Yudha, D. K. P. (2018). Hubungan Antara Mood Dan Impulsive Buying Behavior Pada Remaja Sebagai Konsumen Department Store Di Kota Malang. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang: Malang.