



***SELF CONTROL* DALAM PERILAKU BELANJA *ONLINE* PADA
PEREMPUAN GENERASI Z DI DESA GENTENG WETAN
KECAMATAN GENTENG KABUPATEN BANYUWANGI**

*Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada Program
Studi Pendidikan Luar Sekolah*

SKRIPSI

Oleh :

Mira Ayu Nur Suryana

NIM 170210201033

**KEMENTRIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH
JEMBER
2024**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, yang mana berjudul “*Self Control* Dalam Perilaku Belanja *Online* Pada Perempuan Generasi Z Di Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi”. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lupa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan mengucapkan alhamdulillah penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, Ibu Niswatul Khasanah dan Ayah Muhammad yang selalu memberi kasih sayang, dukungan, semangat, doa, serta pengorbanan agar anak-anaknya hidup dengan nyaman.
2. Kakak saya, terima kasih karena selalu memberikan semangat dan semoga kita semua menjadi anak yang selalu membanggakan orang tua.
3. Bapak dan Ibu Guru sejak TK hingga di Perguruan Tinggi yang saya hormati yang tak lelah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.

MOTTO

“Pengendalian diri adalah kekuatan sejati”
(Marco Pierre White)*)

*) <https://www.bola/ragam/read/4570112/40-kata-kata-bijak-seputar-pengendalian-diri-miliki-kekuatan-sejati>

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mira Ayu Nur Suryana

NIM : 17021010201033

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul “*Self Control* Dalam Perilaku Belanja *Online* Pada Perempuan Generasi Z Di Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi” adalah sepenuhnya benar – benar karya hasil sendiri, kecuali kutipan yang telah saya cantumkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya hasil plagiasi. Saya bertanggung jawab penuh atas keabsahan dan kebenaran isinya berdasarkan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan yang saya buat dengan sebenarnya tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak lain manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 01 Juli 2024

Yang menyatakan,

Mira Ayu Nur Suryana

NIM 170210201033

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul *Self Control* Dalam Perilaku Belanja *Online* Pada Perempuan Generasi Z Di Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 03 Juli 2024

Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Luar Sekolah

Pembimbing

Tanda Tangan

1. Pembimbing Utama

Nama : Deditiani Tri Indrianti, S.Pd., M.Sc., CIQaR. (.....)

NIP : 197905172008122003

2. Pembimbing Anggota

Nama : Sylva Alkornia, S.Pd., M.Pd. (.....)

NIP : 198008212008012008

Penguji

Tanda Tangan

1. Penguji Utama

Nama : Dr. Niswatul Imsiyah, S.Pd., M.Pd. (.....)

NIP : 197211252008122001

2. Penguji Anggota

Nama : Dr. Muhammad Irfan Hilmi, M.Pd. (.....)

NIP : 199007182018031002

ABSTRACT

The progression of technology has unquestionably facilitated daily activities, particularly for online transactions. However, in using technology individuals must have the skills and knowledge to utilize the technology. Specifically by doing an understanding related to accessing, understanding, searching, analyzing information form digital media. Especially in online shopping applications so that the knowledge or understanding has an impact on self-control so as not to be snare in impulsive buying. Nevertheless, the accessibility of online shopping applications has been known to induce impulsive behavior due to a low of self-control. Therefore, this research aims to examine the significance of self-control in online shopping behavior among generation Z women in Genteng Wetan village, Genteng sub-district, Banyuwangi district with total of ten of generation Z women and two supporting informant including parents and closest relative. Through the utiliation of qualitative approach and a case study method, this study seeks to illuminate the influence of self-control with 3 sub-focuses of self-control involve self-descipline, deliberate, work ethic. While online shopping behavior has 2 sub-focuses involve convenience and completeness of information. The study findings demonstrate that generation Z women who exhibit a high level of self-control tend to refrain from impulsive online shopping. Instead, the make deliberate purchase, leading to a more balanced daily life. This research emphasizes the positive impact of self-control on the online shopping behavior of generation Z women.

Keywords: Self Control, online shopping behavior, women

RINGKASAN

***Self Control* Dalam Perilaku Belanja *Online* Pada Perempuan Generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi**; Mira Ayu Nur Suryana, 170210201033, 2024: 52 halaman; Program Studi Pendidikan Luar Sekolah, Jurusan Ilmu Pendidikan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terus bertambah diimbangi dengan perkembangan teknologi, memudahkan masyarakat beraktivitas belanja. Penawaran pembelian secara *online* menjadi kegemaran masyarakat Indonesia. Masalah seringkali terjadi dalam pembelian *online* yakni: kurangnya penerapan kontrol diri pada pembelian *online* mengakibatkan kegiatan impulsif yang berdampak buruk bagi dirinya. Pada penelitian ini, memilih perempuan generasi Z dengan usia antara 19 – 25 tahun sebanyak 10 sebagai informan kunci dan orangtua serta suami sebagai informan pendukung di Dusun Canga'an, Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi sebagai subjek penelitian. Tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan *self control* dalam perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Manfaat penelitian ini diharapkan memberi manfaat pengetahuan dan wawasan sebagai referensi secara teoritis pengembangan ilmu Pendidikan Luar Sekolah dan untuk pengambil kebijakan dari informasi dari penelitian ini membantu membuat keputusan dan referensi bagi penelitian selanjutnya agar bisa dikembangkan secara sempurna.

Pada penelitian ini menggunakan jenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penentuan tempat penelitian berdasarkan teknik *purposive area* yaitu Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria perempuan generasi Z yang melakukan pembelian dengan frekuensi minimal dua kali sebulan dalam dua bulan terakhir pada bulan November dan Desember tahun 2023 serta fokus pada informan yang menggunakan satu aplikasi belanja *online* ketika berbelanja *online*. Teknik

perolehan data adalah dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk memperoleh data yang valid menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data, yaitu perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan pengamatan dan triangulasi meliputi: triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Pada analisis data meliputi penyajian data, reduksi data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian berdasarkan sub fokus yang diteliti menunjukkan *self discipline* pada perempuan generasi Z mampu mengendalikan dirinya melalui disiplin diri dengan batasan guna menghindari pembelian impulsif. Berdasarkan *deliberate* pada perempuan generasi Z mampu menghindari berbelanja impulsif dengan pertimbangan dan perbandingan pada setiap produk sehingga keputusan yang dibuat akan lebih bijak dalam merencanakan pembelian *online*. Berdasarkan *work ethic* memiliki kemampuan mengontrol dirinya dengan baik melalui memprioritaskan kebutuhan terkait konsekuensi pada produk yang dibeli daripada keinginan sehingga kegiatan belanja *online* tidak mengganggu dirinya dikarenakan terhindar pembelian impulsif. Kenyamanan belanja *online* memudahkan perempuan generasi Z mengaksesnya mulai dari pencarian produk hingga proses pembayaran, melalui belanja *online* banyak keuntungan yang diperoleh seperti diskon dan *voucher* ongkos kirim setiap bulannya yang tidak ditemui ketika berbelanja secara langsung. Pada kelengkapan informasi memudahkan pembeli membuat keputusan pembelian melalui informasi yang dipaparkan pada setiap produk mengenai harga, deskripsi, ukuran, warna, serta melalui ulasan dari pembeli sebelumnya sebagai acuan perbandingan dan penilaian produk.

Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan *self control* memberi dampak positif terhadap perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z, dikarenakan tindakan kontrol diri yang dilakukan dapat mencegah adanya pemborosan dalam berbelanja *online*. Saran dari penelitian ini sebaiknya untuk tetap meningkatkan kemampuan dalam mengakses teknologi pada aplikasi belanja *online* agar tetap bijak dan terkendali ketika berbelanja *online*.

PRAKATA

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah-Nya sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “*Self Control* Dalam Perilaku Belanja *Online* Pada Perempuan Generasi Z Di Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi”. Penyusunan skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa adanya pihak -pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan, berkaitan dengan hal ini maka penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr.Ir. Iwan Taruna, M. Eng., IPM., selaku Rektor Universitas Jember.
2. Bapak Prof. Dr. Bambang Soepeno, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Muhammad Irfan Hilmi, M.Pd., selaku ketua Jurusan Ilmu Pendidikan dan ketua Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Universitas Jember sekaligus dosen penguji saya.
4. Ibu Deditiani Tri Indrianti, S.Pd., M.Sc. CQaR., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Sylva Alkornia, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Anggota.
5. Ibu Dr. Niswatul Imsiyah, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Penguji Utama.
6. Segenap Ibu dan Bapak Dosen Program Studi Pendidikan Luar Sekolah FKIP Universitas Jember yang telah memberikan pengetahuan serta bimbingan selama masa perkuliahan.

Dalam skripsi ini penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini.

Jember, 01 Juli 2024

Mira Ayu Nur Suryana
NIM. 170210201033

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
ABSTRACT.....	vi
RINGKASAN.....	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN TEORI	5
2.1 <i>Self Control</i>	5
2.1 Perilaku Belanja <i>Online</i>	8
2.3 Kajian Literatur.....	12
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	15
3.2 Subyek Penelitian.....	15
3.3 Desain Penelitian	16
3.4 Prosedur Penelitian	17
3.5 Pengumpulan Data Penelitian.....	18
3.6 Teknik Pemeriksa Keabsahan Data	20
3.7 Metode Analisis	22
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Data Pendukung.....	24
4.2 Paparan Data.....	25
4.3 Temuan Penelitian	38
4.4 Analisis Data Penelitian	41
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Desain Rancangan Alur Penelitian	17
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks Penelitian	53
Lampiran 2. Instrumen Penelitian.....	54
Lampiran 3. Pedoman Wawancara	55
Lampiran 4. Pedoman Dokumentasi.....	56
Lampiran 5. Daftar Informan Penelitian	57
Lampiran 6. Lembar Pedoman Wawancara	58
Lampiran 7. Hasil Wawancara	60
Lampiran 8. Surat Izin Penelitian dari Fakultas	72
Lampiran 9. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	73
Lampiran 10. Dokumentasi.....	74
Lampiran 11. Biodata Peneliti.....	78

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi di suatu negara salah satunya ditandai dengan tingginya tingkat konsumsi masyarakatnya. Indonesia menjadi salah satu negara dengan tingkat konsumsi yang tinggi berdasarkan riset data Badan Pusat Statistik (BPS), di tahun 2021 masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan Rp1.260.000 perbulan untuk konsumsi. Nilai tersebut terus bertambah dalam lima tahun terakhir. Salah satu yang menjadi tren saat ini adalah kegiatan bertransaksi atau berbelanja melalui media *online* terlebih sekarang banyak tersedia *website* dan aplikasi belanja *online* (*e-commerce*) walaupun hal tersebut bukanlah hal baru dalam kemajuan teknologi.

Pada era kemajuan teknologi, setiap masyarakat diharuskan dapat mengikuti setiap perkembangan ilmu pengetahuan dalam menggunakan sebuah teknologi yang selalu mengalami pembaharuan khususnya pada aplikasi belanja *online*. Kurangnya kemampuan individu dalam memahami, mengakses, dan menganalisis penggunaan teknologi dalam melakukan belanja *online* memungkinkan lebih mudah terpengaruh oleh informasi yang kurang akurat. Sehingga informasi yang diperoleh kemungkinan dikarenakan kurangnya pemahaman dalam mencari sebuah informasi secara detail. Hal tersebut berdampak dengan munculnya sifat konsumtif yang mana kurang baik karena perilaku belanja *online* kerap kali bukan dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan tetapi hanya untuk memenuhi keinginan belaka sehingga bisa terjadi tindakan pemborosan. Hal ini didukung dengan sering diadakannya program promo maupun diskon disetiap bulannya. Layanan gratis ongkos kirim dan *cashback* pun menjadi salah satu faktor pembeli sering melakukan transaksi *online*. Yang terbaru tatkala dalam aplikasi belanja *online* juga menyediakan pinjaman *online* dan juga fitur bayar nanti atau biasa diketahui dengan istilah mencicil setiap bulannya, hal tersebut menjadikan masyarakat tanpa enggan melakukan pembelian *online* meskipun sedang dalam keadaan tidak adanya *budget* untuk membeli produk *online*.

Selanjutnya melalui survei, membuktikan bahwa pelanggan belanja *online* lebih didominasi terhadap usia remaja atau biasa disebut juga generasi Z. Data survei tersebut dilakukan secara daring pada 13–18 April 2021 oleh Kadata Insight Center (KIC) terhadap 1.146 responden yang berusia 18 - 29 tahun, menunjukkan bahwa 82% responden yang berusia 18–26 tahun atau biasa disebut dengan generasi Z. Pada hasil survei Kadata Insight Center (KIC) yang lainnya, bahwa sebanyak 56,6% usia remaja di Indonesia tercatat pernah melakukan belanja *online* di *e-commerce* dalam tiga bulan terakhir atau sejak bulan Maret 2021. Berdasarkan hasil melalui survei Populix bahwa terdapat 54% masyarakat Indonesia lebih memilih berbelanja melalui *e-commerce*, yang mana generasi Z lebih mendominasi melakukan kegiatan tersebut. Sedangkan menurut Zhang, 2017 (dalam Salsabila & Mayangsari, 2020) melalui data *Accenture*, Generasi Z merupakan generasi muda yang paham terhadap teknologi digital, yang mana membuat mereka seringkali melakukan perilaku impulsif dan mencari jalur paling efektif untuk membeli barang.

Wijaya (2020) mengemukakan bahwa generasi Z biasa dikenal dengan sebutan *iGeneration*, generasi net atau generasi internet merupakan generasi yang terlahir antara tahun 1995–2012, yang mana memasuki usia sekolah maupun usia memasuki dunia kerja. Generasi Z ada bersamaan pada masa transisi perkembangan teknologi yang bervariasi. Hal tersebut menjadikan generasi ini lebih menyukai sesuatu hal yang instan dan praktis, yang mana juga mempengaruhi tindakan dan pola pikir mereka dalam kesehariannya. Sehingga generasi Z sangatlah bergantung pada teknologi dalam melaksanakan segala aktivitasnya. Di samping itu tak luput dari pengetahuan perempuan generasi Z dalam memiliki kemampuan mengolah dan mengoperasikan berbagai macam digital *online* untuk mendapatkan sebuah informasi secara lengkap dan nyata khususnya dalam melakukan belanja *online*.

Hal tersebut terjadi di Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi, lebih tepatnya terletak pada RW 07 dan RW 08 di Dusun Canga'an yang berdasarkan pengamatan peneliti dimana hampir setiap hari terdapat kurir jasa ekspedisi pengiriman barang mengantarkan produk dari pembelian *online* dan

konsumen kebanyakan berasal dari generasi Z khususnya kaum perempuan. Objek pada penelitian ini ditujukan untuk perempuan khususnya untuk generasi Z. Mengapa demikian karena, menurut Utami & Sumaryono (dalam Erlynawati, 2016) dalam penelitiannya memprioritaskan kepada perempuan sebab perempuan cenderung memiliki tingkat emosional yang lebih dibandingkan laki-laki. Lalu menurut Sultan, dkk, 2012 (dalam Dwiputra, 2021) untuk menilai dampak dari individu yang dilaksanakan dengan menguji dalam pengendalian diri dapat menekan adanya kegiatan pembelian *online*. Hal tersebut bisa dilihat apabila tingkat kontrol diri seorang individu tinggi, maka dapat menahan suatu sesuatu kegiatan yang bersifat impulsif.

Dengan banyaknya generasi Z melakukan transaksi belanja *online* tersebut apakah memang didasari dengan adanya kebutuhan atau hanya untuk memenuhi keinginan semata, dan apakah para konsumen melibatkan *self control* ketika memutuskan untuk membeli produk *online* melalui kemampuan pengetahuan dalam memahami dan mengakses informasi pada aplikasi belanja *online*. Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti ingin memilih judul “*Self Control* dalam Perilaku Belanja *Online* Pada Perempuan Generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik merumuskan dalam sebuah pertanyaan penelitian yaitu “Bagaimanakah *Self Control* Dalam Perilaku Belanja *Online* pada Perempuan Generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai berdasarkan rumusan masalah yaitu untuk mendeskripsikan *self control* dalam perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada manfaat penelitian ini dibagi menjadi 2 bagian yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian nantinya diharapkan dapat bermanfaat guna menambah pengetahuan, wawasan, informasi, referensi, literatur untuk salah satu bentuk pengembangan diri khususnya dari penerapan materi yang diperoleh peneliti selama menjalani perkuliahan. Serta diharapkan nantinya dapat bermanfaat sebagai referensi secara teoritis sebagai pengembangan dari keilmuan Pendidikan Luar Sekolah

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian nantinya diharapkan dapat bermanfaat bagi pengambil kebijakan, khususnya kebijakan melalui informasi yang didapatkan dari penelitian ini sehingga dapat membantu dalam mengambil keputusan. Serta penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan lebih sempurna lagi.

BAB 2. TINJAUAN TEORI

2.1 Self Control

Kontrol diri merupakan kemampuan yang dimiliki setiap individu, namun tingkat kontrol diri setiap individu itu berbeda. Dengan dimilikinya kontrol diri tersebut menjadikan individu bisa mengarahkan suatu perilaku ketika berkegiatan di kehidupan sehari – hari. Kontrol diri salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat dilingkungan sekitarnya. Menurut Tangney, dkk 2004 (dalam Mulyani, 2016) menyatakan bahwa “*Central to our concept of self control is the ability to override or change one’s inner response, as well as to interrupt undesired behavioral tendencies and refrain from acting on them*”. *Self control* atau kontrol diri adalah suatu kompetensi diri yang harus dimiliki oleh setiap orang agar dapat mengimbangi suatu perilaku agar tidak bertentangan dengan norma sosial. Maka dari itu konsep mengendalikan kontrol diri adalah untuk menekan suatu tindakan maupun perilaku yang tidak diinginkan atau menyimpang.

Goldfried dan Merbaum (dalam Muharsih, 2008:16) menyatakan kontrol diri sebagai kemampuan dalam mengatur, menuntun, menyusun, mengarahkan suatu perilaku yang mana bisa membawa individu ke arah yang positif. Terjemahan Kartini Kartono, 2002 (dalam Mulyani, 2016) Chaplin mendefinisikan bahwa kontrol diri adalah suatu kemampuan dalam menuntun perilaku diri serta menahan suatu tingkah laku impulsif. Pengendalian diri dimiliki guna untuk mengatur tingkah laku individu serta menekan tingkah laku implusif yang dapat memberikan dampak negatif dan mengarahkan pada konsekuensi yang lebih positif.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa setiap inividu memiliki sebuah kontrol diri yang merupakan suatu kompetensi atau kemampuan dasar yang berguna untuk membentengi, mengatur, membimbing, dan mengelola diri agar tidak melakukan suatu tindakan implusif dan bisa mengarahkan diri pada tindakan

positif. Tingkat kontrol diri pada setiap individu berbeda maka karena itu kemampuan kontrol diri bisa dikembangkan selama hidupnya agar hidup tetap berjalan secara seimbang tanpa adanya perilaku yang menyimpang.

Seorang individu yang memasuki usia dewasa dianggap mampu membuat sebuah keputusan maupun penilaian terhadap suatu hal atas dirinya sendiri. Mereka dianggap bisa menilai suatu hal yang baik untuk dirinya dan bertanggung jawab atas pilihan yang dikehendaki. Menurut Budani & Larasati, 2019 (Ghufron & Risnawati, 2010) bertambahnya usia seorang individu mempengaruhi tingkat kontrol diri yang dimiliki, sehingga hal tersebut dapat mengurangi potensi dalam melakukan kegiatan yang impulsif. Tangney, Baumeister, dan Boone, 2004 (dalam Ursia dkk, 2013) mengusulkan bahwa terdapat beberapa aspek dari *self control*, pada penelitian ini, peneliti mengkaji dari aspek *self discipline dan deliberate / nonimpulsive*, dan *work ethic*, sebagai berikut :

2.1.1 *Self Discipline*

Kehendak seorang individu dalam kemampuan mengarahkan serta mengendalikan diri saat melakukan aktivitas secara disiplin sehingga perilaku yang dilakukan tidak merugikan dirinya ataupun orang lain. Bryant, 2011 (dalam Arofah, 2017) menerangkan bahwa *self discipline* adalah sebuah kemampuan seseorang guna membimbing (*direction*) dan mengelola (*regulate*) setiap unsur pada dirinya yang nantinya individu tersebut mampu mengendalikan setiap perilakunya. Sehingga individu yang memiliki pengendalian diri dan kemampuan yang baik dalam mengendalikan emosional nantinya berpengaruh juga dengan kontrol dirinya. Apabila individu tersebut bisa memiliki *self discipline* yang baik maka dapat dipastikan bahwa individu menanamkan sifat tegas akan dirinya dalam menentukan suatu hal. Untuk menghindari sebuah tindakan impulsif yang dapat merugikan diri sendiri yakni dengan mengatur pola perilaku positif yang dipacu dengan mempertahankan peran efektif kontrol diri individu sehingga dapat meminimalisir adanya sebuah keinginan dalam berbelanja *online*. Jadi dapat disimpulkan bahwa individu yang memiliki sifat *self discipline* bisa dikatakan yang paling bertanggung jawab atas segala perilakunya

sendiri untuk dialihkan pada kegiatan-kegiatan yang bermanfaat tanpa pengaruh arahan dari orang lain.

2.1.2 *Deliberate / Nonimpulsive*

Keputusan seorang individu dalam melaksanakan sesuatu tindakan yang di dasari berdasarkan sebuah pertimbangan tertentu secara sengaja, yang mana bersifat hati-hati, dan tidak tergesa-gesa. Karena apabila melakukan sebuah pembelian produk *online* secara sengaja atau tidak impulsif artinya telah melakukan sebuah pembelian secara rasional dan memiliki kontrol diri terhadap apa yang akan dilakukan. Yang sebelumnya telah melakukan serangkaian perbandingan sebuah gambaran jangka panjang terhadap pengambilan keputusan yang diambil. Sehingga harus benar-benar diperhitungkan secara matang agar menghindari sebuah penyesalan diakhir.

Hal ini juga berpengaruh dengan tindakan generasi Z dalam perilaku belanja *online* apabila kontrol dalam dirinya kurang dikarenakan generasi Z dikenal menyukai suatu hal yang bersifat instan dan praktis. Namun dalam melakukan sebuah pembelian *online* akan melakukan sebuah penilaian terhadap produk yang akan dibeli termasuk sebuah kebutuhan ataupun hanya sebuah keinginan yang dapat memicu sebuah penyesalan dikarenakan untuk memenuhi sebuah hasrat semata. Menurut Yu & Wu, 2007 (dalam Widiyanto & Prasilowati, 2015) Besar atau kecilnya kemauan individu untuk berbelanja *online* berkaitan pada banyak sedikitnya manfaat yang diperoleh ketika berbelanja *online* dibandingkan dengan akibat yang mungkin dialaminya. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi suatu hal sebisa mungkin tetap menghadapinya dengan keadaan tenang, tidak tergesa-gesa, secara sengaja, dan tidak mendahulukan nafsu agar hasil yang didapatkan kelak sesuai dengan apa yang diharapkan yang mana berkaitan dengan berbelanja *online* apabila dikarenakan tindakan impulsif maka bisa dipastikan dampak yang didapat pun kurang baik.

2.1.3 *Work Ethic*

Berkaitan dengan kemampuan individu dalam menyelesaikan pekerjaan dengan baik tanpa dipengaruhi oleh hal-hal diluar tugasnya meskipun hal tersebut bersifat menyenangkan, hal ini juga dipengaruhi dengan adanya kontrol diri yang dikaitkan

dengan *impulse control* dalam berbelanja *online* cenderung terjadi. Maka dari itu apabila ingin memiliki regulasi diri yang kuat dibutuhkan juga kontrol diri yang kuat pula. Menurut Woolfolk, 2009 (dalam Fajrina & Hartati, 2014) regulasi diri merupakan sebuah proses untuk memacu dan menjaga pikiran, tingkah laku, dan emosi guna mencapai sebuah tujuan. Maka dari itu berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kusumadewi (2011) menghasilkan bahwa apabila regulasi diri pada individu kurang baik maka akan mempengaruhi terkait mengontrol pengendalian perilakunya. Jadi dapat disimpulkan bahwa individu yang memiliki regulasi diri yang baik maka kontrol diri yang dimiliki harus seimbang sehingga bisa terhindar dari pengaruh dari hal lain meskipun hal yang ditawarkan bersifat menyenangkan. Hal tersebut berkaitan dengan perilaku belanja *online*, ketika regulasi diri diimbangi dengan kontrol diri maka penawaran–penawaran yang tersedia di *e-commerce* tidak akan mempengaruhi individu untuk melakukan pembelian sebuah produk kecuali produk tersebut merupakan sebuah kebutuhan bukan hanya keinginan.

Jadi berdasarkan beberapa paparan di atas, penulis bisa menyimpulkan bahwa setiap individu haruslah memiliki beberapa aspek kontrol diri dalam dirinya untuk melakukan kesehariannya, agar menghindari setidaknya perilaku yang dapat merugikan diri maupun orang lain. Karena apabila dalam dirinya tertanam sebuah aturan – aturan yang dibangun oleh dirinya maka halangan dari faktor eksternal contoh arahan dari orang luar tidak akan ia lakukan guna mempertahankan aturan yang dibangun sebelumnya sehingga terhindar dari adanya perilaku impulsif.

2.1 Perilaku Belanja Online

Di era digital yang semakin canggih memudahkan masyarakat melakukan aktivitas kesehariannya, salah satunya dengan berbelanja melalui internet. Meskipun hal tersebut ada sejak lama nyatanya seiring bertambahnya tahun lebih banyak digemari masyarakat. Menurut Aldrich, 2011 (dalam Harahap & Amanah, 2018), belanja *online* pertama kali dikenalkan oleh pengusaha Inggris Michael Aldrich tahun 1979. Perilaku belanja *online* mengacu pada proses pembelian produk dan jasa *online*.

Kekhasan dari proses membeli melalui media *online* adalah ketika konsumen yang berpotensi menggunakan internet dan mencari – cari informasi yang berkaitan dengan barang atau jasa yang mereka butuhkan. Menurut Liang dan Lai (2002) perilaku pembelian *online* merupakan proses belanja barang atau jasa melalui internet. Dimana pada tahap pembelian *online* terdapat adanya tahapan yang berbeda dengan pembelian secara langsung.

Berdasarkan kesibukan dan padatnya jadwal setiap individu yang berbeda, berbelanja *online* menjadi salah satu alternatif yang dipilih ketika hendak membeli suatu barang karena terdapat lebih banyak keunggulan dibanding berbelanja secara konvensional. Menurut Brand, 2014 (dalam Harahap & Amanah, 2018) pada hari kerja selama seminggu, konsumen mempunyai waktu lebih sedikit, sehingga bagi kebanyakan konsumen media *online* merupakan kesempatan bagus dalam melakukan transaksi secara cepat. Bajaj dan Nag (2000), mengemukakan bahwa *e-commerce* membantu melaksanakan transaksi konvensional dengan cara – cara baru mengirim dan memproses informasi, karenanya merupakan inti dari segala kegiatan komersil. Keunggulan yang didapat para pembeli ketika berbelanja *online* menurut Juju & Maya, 2010 (dalam Sari, 2015) sebagai berikut : 1) Meminimalisir dana yang dikeluarkan, 2) Produk yang dibeli akan diantarkan ke alamat rumah 3) Pembayaran yang dilakukan lebih simpel melalui transfer, 4) Harga lebih terjangkau dan bisa melakukan perbandingan harga dengan beberapa toko lain yang ada melalui *e-commerce*.

Berdasarkan pendapat dari beberapa para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku belanja *online* berbeda dengan cara konvensional dilihat tahapan – tahapan yang dilakukan dimana melalui berbelanja *online* dirasa lebih banyak keunggulan yang terdapat banyak kemudahan yang didapat. Apalagi masyarakat di era sekarang lebih menyukai kegiatan yang praktis dan instan meskipun tren berbelanja melalui aplikasi *online* bukanlah hal baru lagi namun seiring bergantinya tahun, inovasi fitur – fitur yang ditawarkan pun lebih mudah dijangkau semua kalangan masyarakat.

Perilaku belanja *online* berfokus pada proses pembelian produk dan jasa melalui internet yang mana menjadi sebuah alternatif pembelian barang dan jasa yang telah

berkembang dari berbagai segi pelayanan, efektifitas, keamanan, maupun popularitas. Perubahan perilaku belanja *online* melalui belanja *online* dapat dilihat dari banyaknya bisnis *online shop* yang menawarkan berbagai macam kebutuhan dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan di toko maupun *mall*.

Pada penelitian Tomczyk & Eger (2020) menunjukkan bahwa literasi digital berhubungan erat dengan belanja *online*, dikarenakan ketika hendak berbelanja *online* membutuhkan suatu pemahaman terkait dengan penggunaan internet salah satunya dapat diukur dengan kemampuan terkait literasi digital yang dimiliki. Sehingga dengan adanya literasi digital perempuan generasi Z memungkinkan mencari sebuah informasi terkait menemukan, memahami, dan menilai sebuah informasi produk pada aplikasi belanja *online*. Selanjutnya pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki tersebut juga berdampak pada kontrol dirinya dalam memutuskan sebuah pembelian *online*. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian *online*, menurut Kotler & Amstrong, 2001 (dalam Septianingsih, 2020) ada empat faktor yang meliputi kenyamanan, kelengkapan informasi, waktu dan kepercayaan konsumen. Pada penelitian ini, peneliti memilih mengkaji faktor yang telah dinyatakan oleh Kotler & Amstrong (2001) yaitu kenyamanan dan kelengkapan informasi, yakni sebagai berikut:

2.2.1 Kenyamanan

Ketika berbelanja *online*, konsumen tidak perlu melakukan pembelian seperti cara konvensional yang mana harus datang ke toko. Konsumen bisa melakukan belanja *online* kapanpun dan dimanapun berada tanpa bersusah payah selama mempunyai koneksi internet. Menurut Palvia, 2009 (dalam Burhanuddin, 2018) kenyamanan dalam berbelanja *online* yaitu kenyamanan yang didapatkan oleh pembeli ketika melakukan sebuah pembelian produk melalui *online*. Selanjutnya menurut Monsuwe, et al., 2004 (dalam Mahkota, dkk, 2014) kenyamanan merupakan sebuah hasil dari kepuasan dan kenikmatan pada saat pengalaman belanja *online*, bukan pada saat tahap-tahap belanja selesai. Kenyamanan menjadi salah satu faktor seorang calon pembeli cenderung memilih melakukan sebuah pembelian *online*. Kenyamanan yang dirasakan memberi dampak baik terhadap konsumen, sehingga konsumen memilih

melakukan pembelian lebih dari sekali. Kenyamanan yang didapatkan pun beragam yakni kemudahan dalam mencari sebuah produk, bisa membandingkan produk dari satu toko dengan toko lainnya berdasarkan kualitas bahan, warna, model, ukuran, harga, serta penilain konsumen yang telah membeli produk tersebut. Pemilihan waktu ketika hendak melakukan sebuah pembelian pun berdasarkan ketersediaan calon pembeli dikarenakan mengakses aplikasi belanja *online* tersedia selama dua puluh empat jam. Kemudahan ketika melakukan pembayaran pun menjadi salah satu faktor kenyamanan yang didapat, dan produk akan diantarkan ke alamat pembeli sehingga tidak memerlukan tenaga dan biaya transport untuk melakukan pembelian secara *online*.

2.2.2 Kelengkapan Informasi

Meskipun konsumen tidak dapat berinteraksi secara langsung terhadap pegawai toko dan produk yang ditawarkan, informasi mengenai produk akan dipaparkan secara detail pada deskripsi dan apabila kurang paham akan informasi tersebut konsumen bisa mengirim pesan kepada admin *online shop* tersebut melalui fasilitas yang disediakan. Mencari sebuah informasi terkait produk yang dijual pun bisa diakses kapan dan dimana saja selama adanya koneksi internet. Menurut Shim, Shin, & Nottingham, 2002 (dalam Hasibuan & Rambe, 2020) menjelaskan bahwa tingkah laku konsumen secara *online* dipengaruhi berdasarkan adanya sebuah informasi yang umum, rancangan *website* yang memikat, dan keleluasaan dalam melakukan kegiatan pembelian *online*. Selanjutnya, Adi, 2013 (dalam Hasibuan & Rambe, 2020) memaparkan bahwa daya tarik *posting messages* dan popularitas menjadi alasan sebuah kehendak seorang individu dalam melakukan sebuah transaksi secara *online*. Dengan adanya sebuah informasi mengenai toko maupun produk yang dijual di toko *online* serta penilaian–penilaian dari konsumen mengenai *rating* toko dan produk menjadikan sebuah tolak ukur seorang pembeli ketika hendak melakukan kegiatan belanja *online*. Semakin baik *rating* sebuah toko serta produk yang dijual akan meningkatkan sebuah kepercayaan dari pembeli. Jadi dapat disimpulkan bahwa calon pembeli sebelum melakukan sebuah pembelian *online* melakukan pencarian terlebih dahulu terkait

informasi dari sebuah toko dan produk di *e-commerce* guna menimbang baik dan buruk akan kualitas produk yang hendak dibeli yang mana hal tersebut dilakukan guna menghindari sebuah penyesalan apabila produk yang akan dibeli tidak sesuai seperti apa yang diinginkan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, penulis bisa menyimpulkan bahwa belanja *online* merupakan proses atau aktivitas jual beli barang atau jasa melalui media *online* yang mana langkah-langkahnya berbeda dengan pembelian secara konvensional. Selain itu melalui *online shop* lebih memiliki beberapa keunggulan dibandingkan mendatangi toko secara langsung, yang mana kebanyakan generasi Z lebih memilih pembelian *online* dikarenakan faktor – faktor dalam memutuskan melakukan pembelian *online* lebih disukai mereka yang menyukai suatu hal yang bersifat instan dan praktis.

2.3 Kajian Literatur

Penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan dalam melaksanakan penelitian. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian mengenai *self control* dalam perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Hasil penelitian
1.	Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol 9, No. 2, 2018	Perilaku Belanja <i>Online</i> Indonesia: Studi Kasus	Perilaku transaksi <i>online</i> di Indonesia didasari oleh beberapa faktor yaitu: kepercayaan, harga, kenyamanan, kemudahan dan ketersediaan yang mana paling utama menjadi alasan pembeli melakukan belanja di toko <i>online</i> dan faktor lainnya seperti ; keamanan, kualitas produk, <i>website design</i> dan perilaku konsumtif. Dari beberapa temuan penelitian perilaku belanja <i>online</i> menunjukkan tren konsumen memilih berbelanja <i>online</i> dibandingkan belanja konvensional.

No.	Peneliti	Judul	Hasil penelitian
			Hal ini nantinya berdampak kepada toko <i>online</i> yang menyediakan produk berupa produk atau jasa untuk mencukupi kebutuhan dan keinginan pembeli. Toko <i>online</i> harus cekatan dan aktif guna menjalankan usahanya agar pembeli segan berbelanja di tokonya. Lain halnya pembeli memiliki banyak pilihan dalam berbelanja <i>online</i> dalam memenuhi kebutuhannya di toko <i>online</i> .
2.	Dira Sarah Diba. Psikoborneo, vol 1, No. 3, 2013:185-191	Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin di Samarinda	Hasil penelitian diketahui bahwa kontrol diri berperan atas pembelian impulsif berdasarkan perbedaan jenis kelamin remaja. Temuan hasil penelitian bisa dilihat bahwa remaja putri lebih sering melakukan pembelian impulsif dikarenakan rendahnya pengendalian diri mudah terganggu stimulus-stimulus dari luar. Sedangkan remaja putra lebih bisa mengendalikan diri agar tidak melakukan pembelian impulsif dengan melakukan sebuah pertimbangan secara detail sebelumnya.
3.	Wanda Fitri, Jed S. P, Fadhilah, Siska N. E. Jurnal Al-Qalb Volume12, No. 2, September 2022	Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Bonjol Padang Pengguna Shopee di Masa Pandemi COVID19	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan berperilaku konsumtif karena adanya rasa nyaman, kemudahan, harga lebih terjangkau, serta kepuasan diri namun berdampak negatif terhadap diri seperti terjadinya pemborosan, impulsif, berfoya-foya hanya sekedar untuk memenuhi <i>life style</i> .
4.	Distiani Kusuma, Fitria Berlian	Pengaruh Orientasi Belanja	Hasil temuan diketahui bahwa orientasi berlanja mempengaruhi

No.	Peneliti	Judul	Hasil penelitian
	Gressy Septarini. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi Vol. 2, No. 3, Desember 2013	Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara <i>Online</i> Pada Pengguna <i>Online</i> <i>Shop</i>	intensi pembelian secara <i>online</i> , penelitian ini juga terdapat orientasi <i>shopping enjoyment</i> , <i>convenience/time consciousness</i> dan <i>in-home shopping tendency</i> berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian secara <i>online</i> , sedangkan <i>brand/fashion</i> <i>consciousness</i> , <i>price</i> <i>consciousness</i> , <i>shopping</i> <i>confidence</i> dan <i>brand/store loyalty</i> tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Tabel di atas merupakan beberapa penelitian terdahulu yang mana relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan karena berkaitan dengan *self control* dalam perilaku belanja *online*, namun pada penelitian di atas juga terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu penelitian terdahulu fokus pada hubungan dan pengaruh *self control* dalam perilaku belanja *online*, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan fokus pada *self control* dalam memutuskan perilaku belanja *online*, selain itu metode penelitian, subjek, objek dan tempat penelitian yang berbeda dengan penelitian terdahulu.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan tempat penelitian menggunakan teknik *purposive area*. Teknik *purposive area* merupakan sebuah teknik pemilihan suatu tempat yang dipilih secara sengaja berdasarkan pertimbangan adanya suatu fenomena atau masalah yang terjadi (Sugiyono, 2010). Sehingga peneliti memilih penelitian ini dilakukan di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi dengan alasan penetapan tempat penelitian ini dikarenakan di daerah tersebut tak sedikit perempuan generasi Z yang melakukan transaksi belanja *online* sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimanakah *self control* dalam perilaku belanja *online* pada para perempuan generasi Z, serta sebelumnya tidak ada penelitian yang dilakukan di tempat tersebut sesuai dengan judul yang diambil oleh peneliti.

Waktu yang diperlukan dalam penelitian adalah selama 4 bulan pelaksanaan dimulai pada bulan Desember 2023 hingga Maret 2024 dengan rincian waktu yakni: 2 bulan pra penelitian, 1 bulan penelitian, dan 1 bulan untuk menyusun laporan hasil penelitian.

3.2 Subyek Penelitian

Subyek penelitian berisi informasi mengenai informan penelitian (Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Jember, 2023). Adapun generasi Z merupakan generasi yang lahir pada kurun waktu 1997 – 2013 yang mana berusia antara 11 – 27 tahun, peneliti menentukan informan kunci yang dipilih yakni perempuan generasi Z yang berusia 19 – 25 tahun. Sedangkan informan pendukung pada penelitian ini yaitu orangtua atau suami dari perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Dengan menetapkan jumlah informan kunci sebanyak 10 perempuan generasi Z dikarenakan dengan jumlah tersebut peneliti mendapatkan beragam perspektif dan pengalaman yang cukup untuk menggali

fenomena yang diteliti. Menurut Strauss & Corbin (1998) saturasi teoritis terjadi apabila proses pengambilan data tambahan tidak lagi memberi informasi baru atau tambahan yang signifikan, sehingga jumlah informan sebanyak 10 orang seringkali sudah cukup untuk mencapai saturasi ini.

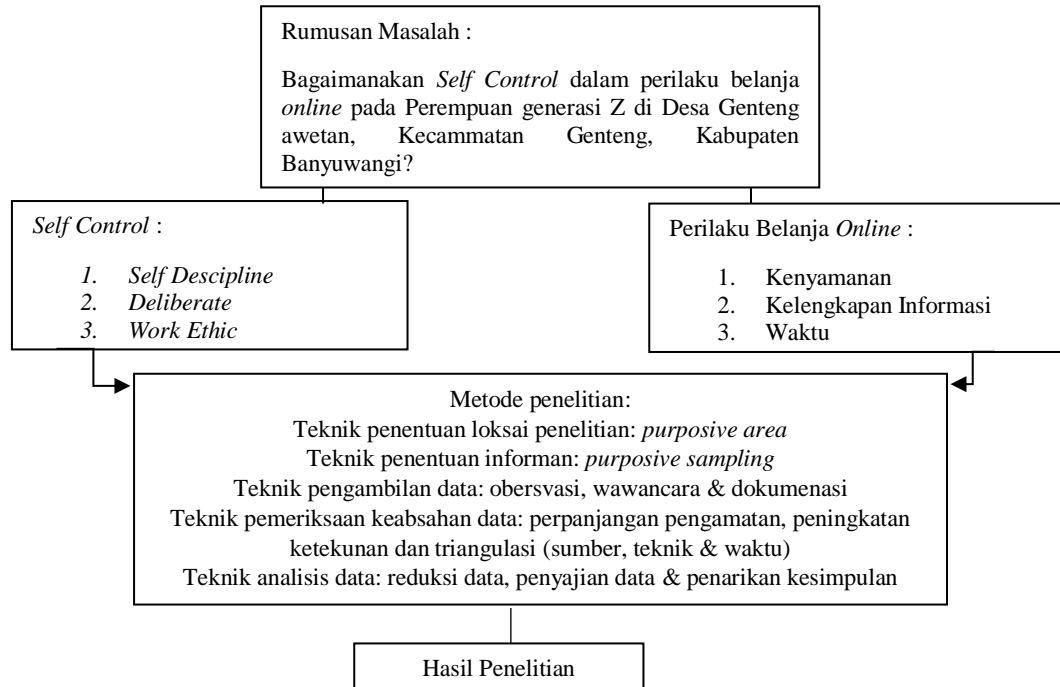
Teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) “*purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu”. Dengan pertimbangan khusus alasan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dikarenakan tidak semua sampel memenuhi kriteria yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Kriteria yang diambil peneliti yakni perempuan generasi Z yang melakukan pembelian dengan frekuensi minimal dua kali dalam dua bulan terakhir pada bulan November dan Desember tahun 2023. Serta fokus pada informan yang menggunakan satu aplikasi belanja *online* dalam melakukan belanja *online*.

3.3 Desain Penelitian

Tingkat akurasi data tergantung pada kemampuan peneliti, sehingga peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif yang berguna untuk mencari data, mengumpulkan data, mengolah data, dan menganalisis data yang sudah diperoleh selama penelitian tentang *self control* dalam perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Penelitian deskriptif menurut Bob dan Taylor (dalam Moleong, 2017) menyatakan memperoleh segala gejala maupun fenomena yang dilihat, didengar, dan dibaca dengan apa adanya.

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif. Definisi penelitian kualitatif yakni tentang mengetahui sesuatu fenomena yang dialami subyek penelitian berdasarkan tingkah laku, impresi, motivasi, aktivitas, dll secara holistic dan berbentuk deskripsi kata-kata dan bahasa pada sebuah konteks khusus yang alamiah dan dengan menggunakan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2017).

Berikut ada rancangan penelitian yang akan dilaksanakan :



Gambar 3. 1 Desain Rancangan Alur Penelitian

3.4 Prosedur Penelitian

Pada penelitian ini peneliti ditetapkan sebagai *human instrument* yang bertugas untuk menentukan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, lalu mengumpulkan data penelitian, menimbang kualitas data, menguraikan data, menafsirkan data, serta menulis kesimpulan berdasarkan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana jenis penelitian yang dipilih yaitu penelitian deskriptif berupa kata-kata tulisan. Fokus pada penelitian ini yakni *self control* dalam perilaku belanja *online* pada Perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Pada penentuan informan menggunakan *purposive sampling* Dimana yang menjadi informan kunci pada penelitian ini yaitu perempuan generasi Z yang ada di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi tepatnya pada RW 07 dan RW 08,

sedangkan untuk informan pendukung dalam penelitian ini yaitu orang terdekat perempuan generasi Z meliputi orang tua ataupun suami.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa Teknik yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan untuk mengetahui kevalidan dan kebenaran data yang dianalisis dari hasil penelitian sesuai dengan pokok permasalahan dari fokus penelitian. Yakni dengan menggunakan teknik perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekukan pengamatan, dan triangulasi yang terdiri dari triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

Analisis dan penyajian data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Dalam reduksi data peneliti mencerna kembali seluruh data yang didapat melalui teknik wawancara, observasi, dan lainnya kemudian melakukan tinjauan kembali terkait data yang telah terkumpul ketika wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya peneliti berupaya mengkonsentrasikan hasil data yang sudah didapat dengan fokus penelitian sehingga akan memperoleh jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penyajian data memaparkan data yang sudah diperoleh terkait hasil di lapangan mengenai *self control* dalam perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z yang telah dikelompokkan dalam bentuk tabel, uraian singkat dan sebagainya yang bersifat deskriptif berbentuk naratif. Selanjutnya verifikasi data yakni data yang telah dianalisis lalu menarik kesimpulan sesuai tujuan penelitian sehingga hasil akhir dari penelitian mampu menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan. Hasil penelitian yang telah terkumpul dikaji kembali dengan menyamakan reduksi data dan penyajian data supaya kesimpulan yang telah diperiksa dapat disetujui untuk ditulis sebagai laporan yang mempunyai tingkat kepercayaan yang tepat.

3.5 Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah prosedur yang dilakukan guna mendapatkan data terkait penelitian yang sedang dikaji. Dalam penelitian ini peneliti

menggunakan teknik pengumpulan data yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi Partisipatif

Dalam penelitian ini menggunakan metode observasi partisipatif berdasarkan pedoman observasi guna mengetahui kevalidan hasil dari wawancara yang telah diberikan oleh informan. Menurut Sugiyono (2010), menyatakan bahwa observasi merupakan metode untuk mengamati serta melakukan pencatatan yang dilakukan secara sistematis tidak hanya orang, namun juga objek – objek lain seperti alam, dll. Tujuan dilakukan observasi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi yang sesungguhnya terjadi dalam kegiatan belanja *online* terkait *self control* terhadap perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi.

2. Wawancara Terstruktur

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur untuk bertanya mengenai data inti yang ingin diraih selama di lapangan kepada perempuan generasi Z selaku informan kunci serta orang tua dan suami dari perempuan generasi Z sebagai informan pendukung di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi yang telah memenuhi kriteria terkait dengan masalah yang hendak diteliti sesuai dengan paparan di BAB 1 pendahuluan sebelumnya. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab secara mendalam antara peneliti dengan informan guna memperoleh informasi sebanyak-banyaknya. Menurut Sugiyono (2010) menyatakan penyusunan panduan wawancara juga harus dirancang secara tepat sehingga dapat menjamin perolehan data penelitian yang valid. Wawancara yang dilakukan bersifat terstruktur sehingga peneliti menggunakan pedoman wawancara guna memperoleh data yang nantinya peneliti catat dan rekam apa sesuai dengan apa yang telah disampaikan oleh informan.

3. Dokumentasi

Peneliti menggunakan dokumentasi untuk memperoleh data berupa gambar, rekaman, ataupun catatan-catatan penting yang berkaitan dengan penelitian. Melalui

teknik pengumpulan dokumentasi dapat membantu peneliti untuk memperoleh data ketika di lapangan sebagai pelengkap dari menggunakan metode observasi dan wawancara. Dokumentasi yang diraih peneliti ketika di lapangan yakni segala kegiatan yang dilakukan untuk memperkuat data dari observasi dan wawancara terhadap informan yaitu perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi.

3.6 Teknik Pemeriksa Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif peneliti diharuskan bisa mengungkap suatu kebenaran secara objektif, dikarenakan keabsahan data sangatlah penting. Pemeriksaan keabsahan data merupakan teknik dilakukan untuk mengetahui bahwa data yang dianalisis akurat dan menunjukkan kebenaran sesuai dengan objek yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif data harus melalui uji keabsahan data atau uji kredibilitas yang memiliki beberapa kriteria yakni :

1. Perpanjangan Pengamatan

Pada penelitian ini, peneliti melakukan perpanjangan pengamatan ketika di lapangan dengan cara melakukan observasi dan wawancara satu bulan kepada perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Menurut Yusuf (2017) apabila peneliti tidak cukup yakin terhadap data yang diperoleh, maka peneliti perlu melakukan perpanjangan pengamatan kembali bersamaan dengan mengkaji serta menganalisis kembali data yang telah diperoleh. Setelah proses pengumpulan data selesai dari metode pengumpulan data yang dilakukan kemudian melakukan tinjauan data tersebut untuk diidentifikasi kekurangan data yang kurang, lalu peneliti melakukan penambahan waktu dan frekuensi pengumpulan data sehingga peneliti mendapatkan data tambahan dan lebih banyak perspektif data untuk membantu analisis nantinya dengan sebelum melakukan perpanjangan pengamatan telah memberi tahu dan mendapat persetujuan dari informan terkait perpanjangan pengamatan.

2. Peningkatan Ketekunan Pengamatan

Peneliti melakukan peningkatan ketekunan pengamatan guna memperoleh data yang detail dan valid. Menurut Lapau 2012 (dalam Yusuf 2017) dalam meningkatkan ketekunan pengamatan, peneliti dapat melakukan pengecekan ulang terhadap data yang telah diperoleh untuk memastikan benar atau tidak agar menjaga keabsahan data. Selama proses penelitian, peneliti membuat daftar kata kunci yang relevan dengan fokus dalam penelitian, kemudian mencari literatur melalui artikel, jurnal, dan buku yang relevan dengan mulai membaca dan menganalisis literatur tersebut untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pada penelitian tersebut agar dapat diisi pada penelitian ini. Selanjutnya membuat ringkasan singkat pada setiap artikel yang telah dipilih agar memudahkan peneliti dalam peninjauan ulang. Sehingga dari literatur tersebut memberikan landasan yang kuat dalam memastikan dan menjaga keabsahan data yang baik.

3. Triangulasi

Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu untuk memperoleh hasil data yang valid berdasarkan keadaan nyata yang ada di lapangan. Menurut Sugiyono (2016:241) mengatakan bahwa triangulasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data dan sumber yang telah didapat. Peneliti memilih beberapa teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

a. Triangulasi Sumber

Menurut Sugiyono (2017) Triangulasi sumber adalah triangulasi yang dilakukan dengan membaca, membandingkan dan menafsirkan data dari berbagai sumber penelitian. Implementasi teknik ini peneliti mengecek dan membandingkan sumber data hasil wawancara kepada informan kunci J dengan informan kunci R melalui pertanyaan yang sama untuk mengetahui salah satu sub

fokus *self discipline*, dari pernyataan yang diketahui apakah sama atau berbeda sehingga data yang dinyatakan sama maka dapat dikatakan valid.

b. Triangulasi Teknik

Menurut Sugiyono (2017) triangulasi teknik dilakukan dengan membaca, membandingkan serta menafsirkan data dari berbagai teknik penelitian yang dilakukan peneliti. Pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada implementasi teknik ini peneliti mengecek dan membandingkan hasil sumber data wawancara kepada informan yang sama dengan hasil observasi apakah relevan mengenai *self discipline* perempuan generasi Z sehingga menghasilkan data yang akurat dan valid serta dibuktikan dan didukung oleh hasil dokumentasi.

c. Triangulasi Waktu

Waktu mempengaruhi kredibilitas suatu data sehingga dilakukan triangulasi waktu guna mengecek data di waktu yang berbeda, hal tersebut dipengaruhi kondisi psikologis informan yang dinamis sesuai dengan situasi dan kondisi yang dialami ketika proses observasi dan wawancara. Implementasi pada teknik ini wawancara dilakukan pada rentang waktu yang berbeda, yakni pagi dan sore hari dikarenakan pada saat pagi hari informan memiliki pikiran yang masih segar dan belum banyak memiliki tekanan sehingga data yang diperoleh mengenai *self discipline* perempuan generasi Z akan lebih valid sehingga lebih kredibel pada saat sore hari. Apabila data yang diperoleh dari berbagai waktu yang berbeda tetap bersifat konsisten maka data dapat dikatakan valid.

3.7 Metode Analisis

Menurut Sugiyono (2016:244) mengatakan bahwa analisis data merupakan rangkaian mencari dan menyusun data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi secara sistematis, dengan cara mengelompokkan data dalam suatu kategori, menjabarkan dalam sub-sub bagian, melakukan sintesa, menyusun dalam suatu pola, memilah bagian penting yang akan dipelajari seta

membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa analisis data sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Peneliti melakukan tahap reduksi data dengan melakukan transkrip wawancara yang telah dilakukan dan meninjau kembali data observasi, kemudian membuat poin awal terhadap setiap sub fokus pada penelitian selanjutnya mengelompokkan dan menganalisis tema, sehingga peneliti dapat mengelola data secara efisien serta menemukan informasi yang relevan dan dapat membuat kesimpulan yang valid. Banyuwangi. Dalam Sugiyono (2017:247) menjelaskan bahwa reduksi data adalah proses merangkum, memilah hal – hal inti, fokus pada hal – hal penting, kemudian dicari tema serta polanya.

b. Penyajian Data

Peneliti menyajikan data yang telah diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara dan observasi. Kemudian menarasikan hasil temuan secara deskriptif agar memberikan gambaran yang mudah dipahami tentang penelitian yang telah dilakukan. Penyajian data yang baik membantu peneliti dalam penarikan kesimpulan yang valid dan dapat memberikan rekomendasi berdasarkan temuan penelitian. Menurut *Miles et al.* (dalam Sugiyono 2017:249) penyajian data dalam penelitian kualitatif yang paling sering digunakan adalah berupa teks yang bersifat naratif.

c. Verifikasi Data

Peneliti menggunakan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi Teknik untuk memverifikasi hasil temuan. Lalu menyamakan hasil konsistensi atau tidak. Kemudian melakukan validasi dengan membandingkan temuan penelitian dengan studi literatur sebelumnya, hal tersebut meningkatkan kepercayaan pada hasil penelitian. Langkah tersebut membantu peneliti dalam meningkatkan keakuratan hasil penelitian. Menurut *Miles et al.* (dalam Sugiyono 2017:252) langkah selanjutnya yakni melakukan penarikan kesimpulan dan analisis.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, peneliti menggali *self control* dalam perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Pembahasan ini merupakan tindak lanjut dari penggalan data dan pengumpulan data yang dilakukan peneliti selama di lapangan. Data yang telah terkumpul dari informan kunci akan diolah dan dideskripsikan dengan sangat jelas dan rinci sehingga dapat menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini.

4.1 Data Pendukung

Menurut sejarah mulanya Kecamatan Genteng merupakan satu wilayah yang meliputi empat desa, salah satunya Desa Genteng namun pada tahun 1995 wilayah tersebut terjadi pemekaran menjadi dua desa, yakni Desa Genteng Kulon dan Desa Genteng Wetan. Di Desa Genteng Wetan dibagi menjadi tiga dusun yakni Dusun Resomulyo, Dusun Krajan, Dusun Canga'an dengan total populasi penduduk sebanyak 21.100 penduduk dilahan seluas 153 ha (378 acre). Menurut informasi dari salah satu perangkat kantor Desa Genteng Wetan, Dusun Canga'an memiliki total penduduk sekitar 9.600 penduduk dengan total masyarakat kaum perempuan lebih mendominasi dibanding laki-laki. Masa jabatan Kepala Desa Genteng Wetan saat ini dipegang oleh Bapak H. Sukri yang menjabat sejak tahun 2019 lalu.

Latar belakang ekonomi di Dusun Canga'an sebagian besar berprofesi sebagai penjahit karena terkenal daerah penghasil karya tekstil salah satunya produk seragam sekolah dan songkok / peci yang sudah menembus pasar hingga seluruh Indonesia. Dari segi pendidikan, selain mengutamakan pendidikan formal masyarakat di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi juga menempuh pendidikan non formal disebuah pondok pesantren di daerah tersebut. Sejak kecil sudah mengikuti kegiatan mengaji yang sistemnya seperti pada jenjang di sekolah formal. Untuk wadah perkumpulan biasanya dilakukan setahun sekali ketika diadakan

halal bihalal yang diadakan pihak pesantren untuk para alumninya. Keberadaan desa yang terbilang terletak pada perkotaan kecil alhasil menjadikan penduduknya dengan mudah mengikuti perkembangan teknologi dalam penggunaan ponsel disetiap kesehariannya. Hal tersebut tidak luput dari kebiasaan berbelanja *online* yang mana setiap hari terdapat kurir yang mengantarkan produk dari pembelian *online* ke rumah konsumen.

4.2 Paparan Data

Hal ini didasarkan pada pengumpulan dan pengolahan data yang telah diperoleh di lapangan. Oleh karena itu, data yang dipaparkan dalam penelitian ini berkaitan dengan *self control* dalam perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

4.2.1 Self Control

Pada tahap ini, peneliti menggali informasi dari informan melalui instrument wawancara dengan triangulasi dan observasi. Berdasarkan fokus *self control* memiliki beberapa karakteristik adalah meliputi :

1. Self Discipline

Pada tahap ini menggali informasi tentang kedisiplinan diri perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi tepatnya di Dusun Canga'an dalam berperilaku khususnya ketika belanja *online* tetap terkendali. Diungkapkan oleh informan kunci Jasmin dalam menerapkan kedisiplinan diri dengan selalu membatasi dirinya dalam melakukan pembelian secara *online*, dengan melakukan kegiatan pembelian *online* minimal satu kali dalam sebulan maupun dengan membuat batasan terkait jumlah nominal yang dikeluarkan ketika hendak berbelanja. Informan kunci Berly pun menjadikan *online shopping* sebagai suatu hal positif karena menjadikan kegiatan berbelanja *online* sebagai *self reward* akan dirinya namun tetap membuat sebuah batasan dana dalam pembelian. Selain itu menurut informan kunci Nurul alasan agar pembelian *online* tetap terkendali dengan memilih dan memilah barang yang dibutuhkan.

Senada dengan informan kunci Nurul, informan kunci Renata juga memberikan pernyataan terkait cara mendisiplinkan diri dalam berbelanja *online* tetap terkendali, sebagai berikut: “Caranya yakni dengan membuat *to do list* barang -barang apa saja yang memang diperlukan untuk dibeli.”

Pernyataan di atas juga sejalan dengan pernyataan informan kunci Aida yang selalu memprioritaskan kebutuhan bukan keinginan. Hal tersebut menimbulkan sikap disiplin akan dirinya dikarenakan sudah ada sebuah aturan yang harus dilakukan dan dihindari dalam berbelanja *online*. Pernyataan lain disampaikan oleh informan kunci Bunga yang selalu mengingat limit dana yang dimiliki. Informan kunci Azka menyetujui terkait yang disampaikan informan kunci Bunga, untuk menghindari adanya sebuah *impulsive buying* yakni melakukan sebuah manajemen keuangan setiap bulannya serta selalu membuat catatan pengeluaran yang telah dilakukan sehingga keuangan tetap seimbang karena hanya membeli barang sesuai kebutuhan. Serta mengalokasikan sebagian dana yang dimiliki untuk dijadikan simpanan jangka panjang sehingga ketika terjadi sebuah keadaan darurat yang memerlukan sebuah dana maka tidak akan mengganggu kehidupannya karena sudah memiliki sebuah persiapan sebelumnya. Hal tersebut didapat dikarenakan adanya sifat disiplin dalam dirinya sehingga kehidupannya tetap terkendali meskipun ketika adanya pengaruh – pengaruh dari luar.

Selanjutnya informan kunci Vadia menyampaikan bahwa mendisiplinkan diri agar tetap terkendali dengan melakukan pembelian produk *online* pada waktu tertentu. Informan kunci Nata mengungkapkan cara agar tetap mendisiplinkan diri agar melakukan pembelian *online* tetap terkendali dengan mengurangi membuka aplikasi belanja *online* dengan menyibukkan diri. Hal senada diungkapkan informan kunci Jasmin, Berly, Nurul, Azka yang mengungkapkan sebagai berikut : “Mengatur waktu dalam bermain *gadget*, membuka *gadget* hanya untuk hal-hal penting, menghindari membuka aplikasi belanja jika memiliki waktu luang.”

Adanya kesibukan setiap harinya menjadikan intensitas dalam membuka ataupun bermain *handphone* akan berkurang dan akan membuka *handphone* ketika

adanya kepentingan saja. Hal tersebut pun berdampak dengan keinginan untuk membuka sebuah aplikasi belanja *online* menjadi berkurang dikarenakan sedikitnya waktu yang dimiliki, sehingga pembelian yang bersifat impulsif ataupun spontan akan terhindar.

Menurut informan kunci Putri mendisiplinkan diri ketika hendak melakukan pembelian sebuah produk yakni dengan berpikir akan kegunaan dan manfaat produk yang hendak dibeli apakah memang menjadi sebuah kebutuhan untuk dirinya atau tidak. Dikarenakan seringkali masyarakat khususnya kaum perempuan tergiur akan produk – produk yang sedang tren pada waktu tertentu, sehingga Putri selalu menahan diri untuk tidak mengikuti sebuah tren dengan membeli sebuah produk karena hal semacam itu memiliki jangka waktu pendek ketika sudah berganti tren maka produk tersebut tidak bisa dipakai kembali. Hal tersebut senada dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan kunci Aida, sebagai berikut : ”Dengan memprioritaskan kebutuhan bukan keinginan.” Dengan memilah dan memilih kegunaan serta manfaat sebuah produk menjadikan alasan sebuah pertimbangan keputusan dalam melakukan sebuah pembelian produk *online*. Sehingga ketika melakukan sebuah pembelian akan memilih produk – produk yang dibutuhkan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dan dibuktikan dengan observasi yang telah peneliti lakukan terkait kedisiplinan diri yang dimiliki perempuan generasi Z terlihat dengan adanya perilaku mengarahkan diri pada kegiatan lain dimana pada setiap individu memiliki berbagai cara yang berbeda untuk menghindari pembelian impulsif. Mendisiplinkan diri agar pembelian *online* tetap terkendali yakni dengan cara membatasi diri dalam berbelanja *online* dengan melakukan pembelian diwaktu tertentu serta sebelumnya telah membuat daftar barang–barang yang memang diperlukan. Agar terhindar dengan adanya sebuah pembelian secara impulsif yakni dengan cara mendisiplinkan diri terkait waktu bermain ponsel dengan melakukan kegiatan yang dapat mengalihkan fokus untuk mengurangi intensitas membuka dan bermain ponsel. Selanjutnya selalu memprioritaskan kebutuhan dibandingkan sebuah keinginan melihat kegunaan barang yang hendak dibeli apakah benar dibutuhkan atau tidak,

sehingga dana yang dimiliki tetap terjaga dengan mengalokasikan sebagai simpanan jangka panjang yang bisa diperlukan apabila terjadi sebuah keadaan darurat di masa depan. Kegiatan – kegiatan disiplin tersebut dapat mengendalikan kontrol diri pada perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi terhadap pengendalian dirinya menghindari sebuah pembelian impulsif dalam berbelanja *online*.

2. *Deliberate / Nonimpulsive*

Pada tahap ini menggali informasi tentang bagaimana cara perempuan generasi Z melakukan sebuah pertimbangan sebelum melakukan pembelian *online* sehingga dalam melakukan pembelian produk *online* dilakukan secara sengaja tanpa adanya kegiatan impulsif. Informan kunci Jasmin menyampaikan bahwa dalam hal mempertimbangkan suatu produk yaitu dengan dari segi kebutuhan atas produk tersebut berdasarkan kegunaan dan manfaat yang diperoleh pada sebuah produk. Sebagian besar dari semua informan mengungkapkan bahwa hal yang menjadi pertimbangan paling besar yakni ketika hendak melakukan pembelian produk *online* secara sengaja mempertimbangkan dari sebuah kebutuhan yang diperlukan sehingga meminimalisir terjadinya penyesalan apabila melakukan kegiatan belanja secara spontan.

Informan kunci Nurul mengungkapkan terkait pertimbangan yang dipilih dalam berbelanja *online* sebagai berikut: “Jadi sebelum membeli produk sudah dipertimbangkan dengan matang sesuai dengan kebutuhan saya sehingga jarang terjadi penyesalan dalam membeli *online*.”

Hal tersebut informan membedakan kebutuhan dan keinginan terhadap sebuah produk berdasarkan kebermanfaatan produk tersebut untuk dirinya apakah akan berguna atau tidak pada kesehariannya. Hal senada diungkapkan informan kunci Bunga, dalam berbelanja *online* seringkali membeli produk *fashion* dan kecantikan, sehingga sebelum memutuskan membeli produk tersebut memikirkan terlebih dahulu sejauh mana produk tersebut berguna untuk dirinya atau tidak.

Pernyataan lain juga diungkapkan oleh informan kunci Nata, dalam melakukan kegiatan pembelian *online* mempertimbangkan dari segi harga sebuah produk, yakni sebagai berikut : “Saya mempertimbangkan akan mahalny suatu produk, karena sebelum membeli barang tersebut harus menyesuaikan keuangan dan kebutuhan yang ada. Apalagi saya sudah mempunyai anak jadi harus tegas akan jumlah pengeluaran keuangan.”

Informan kunci Nata dalam melakukan sebuah pembelian produk melalui aplikasi *online* harus mempertimbangkan secara matang sesuai kebutuhan yang diperlukan dikarenakan sudah berkeluarga maka dalam mengambil sebuah keputusan bukan lagi tentang dirinya sendiri yang harus dipikirkan, apabila melakukan sebuah kegiatan impulsif dampak yang terjadi tidak hanya dirasakan oleh dirinya sendiri namun bisa berdampak pada orang – orang disekitarnya. Hal senada juga diungkapkan oleh informan kunci Aida bahwa kebutuhan, harga, adanya penawaran atau diskon maupun *voucher* menjadi salah satu pertimbangan dalam melakukan pembelian *online* karena akan mendapatkan harga menguntungkan sehingga kebutuhan terpenuhi dan dapat berhemat. Informan kunci Nurul menyetujui yang diungkapkan oleh informan kunci Aida, dengan adanya sebuah penawaran seperti diskon, *voucher* ataupun gratis ongkos kirim yang disediakan aplikasi belanja *online* ketika *event* tertentu saat adanya tanggal kembar atau peringatan hari tertentu pada setiap bulannya. Hal tersebut memberikan sebuah keuntungan yakni meminimalisir jumlah pengeluaran tiap bulannya, dan tentunya produk yang dibeli merupakan produk yang sebelumnya merupakan kebutuhan sehingga menghindari adanya sebuah penyesalan pembelian. Selanjutnya informan kunci Berly juga menyampaikan pernyataan sebagai berikut: “Mencari perbandingan harga dari *e-commerce* A ke *e-commerce* B dan juga pertimbangan antara butuh atau tidak butuh.”

Dengan cara membuat perbandingan harga dari beberapa toko *online* dikarenakan setiap toko dipastikan terdapat adanya perbedaan antar produk baik dari segi harga maupun kualitas. Ungkapan dari informan kunci Berly disetujui oleh informan kunci Putri dikarenakan selain dari segi harga pertimbangan pada sebuah

produk dipilih berdasarkan merek, kualitas barang yang dijual pada aplikasi *online* akan lebih nyaman saat dipakai dan terdapat kepuasan sendiri saat memakainya tentunya kembali lagi berdasarkan kebermanfaatan yang diperoleh dari produk tersebut terhadap dirinya.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dan dibuktikan dengan observasi yang telah dilakukan bahwa perempuan generasi Z mampu melakukan pembelian secara sadar dan sengaja dengan melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian dan membuat daftar kebutuhan sehingga menghindari adanya sebuah penyesalan. Mempertimbangkan ketika melakukan pembelian *online* yakni dengan mempertimbangkan kegunaan dan manfaat produk yang hendak dibeli lebih besar atau tidak dibandingkan dengan resiko yang akan didapat seperti penyesalan. Karena timbulnya kesadaran bahwa produk yang telah dibeli memang dibutuhkan atau tidak sesuai kegunaannya yakni ketika produk tersebut telah didapatkan. Harga produk, kualitas produk menjadi salah satu yang dijadikan sebuah pertimbangan dalam melaksanakan pembelian *online*. Untuk menghindari keputusan impulsif dalam berbelanja maka melakukan pembelian ketika adanya sebuah *event* yang diadakan aplikasi belanja *online* yang menyediakan diskon, *voucher*, dan gratis ongkos kirim sehingga melalui hal tersebut mendapatkan keuntungan dengan meminimalisir sebuah pengeluaran setiap bulannya. Hal tersebut tentunya dilakukan untuk pembelian produk berdasarkan kebutuhan dilihat dari kegunaan dan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut dikarenakan telah melakukannya berdasarkan kesengajaan secara sadar dan menghindari adanya sebuah penyesalan apabila membeli produk tersebut.

3. *Work Ethic*

Pada tahap ini menggali informasi tentang kemampuan kontrol diri dalam menghindari kegiatan impulsif dalam berbelanja *online*. Dengan cara melakukan meningkatkan kemampuan dalam mencari sebuah keterampilan dan pengetahuan terkait penggunaan teknologi khususnya pada aplikasi belanja *online* terkait mengaskes, memahami, mencari dan menganalisa sebuah informasi yang diperoleh dari aplikasi tersebut. Informan kunci Jasmin dalam meningkatkan keterampilan dan

pengetahuan dalam penggunaan teknologi yakni dengan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih diharapkan tidak tertinggal dengan peningkatan teknologi tersebut dengan cara belajar mandiri melalui arahan langkah-langkah penggunaan aplikasi belanja *online*. Hal senada diungkapkan oleh informan kunci Berly sebagai berikut :

“Selalu mengikuti perkembangan teknologi dengan meningkatkan pemahaman tentang penggunaan teknologi pada aplikasi belanja *online*. Dengan cara otodidak dengan mengikuti langkah-langkah yang berikan pada aplikasi tersebut juga dengan melihat video tutorial tentang penggunaan fitur aplikasi belanja *online*.”

Hal lain diungkapkan oleh informan kunci Bunga yakni dengan rutin membuka media digital guna untuk mendapatkan sebuah informasi terkait penggunaan aplikasi belanja *online* ketika hendak melakukan belanja *online*. Pengetahuan terhadap penggunaan aplikasi belanja *online* diperoleh melalui rekomendasi teman dalam mengakses aplikasi tersebut. Ungkapan dari informan Bunga disetujui oleh informan kunci Putri yakni dengan selalu meningkatkan penguasaan dalam menguasai kemampuan mencari sebuah informasi pada sebuah teknologi khususnya aplikasi belanja *online* agar tidak tertinggal dengan perkembangan zaman teknologi yang semakin canggih. Keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki terkait penggunaan teknologi dapat mempengaruhi kontrol diri terhadap pembelian suatu produk *online*.

Informan kunci Renata mengungkapkan kontrol diri dengan melakukan sebuah penyadaran diri terkait melakukan kegiatan membeli produk *online* sesuai kebutuhan berdasarkan kegunaan dan manfaat dari produk tersebut. Hal lain yang dilakukan informan kunci Renata yakni dengan melakukan penyadaran diri bahwa menghasilkan sebuah pendapatan tidaklah mudah. Hal senada disampaikan oleh informan kunci Aida sebagai berikut : “Dengan menahan diri dan meyakinkan diri bahwa ada hal yang lebih penting yang memerlukan uang tersebut.”

Ungkapan di atas didukung oleh informan kunci Nurul, yang mengungkapkan bahwa apabila terjadi sebuah pembelian *online* secara spontan maka diharuskan

menerima konsekuensi yang dihasilkan dari kegiatan tersebut, bisa dipastikan dampak tersebut bersifat negatif dan akan merugikan dirinya. Informan kunci Vadia menyetujui ungkapan dari informan kunci Nurul, dikarenakan apabila terjadinya pembelian secara spontan produk yang dibeli ketika sudah didapat tidak sesuai dengan harapan sebelum membeli, alhasil diharuskan membeli produk yang sama di toko yang lain. Pembelian secara spontan biasanya dilakukan tanpa adanya pertimbangan – pertimbangan secara teliti sehingga produk yang dibeli tidak sesuai harapan dan akan berakhir tidak digunakan. Hal senada diungkapkan informan kunci Putri, bahwa untuk menghindari sebuah pembelian secara impulsif yakni dengan melakukan berpikir berulang kali sebelum mengambil sebuah keputusan ketika hendak melakukan pembelian apakah benar produk yang hendak dibeli memang sebuah kebutuhan ataupun sekedar keinginan semata.

Pernyataan lain disampaikan oleh informan kunci Jasmin sebagai berikut:

“Pembelian secara impulsif terkadang berdampak pada kegiatan sehari-hari, selain karena produk yang dibeli biasanya tidak bisa digunakan juga berdampak pada keuangan jadi dihari tertentu membutuhkan dana darurat namun dana tersebut telah digunakan untuk hal lain yang bersifat impulsif.”

Pernyataan di atas senada dengan yang diungkapkan oleh informan kunci Bunga dengan adanya pembelian secara impulsif juga akan berdampak pada keuangan yang dimiliki. Lalu informan kunci Berly menyatakan apabila terjadi adanya pembelian secara spontan akan berpengaruh terhadap jumlah pengeluaran dana yang telah ditentukan sehingga apabila nantinya ada kebutuhan penting yang harus dilaksanakan secara mendadak dikhawatirkan akan berpengaruh apabila dana yang dibutuhkan terbatas. Ungkapan senada diungkapkan oleh informan kunci Azka yakni dengan cara memprioritaskan kembali kebutuhan yang diperlukan nantinya, karena apabila terjadi *impulsive buying* dapat dipastikan berdampak pada kesehariannya yang mengakibatkan pengaturan terkait keuangan yang dimiliki menjadi terganggu.

Dalam melakukan pembelian *online* informan pendukung Zahro selaku orang tua dari informan kunci Bunga selalu mengawasi dengan cara menjaga komunikasi dan selalu bertanya terkait segala keputusan khususnya dalam melakukan pembelian *online* berdasarkan kebutuhan yang diperlukan oleh informan kunci Bunga sehingga pengeluaran yang dilakukan tetap terkendali. Hasil senada diungkapkan oleh informan pendukung Sultan selaku suami dari informan kunci Berly sebagai berikut : “Menjaga komunikasi dengan mengetahui semua keputusan serta sepakat membuat *financial planning* sehingga pengeluaran jelas dan dana yang dikeluarkan terkendali.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dan dibuktikan dengan observasi yang dilakukan peneliti kepada perempuan generasi Z bahwa kegiatan belanja *online* yang dilakukan tidak mengganggu aktivitas mereka, hal tersebut dikarenakan adanya sebuah tindakan-tindakan yang dilakukan guna mengendalikan dirinya. Peneliti menyimpulkan bahwa perempuan generasi Z di Dusun Canga'an sudah memiliki kemampuan kontrol diri yang baik serta selalu menerapkannya pada kesehariannya sehingga dalam mengambil keputusan ketika hendak melakukan sebuah kegiatan pembelian secara *online* telah dipikirkan secara matang dan teliti dalam memahami konsekuensi yang akan diperoleh atas melakukan kegiatan tersebut. Dengan selalu meningkatkan kemampuan dalam memahami, mengakses, mencari, menganalisa terkait informasi yang diperoleh melalui aplikasi belanja *online*.

4.2.2 Perilaku Belanja *Online*

1. Kenyamanan

Pada tahap ini, menggali informasi dari informan melalui instrumen wawancara dengan triangulasi serta observasi. Pada penggalan data ini akan diketahui perilaku berbelanja *online* perempuan generasi Z untuk memenuhi fokus kedua yaitu kenyamanan. Pada tahap ini menggali informasi tentang kenyamanan yang didapatkan ketika melakukan kegiatan belanja *online* pada perempuan generasi Z di Dusun Canga'an. Seluruh informan kunci yaitu para perempuan generasi Z mengatakan bahwa dengan berbelanja melalui situs *online* nyatanya lebih banyak kelebihan dan

kenyamanan dibandingkan berbelanja secara langsung di toko. Seperti yang sudah peneliti dapat di lapangan bahwa informan kunci Jasmin mengungkapkan bahwa berbelanja *online* dirasa lebih praktis dan tidak membutuhkan tenaga lebih untuk mencari barang dan mengantri ketika hendak melakukan pembayaran barang yang hendak dibeli.

Pernyataan dari informan kunci Jasmin didukung oleh informan kunci Renata sebagai berikut: “Dikarenakan jelas lebih menghemat dari segi waktu dan biaya, tidak perlu membeli bahan bakar untuk menuju ke toko.” Hal senada diungkapkan oleh informan kunci Nurul bahwa melalui berbelanja *online* selain dapat menghemat waktu dan tenaga dikarenakan tidak diperlukan untuk mendatangi toko *offline* sehingga sebagai konsumen dapat menentukan berbagai macam produk yang ada pada aplikasi belanja *online* serta dapat membandingkan segi harga dari berbagai toko yang menjual produk yang dibutuhkan. Melalui aplikasi belanja *online* terdapat berbagai jenis produk dan jasa dengan berbagai macam kualitas dan harga jual berbeda dengan toko *offline* yang hanya menjual beberapa produk tertentu.

Pernyataan senada disampaikan informan kunci Nata, dikarenakan menjadi ibu rumah tangga yang memiliki seorang balita dan bayi menjadikan waktu dan kesempatan yang dimiliki jadi lebih terbatas untuk melakukan kegiatan berbelanja di toko *offline* alternatif yang dipilih yakni berbelanja melalui aplikasi *online* agar dapat memenuhi kebutuhan yang diperlukan.

Kenyamanan yang diperoleh informan kunci Nata sama dirasakan oleh informan kunci Berly sebagai berikut :

“Lalu apabila berbelanja *online* kita tidak perlu capek memilih barang dan tidak perlu jauh-jauh pergi ke toko langsung. Saya dapat mengakses aplikasi belanja *online* kapanpun dan dimanapun ketika saya hendak membutuhkan suatu produk, selain itu cara pembayaran yang ada banyak pilihannya yang memudahkan saya melakukan pembayaran.”

Kesibukan yang dimiliki membuat informan kunci Berly memiliki waktu luang yang terbatas apabila digunakan untuk memenuhi kebutuhan apabila berbelanja ke toko secara langsung. Kemudahan dalam mengakses aplikasi belanja *online* tersedia selama dua puluh empat jam serta fitur yang tersedia dalam berbagai metode pembayaran memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*. Pernyataan lain disampaikan oleh informan kunci Aida yang mengungkapkan bahwa ketika membutuhkan produk yang hendak diperlukan maka memilih pembelian menunggu waktu adanya *event* yang disediakan aplikasi belanja *online*, banyak diskon dan *voucher* yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga sebelumnya telah melakukan pencarian dan memilih produk yang hendak dibeli selanjutnya mengumpulkan produk tersebut ke dalam fitur yang disediakan. Hal senada diungkapkan oleh informan kunci Vadia sebagai berikut :

“Karena banyak *voucher* diskon yang tersedia saat *event* dengan kualitas yang sama seperti di toko *offline*. Dan ketika adanya *event* tertentu yang diadakan di aplikasi tersebut, karena pada *event* tertentu biasanya banyak *voucher* yang ditawarkan jadi saya melakukan pembelian pada waktu tersebut.”

Ungkapan yang sama disampaikan oleh informan kunci Bunga kenyamanan dan keuntungan yang diperoleh ketika berbelanja *online* yakni pada beberapa toko *online* menyediakan banyak diskon dan gratis ongkir melalui siaran *live* admin penjual di malam hari yang mana hal tersebut tidak akan saya dapatkan ketika hendak berbelanja di toko secara langsung. Fitur menarik lainnya yakni adanya fitur *game* yang apabila memenangkannya, poin yang didapatkan akan ditukarkan menjadi *voucher* maupun koin berupa uang. Hal tersebut memberi keuntungan yang bisa meminimalisir pengeluaran yang seharusnya dibutuhkan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dan dibuktikan dengan observasi yang telah dilakukan peneliti kepada perempuan generasi Z terkait tingkat kenyamanan yang diperoleh terbukti dengan keputusan yang diambil guna memenuhi kebutuhan dengan menjadikan berbelanja *online* sebagai alternatif utama dibanding dengan membeli di

toko secara *offline*. Jadi dari penggalian data di atas dapat disimpulkan bahwa kenyamanan yang diperoleh ketika berbelanja *online* menjadikan perempuan generasi Z memilih alternatif tersebut untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan. Kemudahan dan kenyamanan dalam mengakses dan bertransaksi dianggap praktis dan menghemat waktu serta tenaga yang dibutuhkan, lalu adanya situs yang menarik yang disediakan oleh aplikasi belanja *online* melalui program – program yang ditawarkan menjadikan daya tarik tersendiri bagi para konsumennya.

2. Kelengkapan Informasi

Pada tahap ini peneliti menggali informasi tentang bagaimana cara memperoleh informasi tentang produk yang dibutuhkan dan apa saja informasi yang diperlukan ketika hendak membeli suatu produk. Informan kunci Jasmin mengungkapkan dalam hal mencari sebuah informasi terkait produk yang hendak dibeli yakni dengan melakukan pencarian produk terlebih dahulu selanjutnya membaca dan menimbang secara menyeluruh dan teliti pada deskripsi yang ditampilkan. Informasi yang diperlukan ketika hendak membeli produk berdasarkan dari kualitas bahan, ukuran, warna, dan model serta aspek - aspek lainnya pada jenis produk tertentu.

Pernyataan senada diungkapkan oleh informan kunci Aida, sebagai berikut :
 “Melihat deskripsi dan *review* pelanggan. Yang mana meliputi *ingredient*, manfaat, bahan, kualitas produk, reputasi produk.”

Informasi terkait produk yang dijual nantinya dijadikan sebagai tolak ukur dalam memutuskan untuk pembelian. Dikarenakan tidak dapat melihat dan menyentuh produk secara langsung mengharuskan calon pembeli meneliti secara cermat dalam mengamati deskripsi informasi pada produk.

Pernyataan lainnya diungkapkan oleh informan kunci Renata, sebagai berikut:

“Melalui beberapa *review* dari pembeli-pembei sebelumnya dan *rating* dari toko tersebut apakah sudah dapat dipercaya atau belum, *review* informasi yang didapat yaitu dari beberapa ulasan pembeli dan *rating* toko.”

Pernyataan dari informan kunci Renata didukung oleh sebagian besar oleh informan, informasi yang didapatkan dari deskripsi produk yang dipaparkan tidak selamanya memiliki informasi yang akurat hal lain yang bisa didapatkan yakni dari beberapa *review* dan testimoni dari pembeli sebelumnya. *Review* yang diberikan berupa komentar dan ulasan – ulasan terkait spesifikasi produk yang dibeli maupun foto produk aslinya sehingga calon pembeli dapat menilai produk tersebut sesuai dengan deskripsi yang tertera atau tidak.

Pernyataan lain diungkapkan oleh informan kunci Vadia, Nata dan Aida selain mencari informasi melalui ulasan pembeli sebelumnya pun dilihat dari penilaian toko terkait produk yang dijual. Hal senada disampaikan oleh informan kunci Berly bahwa dalam melakukan pencarian terkait informasi secara detail selain berasal dari spesifikasi produk, *rating* toko yang baik akan memiliki jumlah pengikut yang banyak pula serta jumlah produk yang telah terjual membuktikan bahwa produk yang dijual memanglah persis dengan apa yang dipaparkan oleh penjual sehingga banyak pembeli yang membelinya.

Hal senada diungkapkan oleh informan kunci Putri, sebagai berikut :

“Melihat *review* dan profil toko tersebut. Apabila pengikut dan penilaian toko baik serta jumlah produk yang terjual sudah ribuan biasanya toko tersebut dipercaya akan produk yang dijual sesuai foto yang ada.”

Toko dengan reputasi yang bagus menandakan semakin banyak calon pembeli akan memilih pembelian pada toko tersebut. Apabila melalui hal – hal di atas dirasa kurang cukup mengenai informasi yang didapatkan dapat memberi pertanyaan terkait produk yang dijual kepada admin atau penjual melalui fitur *chat* yang disediakan.

Informan kunci Azka mengungkapkan terkait hal tersebut sebagai berikut :
 “Selain itu perilaku admin yang responsif dalam memberikan informasi produk dapat memunculkan kepercayaan pelanggan.”

Penilaian lain yang jadi pertimbangan yakni dengan menilai bagaimana respon yang diberikan oleh penjual kepada calon pembeli ketika bertanya terkait informasi

produk yang dijual. Apabila penjual menanggapi calon pembeli secara responsif, informatif, dan bertutur kata baik maka menjadikan nilai plus bagi toko *online* tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dan dibuktikan dengan observasi yang telah dilakukan peneliti kepada perempuan generasi Z terkait memperoleh informasi tentang produk bahwa mereka mampu dan selalu melakukan pencarian informasi tersebut dari cara mengakses, meneliti, membandingkan, dan menilai produk sebelum membeli produk. Jadi dapat disimpulkan dari paparan data terkait kelengkapan informasi ketika berbelanja *online* bahwa sebelum melakukan pembelian secara *online* perempuan generasi Z memperhatikan dalam mencari informasi produk melalui deskripsi yang dipaparkan, menilai dari *review* dan testimoni dari pembeli sebelumnya. *Rating* dan reputasi toko juga menjadi tolak ukur yang berasal dari jumlah pengikut dan juga respon penjual terhadap pembeli. Sehingga perempuan generasi Z selalu mencermati dengan teliti apabila adanya informasi – informasi yang dirasa mencurigakan guna menghindari penyesalan dalam melakukan sebuah pembelian secara *online*.

4.3 Temuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah bagaimana *self control* dalam perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi, maka di bawah ini dijelaskan terkait temua penelitian di lapangan. Berdasarkan penggalan data yang kemudian dipaparkan dalam paparan data.

4.3.1 Self Control

Pada penelitian ini adanya *self control* pada perempuan generasi Z memiliki lima sub fokus antara lain, *self discipline, deliberate / nonimpulsif, work ethic*. Berdasarkan hal tersebut maka hasil temuan sesuai dengan sub fokus yang telah disebutkan akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Self Discipline

Berdasarkan paparan data, secara garis besar dalam penelitian ini dapat ditemukan bahwa perempuan generasi Z di Dusun Canga'an RW 07 dan RW 08 sudah mempunyai kontrol diri yang baik ketika akan melakukan kegiatan belanja

online. Dengan ditemukannya kontrol diri dengan cara mendisiplinkan diri agar tetap memiliki kendali kuat mengenai membatasi diri melakukan kegiatan belanja *online*.

Mengendalikan diri dengan memberi batasan melakukan kegiatan belanja *online* dalam jangka waktu tertentu, membuat daftar barang apa saja yang dibutuhkan. Dan selalu membuat *financial planning* sebelumnya agar keuangan tidak rusak, apabila memang membutuhkan suatu barang dengan memberi batasan jumlah nominal yang akan dikeluarkan. Dan selalu ditanamkan dalam pikiran adalah selalu membeli barang yang memang sangat dibutuhkan dan mengalokasikan dana tersebut untuk ditabung sebagai jaminan jangka panjang.

2. *Deliberate / Nonimpulsive*

Berdasarkan paparan data, secara garis besar dalam penelitian ini dapat ditemukan bahwa sebelum melakukan pembelian *online* para perempuan generasi Z di Dusun Canga'an RW 07 dan RW 08 selalu melakukan pertimbangan terlebih dahulu. Sebagian dari mereka menilai sebuah pertimbangan tersebut dilihat dari segi efektivitas waktu dan tenaga yang mana lebih praktis. Selain itu mereka juga menimbang dari segi produk dilihat dari kegunaan dan manfaat apa saja yang didapat apabila membeli barang tersebut. Harga, kualitas, serta *review* dari pembeli sebelumnya pun tak luput dari pertimbangan mereka dalam melakukan kegiatan belanja *online*.

3. *Work Ethic*

Berdasarkan paparan data, secara garis besar dalam penelitian ini dapat ditemukan bahwa sebelum melakukan pembelian *online* para perempuan generasi Z di Dusun Canga'an RW 07 dan RW 08 mampu mengontrol dirinya menghindari perilaku impulsif dalam berbelanja *online* yakni dengan dengan membatasi membuka dan bermain *gadget* serta melakukan penyadaran diri dan menyakinkan diri bahwa barang tersebut hanya sebuah keinginan semata dan memikirkan bahwa ada hal lain yang lebih penting. Karena apabila *impulsive buying* terjadi akan berdampak pada keuangan yang telah dirancang sebelumnya.

4.3.2 Perilaku Belanja *Online*

Pada penelitian ini perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z memiliki empat sub fokus antara lain, kenyamanan dan kelengkapan informasi. Berdasarkan hal tersebut maka hasil temuan sesuai dengan sub fokus yang telah disebutkan akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Kenyamanan

Berdasarkan paparan data, secara garis besar dalam penelitian ini dapat ditemukan bahwa sebelum melakukan pembelian *online* para perempuan generasi Z di Dusun Canga'an RW 07 dan RW 08 lebih memilih melakukan pembelian secara *online* dikarenakan kenyamanan yang didapatkan lebih banyak dibandingkan ketika berbelanja di toko secara langsung. Nilai plus yang didapat antara lain efisiensi waktu, tenaga, dan biaya yang dinilai lebih praktis. Mereka tidak membutuhkan tenaga lebih untuk pergi keluar rumah apalagi nanti masih mengantre di toko dan tidak perlu mengeluarkan dana transportasi mereka bisa melakukan pembelian *online* di manapun dan tinggal menunggu barang yang dibeli akan diantar ke rumah.

2. Kelengkapan Informasi

Berdasarkan paparan data, secara garis besar dalam penelitian ini dapat ditemukan bahwa sebelum melakukan pembelian *online* para perempuan generasi Z di Dusun Canga'an RW 07 dan RW 08 selalu mencari informasi tentang barang yang akan dibeli yang bisa diperoleh dengan membaca deskripsi barang yang disajikan oleh penjual terdiri dari informasi terkait bahan, model, warna, ukuran, kualitas, harga. Selain itu mereka juga bisa melihat ulasan-ulasan *review* dari pembeli sebelumnya yang biasanya juga mencantumkan foto barang yang telah dibeli sehingga memberikan sebuah gambaran nyata dari barang tersebut apakah sesuai dengan deskripsi yang disajikan oleh penjual. Apabila informasi yang disajikan dirasa kurang detail bisa melakukan chat untuk menanyakan langsung ke penjual.

4.4 Analisis Data Penelitian

Berdasarkan data dan temuan peneliti di lapangan yaitu bagaimana *self control* dalam perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z di Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

4.4.1 Self Control

Hasil dari penggalan data yang kemudian telah dianalisis menunjukkan bahwa *self control* dalam perilaku belanja *online* pada perempuan generasi Z telah diterapkan pada kegiatan berbelanja *online* pada perempuan generasi Z di Dusun canga'an, Desa Genteng Wetan, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Adanya penerapan kontrol diri dikarenakan pada dasarnya setiap individu memiliki kemampuan dalam mengontrol dirinya. Kemampuan kontrol diri dapat dijadikan sebagai arah dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Hal ini sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh Tangney, dkk 2004 (dalam Muharsih, 2008:16) kontrol diri merupakan suatu kompetensi diri yang harus dimiliki setiap orang agar dapat mengimbangi suatu perilaku agar tetap terkendali.

Selanjutnya sesuai dengan apa yang dikatakan Goldfried & Merbaum (dalam Muharsih, 2008:16) kontrol diri sebagai kemampuan dalam mengatur, menuntun, menyusun, mengarahkan suatu perilaku yang mana bisa membawa individu ke arah yang positif. Hal ini sesuai dengan para perempuan generasi Z di Dusun Canga'an yang mana sebelum memutuskan sebuah keputusan maupun melakukan sebuah tindakan selalu mempertimbangkan hasil yang akan didapat memang bermanfaat bagi dirinya atau akan merugikan dirinya. Dengan adanya kontrol diri pada perempuan generasi Z menghindarkan diri dari perbuatan yang bersifat impulsif, karena seringkali usia perempuan generasi Z yang berkisar antara berusia 19 hingga 25 tahun membuat mereka cenderung menyukai tindakan yang bersifat praktis dan instan yang dapat mempengaruhi pola pikir mereka dan diimbangi dengan perkembangan teknologi yang terjadi di masa kini apabila kontrol diri dalam dirinya rendah bisa mengarahkan pada tindakan impulsif yang bersifat negatif.

Sebelum melakukan sebuah pembelian *online* perempuan generasi Z melakukan sebuah peningkatan keterampilan dan pengetahuan terkait mengakses, memahami, mencari, menilai dan mengevaluasi sebuah informasi pada aplikasi belanja *online* sehingga pengetahuan tersebut dapat berdampak pada *self control* terhadap perilaku belanja *online*. Untuk mengubah perilaku impulsif yakni dengan cara belajar mengenai mengikuti segala perubahan zaman terkait setiap pembaharuan teknologi, selalu belajar dan memperbaharui pengetahuan terkait teknologi agar tidak tertinggal dengan peningkatannya teknologi yang semakin canggih, meningkatkan dalam kemampuan mencari sebuah informasi pada teknologi digital khususnya aplikasi belanja *online*, meningkatkan kemampuan dalam menganalisis dan menilai sebuah informasi yang diperoleh melalui media digital, serta menguasai dalam cara menemukan sebuah informasi pada aplikasi belanja *online*. Keterampilan dan pengetahuan tersebut dapat diperoleh melalui belajar secara otodidak maupun melalui orang ataupun kerabat terdekat sehingga sebelum melakukan pembelian *online* dipastikan telah paham secara mendalam terkait cara penggunaan segala fitur yang ada pada aplikasi belanja *online*.

Dilihat dari hasil penggalan data diketahui bahwa jumlah usia yang dimiliki seseorang mempengaruhi tingkat kemampuan dalam mengontrol dirinya. Seiring bertambah dewasa, pola pikir individu pun berubah. Perempuan generasi Z yang berusia antara 18-20 tahun awal masih memiliki keinginan untuk melakukan kegiatan impulsif. Sedangkan pada usia di atas usia tersebut lebih dapat mengontrol dirinya. Apalagi bila mereka sudah menikah dan memiliki anak ketika hendak melakukan suatu tindakan yang dipikirkan bukan tentang dirinya saja namun dampak yang akan diperoleh kepada orang disekitarnya. Hal tersebut sama seperti yang dikatakan Budani & Larasati, 2019 (Ghufron & Risnawati, 2010) bahwa dengan bertambahnya usia seorang individu mempengaruhi tingkat kontrol diri yang dimiliki, sehingga hal tersebut dapat mengurangi potensi dalam melakukan kegiatan yang impulsif.

1. *Self Discipline*

Pada aspek kontrol diri yang pertama yakni *self discipline*, para perempuan generasi Z menerapkan sikap disiplin diri terkait pengendalian diri terkait mengontrol

pembelian secara *online* agar tetap terkendali. Sikap disiplin yang dilakukan melakukan kegiatan – kegiatan yang bersifat positif dengan cara membuat batasan dalam melakukan pembelian pada waktu tertentu serta membatasi nominal harga yang dikeluarkan dengan mengalokasikan sebagian dana untuk disimpan serta membuat daftar produk yang hendak dibeli berdasarkan memprioritaskan kebutuhan sesuai kegunaan dan manfaat. Hal lainnya yakni dengan menjaga diri agar memiliki kesibukan setiap harinya sehingga kesempatan dalam membuka dan bermain ponsel akan berkurang hal tersebut membuktikan bahwa keinginan membuka aplikasi belanja *online* berkurang. Hal di atas sesuai dengan yang diungkapkan oleh Bryant, 2011 (dalam Arofah, 2017) bahwa *self discipline* adalah sebuah kemampuan seseorang guna membimbing dan mengelola setiap unsur pada dirinya yang nantinya individu tersebut mampu mengendalikan setiap perilakunya. Oleh karena itu disiplin diri yang dimiliki mampu mengarahkan perempuan generasi Z dalam menghindari tindakan – tindakan yang bersifat impulsif contohnya dalam berbelanja *online* tetap terkendali.

2. *Deliberate*

Perempuan generasi dalam melakukan pembelian *online* berdasarkan adanya pertimbangan sehingga keputusan yang diambil secara sadar dan sengaja. Pertimbangan yang dilakukan berkaitan dengan kegunaan dan manfaat dari produk yang hendak dibeli tersebut apakah lebih besar atau tidak dibandingkan dengan resiko yang nantinya didapatkan. Hal tersebut sama dengan yang dikemukakan Yu & Wu, 2007 (dalam Widiyanto & Prasilowati, 2015) besar atau kecilnya kemauan individu untuk berbelanja *online* berkaitan pada banyak sedikitnya manfaat yang diperoleh ketika berbelanja *online* dibandingkan dengan akibat yang mungkin dialaminya. Pertimbangan lainnya berkaitan dengan harga yang ditawarkan bisa dibandingkan dengan beberapa toko *online* yang menjual jenis produk yang sama serta adanya penawaran adanya diskon, *voucher* maupun gratis ongkos kirim menjadi salah satu alasan dalam melakukan pembelian *online*.

3. *Work Ethic*

Perempuan generasi Z dalam menghindari kegiatan impulsif dengan melakukan penyadaran diri serta menahan diri ketika adanya penawaran – penawaran yang disediakan oleh aplikasi belanja *online*. Dalam melakukan berpikir ulang dilakukan secara matang terhadap konsekuensi yang akan diperoleh nantinya bisa berdampak pada kondisi keuangan dapat terganggu. Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Woolfolk, 2009 (dalam Fajrina & Hartati, 2014) bahwa regulasi diri merupakan sebuah proses untuk memacu dan menjaga pikiran, tingkah laku, dan emosi guna mencapai sebuah tujuan.

4.4.2 Perilaku Belanja *Online*

Sementara itu dalam melakukan perilaku belanja *online*, kegiatan tersebut sangat identik dengan generasi Z yang cenderung menyukai hal yang bersifat praktis dan instan. Sesuai dengan yang dikatakan Liang dan Lai (2002) perilaku pembelian barang dan jasa melalui internet berbeda dengan pembelian secara langsung. Selanjutnya sama seperti yang dikatakan oleh Brand, 2014 (dalam Harahap & Amanah, 2018) kebanyakan pembeli *online* merasa dengan adanya pembelian melalui internet adalah kesempatan bagus dalam bertransaksi secara cepat dan praktis. Perempuan generasi Z lebih memilih berbelanja melalui media *online* selain lebih praktis dan cepat, hal tersebut dinilai bahwa keputusan tersebut dirasa lebih efisien daripada berbelanja langsung di toko. Apalagi pelayanan, keamanan, harga, serta pilihan barang yang dijual lebih unggul dibanding toko sekitar daerahnya.

1. Kenyamanan

Berbelanja *online* didasari oleh faktor-faktor yakni berdasarkan kenyamanan apa saja yang didapat ketika berbelanja *online*. Dikarenakan dengan berbelanja *online* terdapat lebih banyak adanya kemudahan dan keuntungan yang diperoleh, dalam mengakses aplikasi belanja *online* dapat tersedia selama dua puluh empat jam dalam seminggu lalu penawaran dalam situs yang menarik menjadikan daya tarik untuk perempuan generasi Z dikarenakan menawarkan banyak program – program yang

menguntungkan calon pembeli seperti adanya diskon, *voucher*, dan gratis ongkos kirim serta dapat melakukan perbandingan pada sebuah produk terkait harga, kualitas, pada beberapa toko untuk mendapatkan sebuah produk yang tepat dan sesuai. Selain itu kemudahan dalam bertransaksi dikarenakan disediakan berbagai metode dalam pembayaran memudahkan calon pembeli melakukan sebuah pembelian. Hal di atas sesuai yang dikatakan Monsuwe, et al., 2004 (dalam Mahkota, dkk, 2014) kenyamanan merupakan sebuah hasil dari kepuasan dan kenikmatan pada saat pengalaman belanja *online*, bukan pada saat tahap – tahap belanja selesai. Sehingga kemudahan dalam melakukan setiap proses dari melakukan pencarian produk hingga melakukan pembayaran membuat perempuan generasi Z dengan senang hati memilih berbelanja secara *online* sebagai alternatif utama yang dipilih.

2. Kelengkapan Informasi

Kelengkapan informasi terkait barang yang dijual bisa didapatkan dari deskripsi yang dipaparkan oleh penjual terkait kualitas, bahan, warna, ukuran, model, serta aspek – aspek lain pada produk tertentu. *Review* dan testimoni dari pembeli sebelumnya yang berupa komentar – komentar yang disertai gambar asli produk yang telah dibeli menjadi tolak ukur dalam menilai apakah sama seperti dengan gambar produk yang ada pada toko. Penilaian toko dan jumlah pengikut turut menjadi pertimbangan sebuah informasi serta total produk yang telah terjual menandakan bahwa toko tersebut dapat dipercaya dalam menjual produknya. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh Shim, Shin, & Nottingham, 2002 (dalam Hasibuan & Rambe, 2020) menjelaskan bahwa tingkah laku konsumen secara *online* dipengaruhi berdasarkan adanya sebuah informasi yang umum, rancangan website yang memikat, dan keleluasaan dalam melakukan kegiatan pembelian *online*. Semakin baik reputasi toko tersebut baik dari komentar – komentar positif yang berasal dari para pembeli sebelumnya menjadikan toko tersebut diminati banyak calon pembeli untuk melakukan sebuah pembelian. Faktor – faktor tersebut dijadikan atas dasar pertimbangan mereka dalam memutuskan pembelian secara *online* guna menghindari kegiatan belanja secara spontan yang mana dapat berdampak pada kehidupan mereka.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diurai di atas bahwa *self control* berkaitan pada kemampuan perempuan generasi Z guna menghindari pembelian impulsif dengan meningkatkan keterampilan penggunaan teknologi terkait informasi pada aplikasi belanja *online* yang diperoleh sehingga dapat mengontrol dirinya Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan terkait penggunaan teknologi dalam kemampuan mengakses, memahami, mencari, menilai dan menganalisis terkait sebuah informasi yang telah diperoleh melalui media digital. Berdasarkan pengetahuan tersebut akhirnya dapat mengontrol diri agar tidak terjebak pada belanja *online* secara impulsif.

Perilaku kontrol diri berdasarkan *self discipline* pada perempuan generasi Z mampu mengendalikan dirinya dengan mendisiplinkan dirinya terkait pembelian secara *online* yakni dengan melakukan kegiatan yang dapat mendistrak dirinya guna mengurangi intensitas membuka aplikasi belanja *online*. Pada perempuan generasi Z mampu menghindari berbelanja secara impulsif dengan melakukan pertimbangan dan perbandingan pada produk sebelum melakukan pembelian serta memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan sehingga kegiatan belanja dilakukan secara sadar dan sengaja guna untuk menghindari penyesalan. Berdasarkan *work ethic* pada perempuan generasi Z memiliki kemampuan mengontrol dirinya dengan baik sehingga kegiatan belanja *online* yang dilakukan tidak mengganggu dirinya dikarenakan sebelum membuat keputusan hendak membeli memikirkan dampak dan konsekuensi yang akan diperoleh ketika berbelanja produk tersebut dengan menahan dirinya guna menghindari pembelian impulsif.

Perempuan generasi Z cenderung menyukai hal yang bersifat instan dan praktis, hal tersebut dibuktikan dengan pilihan dalam memenuhi kebutuhan melalui aplikasi belanja *online* sebagai alternatif utama. Adanya perilaku belanja *online* dipengaruhi

dari beberapa faktor yang pertama berdasarkan kenyamanan yang didapatkan ketika berbelanja melalui aplikasi belanja *online* yang tidak ditemukan ketika berbelanja secara langsung di toko *offstore*, dengan berbelanja secara *online* lebih banyak mendapatkan kemudahan dan keuntungan. Hal tersebut terlihat dengan mudahnya kenyamanan dalam mengakses hingga transaksi ketika melakukan proses belanja *online* sehingga menghemat tenaga dan biaya serta waktu yang diperlukan dalam melakukan kegiatan tersebut. Keuntungan yang didapat dari aplikasi belanja *online* yaitu adanya penawaran disetiap bulan berupa diskon ataupun *voucher* gratis ongkos kirim menjadikan perempuan generasi lebih menghemat dana yang dikeluarkan. Selanjutnya adanya kelengkapan informasi yang diberikan terkait produk yang dijual secara *online* meskipun perempuan generasi Z tidak dapat secara langsung melihat dan memegang produk yang hendak dibeli. Sehingga dalam mencari sebuah informasi terkait produk dapat memperhatikan pada deskripsi yang telah dipaparkan, menilai dan membandingkan ulasan dari pembeli sebelumnya dengan informasi dari deskripsi dari penjual. Apabila dirasa informasi yang ada kurang detail dapat bertanya kepada penjual atau admin toko.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perempuan Generasi Z

Sebaiknya untuk melakukan kontrol diri dalam kegiatan belanja *online* adalah tetap meningkatkan keterampilan dan pengetahuan terkait penggunaan teknologi khususnya pada aplikasi belanja *online* guna untuk mengakses, memahami, mencari, menilai dan menganalisis sebuah informasi pada produk pada aplikasi belanja *online*.

5.2.2 Bagi Orang Tua / Orang Terdekat

Sebaiknya selalu menjaga komunikasi dengan baik kepada anak atau orang terdekat agar tetap dalam pengawasan dalam melakukan belanja *online* tetap terkendali.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya yaitu mampu menggali dan menemukan kajian-kajian baru tentang perilaku kontrol diri dalam kegiatan belanja *online* dengan mendalami berbagai subyek dan fokus lainnya untuk memahami kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki terkait kontrol diri pada penggunaan teknologi dalam berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Arofah, Laelatul. 2017. Pentingnya Siswa Memiliki *Self Discipline* Sebagai Alternatif Penguatan Karakter. Seminar Nasional Peran Bimbingan dan Konseling dalam Penguatan Pendidikan Karakter. Universitas Ahmad Dahlan.
- Aria, Pipit. 2021. Survei KIC: Generasi Z Semakin Banyak Adopsi Layanan Digital Kala Pandemi. <https://katadata.co.id>. [Diakses pada 30 Juni 2022]
- Bajaj, K. K. dan Nag, D. 2000. *E-commerce: The Cutting Edge of Business*. (Terjemahan). McGraw Hill Publisher.
- Burhanuddin. 2018. Pengaruh kepercayaan dan Kenyamanan Berbelanja *Online* Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Niat Pembelian Ulang Zalora Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Diba, Dira Sarah. 2013. Peranan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin Di Samarinda. *Psikoborneo* Vol. 1, No. 3. Universitas Mulawarman Samarinda
- Dihni, Vika Azizah. 2022. Berapa Rata–Rata Pengeluaran Konsumsi Masyarakat Tiap Bulan. <https://databoks.kaddata.co.id>. [Diakses pada 14 Desember 2022]
- Dwiputra, Irvian Prematuraka. 2021. Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna Dompot Digital OVO. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Sunan Ampel Surabaya.
- Erlynawati, E. 2016. Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumting *Online* Shopping pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Tesis* (Tidak Diterbitkan). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fajrina, A., Hartati, S. 2014. Hubungan Antara Semangat Kerja dengan Regulasi Diri Pada Perawat Rumah Sakit Jiwa Dr Amino Gondohutomo Semarang. *Jurnal EMPATI*, 3(4), 1-12.
- Fitri, W., Putri, J. S., Fadhilah, Elvina, S.N. 2022. Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Imam Bonjol Pengguna Shopee di Masa Pandemi COVID19. *Jurnal Psikologi Islam: Al-Qalb*, Vol. 13, No. 2. Universitas Negeri Islam Imam Bonjol Padang.

- Harahap, D. A. dan Amanah, D. 2018. Perilaku Belanja *Online* di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- Hasibuan, A. N., Rambe, D. 2020. Perilaku Konsumsi Dalam Belanja *Online* Melalui Perspektif Gender. *Mediastima Volume 26, No. 1*. Institute Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957.
- Kusuma, D. F. dan Septarini, B. G. 2013. Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara *Online* Pada Pengguna *Online Shop*. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi Vol. 2, No. 3*. Universitas Airlangga.
- Kusumadewi, M. D. 2011. Peran Stresor Harian, Optimisme dan Regulasi Diri Terhadap Kualitas hidup Individu Dengan Diabetes Melitus Tipe 2. *Jurnal Psikologi Islam 8(1)*, 43-62.
- Liang, T. P. dan Lai, H. J. 2002. *Effect of Store Design on Consumer Purchases: An Empirical Study of Online Bookstore Information and Management*. 39(6), 431-444. (Terjemahan).
- Lidwina, A. 2021. Belanja di *E-Commerce*, Transaksi Paling Banyak Dilakukan Anak Muda. <https://databoks.katadata.co.id>. [Diakses pada 29 Juni 2021].
- Mahkota, A. P., Suyadi, Imam., Riyadi. 2015. Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 8, No. 2. Universitas Brawijaya.
- Moleong. Lj. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.RemajaRosdakarya.
- Muharsih, L. 2008. Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Kecerendungan Perilaku Konsumtif pada Siswa Siswi Kelas XI SMAN 68 Jakarta Pusat. *Skripsi* (Tidak Diterbitkan). Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Pendidikan Indonesia.
- Mulyani. 2016. Rancangan Hipotetik Bimbingan Kelompok Teknik Modelling Untuk Meningkatkan Self Control :(Studi Deskriptif terhadap Peserta Didik Kelas XI SMK Sangkuriang 1 Cimahi Tahun Ajaran 2015/2016). *SI Thesis*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Risnawati, R. dan Ghufroon, N. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.

- Safitri, Kiki & Sukmana, Yoga. 2023. Survei Populix: 54 Persen Masyarakat RI belanja di “E-commerce”, Mayoritas Gen Z. <https://money.kompas.com>. [Diakses pada 2 Januari 2024]
- Salsabila, N, A. Mayangsari. 2020. Keinginan Atau Kebutuhan Analisis Perilaku Implusif Dalam Pembelian Kosmetik Natural *Online* dari Aspek Eksternal dan Situasional. *Journal Wacana Ekonomi* Vol. 19, No. 03. Universitas Garut.
- Sari, C. A. 2015. Perilaku Berbelanja *Online* Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. *AntroUnairdotNet*, Vol. 4, No. 2, 205-216.
- Septianingsih, A. 2020. Analisis Perilaku Belanja *Online* Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.
- Strauss, A., & Corbin, J. 1998. Dasar – Dasar Penelitian Kualitatif: Teknik dan Prosedur untuk Mengembangkan Teori Dasar. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Suigyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV
- Suigyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV
- Suigyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV
- Tomczyk, dan Eger, L., 2020. *Online Safety as a New Component of Digital Literacy for young people. Integration of Education*, 24(2), 172-184. <https://doi.org/10.15507/1991-9468.099.024.202002.172-184>.
- Universitas Jember. 2023. Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa. Jember: UPT Penerbitan Universitas Jember.
- Ursia, N.R., Siaputra, I. B., & Sutanto, N (2013). Prokrastinasi Akademik dan Self-Control pada Mahasiswa *Skripsi* fakultas Psikologi Universitas Surabaya. *Makara Seri Sosial Humaniora*, 1-18
- Widiyanto, I., dan Prasilowati, S. L. 2015. Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 109-122.

Wijoyo, H. dkk. 2020. *Generasi Z dan Revolusi Industri 4.0*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada

Yusuf. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Gabungan*. Jakarta: Kencana.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks Penelitian

JUDUL	RUMUSAN MASALAH	FOKUS	SUB FOKUS	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN
<i>Self Control</i> Dalam Perilaku Belanja Online pada Perempuan Generasi Z di Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi	Bagaimanakah <i>self control</i> dalam perilaku belanja online pada Perempuan Generasi Z di Desa Genteng Wetan Kecamatan Banyuwangi	1. <i>Self Control</i> 2. Perilaku Belanja Online	- <i>Self Discipline</i> - <i>Deliberate / Non Impulsive</i> - <i>Work Ethic</i> - Kenyamanan - Kelengkapan Informasi	1. Data Primer : - Wawancara - Observasi 2. Data Sekunder : - Dokumentasi - Kepustakaan 3. - Informan kunci : Perempuan generasi Z - Informan pendukung : orang tua / suami	1. Jenis Penelitian : Deskriptif Kualitatif 2. Teknik Penentuan Informan : <i>Purposive Sampling</i> 3. Teknik Penentuan Tempat : <i>Purposive Area</i> 4. Teknik Pengumpulan Data : Wawancara, Dokumentasi, Observasi 5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data : Perpanjangan Pengamatan, Peningkatan Ketekunan Pengamatan, Triangulasi 6. Teknik Analisis Data : Reduksi Data, Tahap Penyajian Data, Tahap Penarikan Kesimpulan

Lampiran 2. Instrumen Penelitian

PEDOMAN OBSERVASI

No	Fokus	Observasi	Ditemukan	Tidak Ditemukan
1	<i>Self Control</i>	Kedisiplinan diri perempuan generasi Z dalam perilaku belanja <i>online</i> dan mengarahkan diri pada kegiatan atau kebiasaan bersifat positif	✓	
		Cara perempuan generasi Z dalam melakukan pertimbangan ketika belanja <i>online</i> serta dapat membedakan sebuah kebutuhan dengan keinginan pada suatu produk	✓	
		Tindakan belanja <i>online</i> yang dilakukan oleh perempuan generasi Z sejauh ini mengganggu kegiatan mereka sehari – hari	✓	
2	Perilaku Belanja <i>Online</i>	Tingkat kenyamanan perempuan generasi Z dalam melakukan kegiatan belanja <i>online</i>	✓	
		Cara perempuan generasi Z dalam memperoleh informasi tentang produk yang hendak dibeli dalam kegiatan belanja <i>online</i> dan informasi apa saja yang menjadi pertimbangan ketika hendak membeli produk <i>online</i>	✓	

Lampiran 3. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Nama :

Usia :

Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Informan Kunci

1. Bagaimana cara anda mendisiplinkan diri agar dalam melakukan kegiatan belanja *online* tetap terkendali?
2. Apa motivasi anda ketika melakukan kegiatan belanja *online* supaya tetap terkendali?
3. Kegiatan apa yang anda lakukan untuk menghindari *impulsive buying*? Dan apakah ada dampaknya?
4. Apa saja yang biasanya dijadikan pertimbangan ketika melakukan kegiatan belanja *online*?
5. Mengapa hal – hal tersebut dijadikan pertimbangan ketika melakukan kegiatan belanja *online*?
6. Bagaimana anda mengetahui bahwa produk yang hendak dibeli merupakan produk yang dibutuhkan atau hanya keinginan semata?
7. Bagaimana cara anda dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pada penggunaan teknologi khususnya pada aplikasi belanja *online*?
8. Darimana anda belajar terkait mencari sebuah keterampilan dan pengetahuan tersebut?
9. Bagaimana cara anda menghindari perilaku impulsif dalam berbelanja *online*?
10. Apakah kegiatan berbelanja *online* secara impulsif berdampak pada kegiatan anda sehari-hari?
11. Mengapa anda lebih melakukan kegiatan belanja *online* dibanding belanja langsung ke toko?
12. Apa saja kenyamanan yang anda dapatkan ketika melakukan kegiatan belanja *online* dibanding belanja langsung ke toko?
13. Bagaimana cara anda memperoleh informasi tentang produk yang hendak dibeli ketika melakukan kegiatan belanja *online*?
14. Informasi apa saja yang biasanya ada perlukan ketika melihat produk yang hendak dibeli di *online shop*?

Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Informan Pendukung

1. Bagaimana cara anda untuk melakukan pengawasan terkait belanja *online*?

Lampiran 4. Pedoman Dokumentasi

PEDOMAN DOKUMENTASI

No	Bentuk Dokumentasi	Ada	Tidak Ada
1.	Foto wawancara dengan informan	✓	

Lampiran 5. Daftar Informan Penelitian

DAFTAR INFORMAN PENELITIAN

No	Inisial Nama	Usia	Pekerjaan	Informan
1.	Jasmin	20 tahun	Wirausaha	Informan Kunci
2.	Renata	19 tahun	Mahasiswa	Informan Kunci
3.	Nurul	25 tahun	Pegawai Swasta	Informan Kunci
4.	Bunga	22 tahun	Mahasiswa	Informan Kunci
5.	Azka	23 tahun	Pegawai Swasta	Informan Kunci
6.	Vadia	24 tahun	Wirausaha	Informan Kunci
7.	Putri	25 tahun	Wirausaha	Informan Kunci
8.	Nata	24 tahun	Ibu Rumah Tangga	Informan Kunci
9.	Berly	23 tahun	Pegawai Swasta	Informan Kunci
10.	Aiada	19 tahun	Penjahit	Informan Kunci
11.	Sultan	29 tahun	Pegawai Swasta	Informan Pendukung
13.	Zahro	49 tahun	Ibu Rumah Tangga	Informan Pendukung

Lampiran 6. Lembar Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Identitas Informan

Nama :.....

Usia :.....

Alamat :.....

Pekerjaan :.....

Hari/tanggal :.....

Waktu :.....

SELF CONTROL

No	Sub Fokus	Pertanyaan
1.	<i>Self Discipline</i>	1. Bagaimana cara anda mendisiplinkan diri agar dalam melakukan kegiatan belanja <i>online</i> tetap terkendali? 2. Apa motivasi anda ketika melakukan kegiatan belanja <i>online</i> supaya tetap terkendali? 3. Kegiatan apa yang anda lakukan untuk menghindari <i>impulsive buying</i> ? Dan apakah ada dampaknya?
2.	<i>Deliberate / Nonimpulsive</i>	1. Apa saja yang biasanya dijadikan pertimbangan ketika melakukan kegiatan belanja <i>online</i> ? 2. Mengapa hal – hal tersebut dijadikan pertimbangan ketika melakukan kegiatan belanja <i>online</i> ? 3. Bagaimana anda mengetahui bahwa produk yang hendak dibeli merupakan produk yang dibutuhkan atau hanya keinginan semata?
5.	<i>Work Ethic</i>	1. Bagaimana cara anda dalam meningkatkan keterampilan dan penggunaan pada penggunaan teknologi khususnya pada aplikasi belanja <i>online</i> ?

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Darimana anda belajar terkait mencari keterampilan dan pengetahuan tersebut? 3. Bagaimana cara anda menghindari perilaku impulsif dalam berbelanja <i>online</i>? 4. Apakah kegiatan berbelanja <i>online</i> secara impulsif berdampak pada kegiatan anda sehari-hari?
--	--	--

PERILAKU BELANJA *ONLINE*

No	Sub Fokus	Pertanyaan
1.	Kenyamanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengapa anda lebih melakukan kegiatan belanja <i>online</i> dibanding belanja langsung ke toko? 2. Apa saja kenyamanan yang anda dapatkan ketika melakukan kegiatan belanja <i>online</i> dibanding belanja langsung ke toko?
2.	Kelengkapan Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara anda memperoleh informasi tentang produk yang hendak dibeli ketika melakukan kegiatan belanja <i>online</i>? 2. Informasi apa saja yang biasanya ada perlukan ketika melihat produk yang hendak dibeli di <i>online shop</i>?

1.	Bagaimana cara anda untuk melakukan pengawasan terkait belanja <i>online</i> ?
----	--

Lampiran 7. Hasil Wawancara

HASIL WAWANCARA INFORMAN**SELF CONTROL DALAM PERILAKU BELANJA *ONLINE* PADA PEREMPUAN
GENERASI Z DI DESA GENTENG WETAN, KECAMATAN GENTENG,
KABUPATEN BANYUWANGI***1. Self Control**Self discipline*

Nama Informan	Informasi
Jasmin (Informan Kunci)	<p>Memberikan batasan pada diri sendiri, contohnya dalam sebulan hanya satu kali melakukan pembelian produk melalui <i>online shop</i>. Atau membatasi nominal yang akan dibelanjakan. Lalu motivasi agar pembelian melalui <i>online shop</i> tetap terkendali yakni dengan menyimpan uang lebih saat ini, agar bisa berbelanja lebih banyak nantinya apabila memerlukan kebutuhan yang diperlukan.</p> <p>Dengan menjaga diri agar tetap sibuk, membuat pola pikir akan otomatis lebih bersih dan dapat berpikir dua kali sebelum berbelanja yang sekiranya bukan hal yang dibutuhkan. Selain itu dengan kesibukan yang padat membuat kesempatan membuka laman <i>online shopping</i> juga terbatas sehingga keinginan untuk berbelanja pun berkurang.</p>
Renata (Informan Kunci)	<p>Caranya yakni dengan membuat <i>to do list</i> barang-barang apa saja yang memang diperlukan untuk dibeli. Lalu dana yang dimiliki dialihkan untuk menabung untuk jangka panjang atau hal-hal darurat, misalnya jika saya membeli barang ini, maka nanti saya akan kehilangan uang dalam jumlah sekian yang mana itu bisa saya gunakan untuk hal <i>urgent</i> lainnya.</p> <p>Dengan membuat beberapa <i>reminder</i> dalam jurnal, <i>handphone</i>, dan tulisan-tulisan yang tertempel di dinding. Perilaku tersebut sedikit banyak ada dampaknya, namun sebenarnya tidak berpengaruh apa-apa karena pada dasarnya saya memang bukan seseorang yang <i>impulsive buying</i>.</p>
Nurul (Informan Kunci)	<p>Dengan memilah dan memilih mana kemauan dan mana kebutuhan, lalu alasan yang saya terapkan agar tetap terkendali dengan membagi pengeluaran di tiap bulannya dan harus ada kontrol diri untuk menabung sebagiannya.</p> <p>Membuat <i>list</i> kegiatan sehari – hari sehingga tetap produktif. Hal tersebut sangat berdampak di kegiatan saya dikarenakan</p>

	sudah ada <i>list</i> kegiatan untuk tidak berbelanja <i>online</i> jika tidak dibutuhkan dan tidak ada diskon.
Bunga (Informan Kunci)	Dengan mengingat limitnya biaya yang akan dikeluarkan untuk berbelanja <i>online</i> , motivasinya agar tetap terkendali dengan cara membeli barang yang dibutuhkan saja. Kegiatan belanja impulsif berdampak pada kehidupan sehari-hari saya, dikarenakan ketika saya berbelanja <i>online</i> kebanyakan membeli produk <i>fashion</i> yang mana apabila tidak teliti sebelum membeli barang yang akan datang tidak sesuai perkiraan saya sehingga produk tersebut tidak terpakai sia-sia, yang mana apabila produk tersebut sesuai bisa saya pakai dalam berkegiatan saya berkuliah.
Vadia (Informan Kunci)	Diusahakan melakukan <i>check out</i> barang kalau ada <i>event</i> tertentu saja. Supaya tetap terkendali dalam berbelanja yaitu <i>check out</i> barang yang dibutuhkan dan sekiranya harga lebih murah dari <i>offstore</i> . Beristirahat cukup membuat pikiran segar sehingga dapat menghindari tindakan-tindakan yang bersifat spontan yang mana bisa jadi merugikan diri sendiri.
Nata (Informan Kunci)	Dengan cara mengurangi membuka aplikasi pembelian <i>online</i> . Dan untuk mengendalikan agar pembelian <i>online</i> tetap terkendali menanamkan <i>mindset</i> agar membeli barang yang dibutuhkan saja. Dengan menyibukkan diri juga mempengaruhi pikiran yang baik berdampak terhindar dari adanya pembelian impulsif.
Berly (Informan Kunci)	Tidak membeli barang yang tidak dibutuhkan dan membuat <i>financial planning</i> supaya pemasukan dan pengeluaran tetap stabil. Alasan melakukan pembelian <i>online</i> agar tetap terkendali yakni menjadikan kegiatan tersebut sebagai <i>self reward</i> dan tetap membatasi budget untuk membeli <i>online</i> . Menyibukkan diri supaya tidak terus menerus fokus dengan <i>gadget</i> . Hal tersebut berdampak karena <i>impulsive buying</i> biasanya terjadi ketika kita sedang tidak memiliki kesibukan dan berakhir membuka situs <i>online shop</i> .
Putri (Informan Kunci)	Berpikir lagi kegunaan barang ketika hendak melakukan pembelian. Alasan agar tetap terkendali yaitu dengan menilai bahwa barang yang dijual <i>online</i> belum tentu sesuai dengan yang ada foto. Menahan untuk membeli sesuatu yang lagi tren karena kalau masanya sudah habis jadi tidak terpakai lagi. Dampaknya kita bisa menahan diri untuk tidak membeli barang yang sedang trend pada saat itu.

Aida (Informan Kunci)	<p>Dengan memprioritaskan kebutuhan bukan keinginan. Motivasi agar tetap terkendali yaitu menjaga keuangan agar dapat digunakan sesuai jangka waktu yang telah ditentukan atau tidak boros dan habis sebelum waktunya.</p> <p>Dengan mengatakan pada diri sendiri bahwa saya memang sedang membutuhkannya atau tidak dan merupakan hal yang <i>urgent</i> atau tidak</p>
Azka (Informan Kunci)	<p>Melakukan manajemen keuangan, seperti hanya membeli hal-hal yang dibutuhkan saja, bukan yang diinginkan. Sekaligus mencatat setiap pengeluaran yang digunakan untuk belanja <i>online</i>. Karna kita tidak pernah tahu kapan hal-hal darurat yang membutuhkan dana akan terjadi, sehingga mengendalikan nafsu dalam berbelanja perlu dilakukan.</p> <p>Mengatur waktu dalam bermain <i>gadget</i>, membuka <i>gadget</i> hanya untuk hal-hal penting, menghindari membuka aplikasi belanja jika memiliki waktu luang. Hal tersebut bisa dikatakan berdampak karena menghindari membuka aplikasi belanja <i>online</i> saat mengganggu, karena yang awalnya hanya untuk cuci mata dan melihat-lihat bisa berujung pada membeli suatu barang yang kita inginkan walaupun tidak membutuhkannya.</p>

Deliberate / Nonimpulsive

Nama Informan	Informasi
Jasmin (Informan Kunci)	<p>Mencocokkan deskripsi pada produk dengan testimoni yang telah diberikan oleh para pembeli sebelumnya, karena dengan salah satu pertimbangan tersebut produk atau barang yang datang nantinya sesuai dengan ekspektasi sebelum memutuskan membeli produk tersebut.</p> <p>Dengan mengetahui kegunaan produk dan mencocokkan dengan kebutuhan diri. Jadi sebelum mengambil keputusan dalam berbelanja hal yang diperhitungkan yakni dengan memikirkan benar berguna atau tidak dengan adanya produk tersebut, juga senantiasa mengecek ulang segala penjelasan yang tertera pada kolom deskripsi sebelum berbelanja.</p>
Renata (Informan Kunci)	<p>Efektivitas yang paling utama, selain karena kita tidak perlu untuk berpergian jauh, dengan belanja <i>online</i> dapat menghemat beberapa pengeluaran melalui promo-promo yang ditawarkan. Karena hal tersebut dapat membantu kita dalam menghemat apabila toko <i>offline</i> jauh yang mana tidak mengeluarkan dana bahan bakar karena tidak pergi keluar</p>

	<p>rumah, Lalu bandingan harga antara <i>online</i> dan <i>offline</i> terkadang berbeda jauh, hal ini tentunya dapat lebih menghemat lagi jika membeli via <i>online</i>.</p> <p>Dalam mengambil keputusan memikirkan kedepannya, jika saya membeli produk ini kedepannya saya akan menggunakannya bagaimana, apakah memberikan manfaat dan memudahkan kegiatan saya.</p>
Nurul (Informan Kunci)	<p>Ketika ada diskon barang dan gratis ongkir secara besar-besaran biasanya diadakan ketika ada tanggal kembar dan <i>event</i> besar. Mengapa demikian karena untuk meminimalisir pengeluaran tiap bulannya.</p> <p>Produk yang saya butuhkan sudah <i>dilist</i> jauh-jauh haru ketika produk yang saya butuhkan habis sedangkan barang yang saya inginkan tidak ada <i>list</i> namun produk tersebut hanya masuk ke dalam keranjang aplikasi belanja <i>online</i> untuk memantau harga diskon saja. Jadi sebelum membeli produk sudah dipertimbangkan dengan matang sesuai dengan kebutuhan saya sehingga jarang terjadi penyesalan dalam membeli <i>online</i>.</p>
Bunga (Informan Kunci)	<p>Dengan mempertimbangkan apakah barang yang akan saya beli akan terpakai atau hanya untuk <i>fashion</i> saja, dikarenakan saya memiliki limit dana sehingga ketika akan melakukan pembelian <i>online</i> harus sesuai kebutuhan.</p> <p>Sebelum melakukan pembelian <i>online</i> sudah dipikirkan secara jauh, yang mana nantinya produk tersebut berguna atau tidak untuk saya.</p>
Vadia (Informan Kunci)	<p>Kalau tidak membeli di <i>shopee mall</i> berarti harus melihat harga dan <i>review</i> pembeli lainnya. Karena agar tidak hanya tergiur akan harga yang murah tapi kualitas <i>zonk</i>.</p> <p>Saya klik produk tersebut dikeranjang dan akan saya cek secara berkala sampai yakin jika produk tersebut memang benar saya butuhkan. Untuk mempertimbangkannya saya melihat dari segi harga, kualitas, dan <i>review</i> pembeli lainnya.</p>
Nata (Informan Kunci)	<p>Saya mempertimbangkan akan mahalnya suatu produk, karena sebelum membeli barang tersebut harus menyesuaikan keuangan dan kebutuhan yang ada. Apalagi saya sudah mempunyai anak jadi harus tegas akan jumlah pengeluaran keuangan.</p> <p>Dengan selektif mana yang dibutuhkan dan mana yang tidak selain itu memilih harga yang lebih terjangkau.</p>
Berly (Informan Kunci)	<p>Mencari perbandingan harga dari <i>e-commerce</i> A ke <i>e-commerce</i> B dan juga pertimbangan antara butuh atau tidak</p>

	<p>butuh. Dalam berbelanja <i>online</i> kita harus bisa memilah karena banyak sekali perbedaan pada <i>e-commerce</i> dan juga sebelum memberi dipastikan untuk melihat ulasan dari pembeli lain supaya nanti ketika barang datang kita sudah punya gambarnya.</p> <p>Dengan cara menunda untuk membelinya, jika sudah tidak terfikirkan berarti itu hanya keinginan semata. Selain itu mempertimbangkan ulang apakah barang yang akan dibeli masuk dalam kebutuhan atau hanya keinginan.</p>
Putri (Informan Kucing)	<p>Pertimbangan yang dilihat dari <i>review</i>, brand, kualitas, dan harga. Karena barang yang berkualitas akan lebih nyaman saat dipakai dan terdapat kepuasan sendiri saat memakainya. Dilihat dari apakah barang tersebut masih bisa dipakai dalam jangka waktu yang lama atau tidak dan dilihat dari kebutuhan yang saat itu memang benar-benar dibutuhkan. Pertimbangan yang dipakai ketika hendak membeli yaitu dilihat dari manfaat, kualitas, dan <i>review</i> dari pembeli.</p>
Aida (Informan Kunci)	<p>Kebutuhan, harga, adanya penawaran atau diskon atau <i>voucher</i>. Dengan pertimbangan tersebut kebutuhan yang diperlukan akan mendapatkan harga yang paling menguntungkan, jadi kebutuhan terpenuhi dan bisa hemat. Dengan melihat kebutuhan stok produk yang dipunya, apakah sudah habis atau masih ada dan jika tidak ada produk yang akan dibeli itu akan baik-baik saja dan berjalan semestinya atau tidak. Lalu sebelum melakukan pembelian sebaiknya penelitian <i>online</i> melalui <i>review</i> pelanggan dan <i>rating</i> dari produk atau toko tersebut serta harga dan kesesuaian produk.</p>
Azka (Informan Kunci)	<p>Penataan uang bulanan untuk kebutuhan makan, dan hal-hal lain yang dapat dibeli secara langsung. Untuk makanan akan lebih murah jika membeli langsung di warung daripada menggunakan aplikasi <i>online</i>. Untuk barang, apabila segera dibutuhkan baiknya membeli secara langsung, mempertimbangkan kalau <i>online</i> harus menunggu proses pengiriman dan lain-lain.</p> <p>Saya hanya membeli produk-produk baru yang telah habis atau telah rusak sebelumnya. Seperti contoh: <i>skincare</i> yang sudah tinggal sedikit sehingga harus diperbaharui. Nah hal tersebut pun dilihat dari perhitungan dari memprioritaskan kebutuhan yang paling <i>urgent</i>.</p>

Work Ethic

Nama Informan	Informasi
Jasmin (Informan Kunci)	<p>Selalu mengikuti perkembangan teknologi yang ada sehingga tidak tertinggal dengan cara belajar secara otodidak dengan memberanikan diri mengakses aplikasi belanja <i>online</i> dan mengikuti arahan yang diberikan.</p> <p>Dengan membatasi diri dan memilah hal dibutuhkan saat ini dan dapat dibeli dilain waktu. Pembelian secara impulsif terkadang berdampak pada kegiatan sehari-hari, selain karena produk yang dibeli biasanya tidak bisa digunakan juga berdampak pada keuangan yang mana dihari tertentu membutuhkan dana darurat namun dana tersebut telah digunakan untuk hal lain yang bersifat impulsif.</p>
Renata (Informan Kunci)	<p>Aktif dalam mengikuti perubahan zaman pada setiap pembaruan teknologi khususnya aplikasi belanja <i>online</i>. Dengan cara rekomendasi dari teman kemudian belajar secara otodidak dalam mengakses aplikasi tersebut.</p> <p>Untuk menghindari sebuah penyesalan pembelian produk yakni dengan kesadaran diri bahwa uang sulit untuk dicari, dan kebermanfaatan barang tersebut untuk sehari-hari. Pembelian produk secara impulsif berdampak bagi saya, salah satunya berkaitan dengan keuangan untuk sehari-hari, dengan belanja <i>online</i> secara impulsif nantinya pasti akan berdampak pada keuangan yang telah dirancang sebelumnya.</p>
Nurul (Informan Kunci)	<p>Meningkatkan dalam kemampuan mencari sebuah informasi yang tersedia pada teknologi digital tepatnya informasi pada aplikasi belanja <i>online</i>. Dengan cara otodidak yang mendapatkan rekomendasi dari media sosial lain.</p> <p>Dengan adanya pembagian pengeluaran dan pertimbangan untuk belanja kebutuhan secara <i>online</i> hal tersebut sangat membantu di kehidupan saya dan saya selalu berfikir dan mempertimbangkan konsekuensi tiap belanja <i>online</i> tersebut sehingga sedikit sekali terjadi perilaku impulsif dalam berbelanja <i>online</i>. Hal tersebut akan sangat berdampak di kehidupan saya kalua saya berbelanja dengan tidak memilah dan memilih mana kebutuhan dan mana keinginan, namun untuk mencegah hal itu terjadi saya sudah ada kontrol diri untuk tidak impulsif dalam berbelanja dan melakukan hal-hal lainnya.</p>
Bunga (Informan Kunci)	<p>Dengan rajin membuka media digital untuk mendapatkan informasi-informasi telebih ketika akan membeli suatu produk pada aplikasi belanja <i>online</i>. Dengan cara</p>

	<p>rekomendasi teman untuk melakukan pembelian <i>online</i> pada beberapa aplikasi belanja <i>online</i> yang ada.</p> <p>Dengan melakukan hal-hal yang positif sehingga mendistrak pikiran agar tetap tidak membuka aplikasi <i>online shopping</i> guna menghindari <i>impulsive buying</i>, karena apabila terjadi akan merusak pengeluaran dana yang semestinya.</p>
Vadia (Informan Kunci)	<p>Terus belajar dengan peningkatannya teknologi digital yang semakin luas. Dengan cara otodidak dan kerabat yang memberi arahan dalam penggunaan aplikasi belanja <i>online</i>.</p> <p>Dengan menghindari keseringan membuka aplikasi <i>online shopping</i>. Karena dengan tindakan <i>impulsive buying</i> bisa jadi berdampak pada keseharian saya seperti contoh barang yang tidak sesuai ketika datang nantinya jadi tidak terpakai, setelah itu saya diharuskan membeli di tempat lain yang mana harus lebih baik dari toko tersebut.</p>
Nata (Informan Kunci)	<p>Meningkatkan keterampilan dalam mencari sebuah informasi terkait aplikasi belanja <i>online</i>. Dengan cara otodidak mencari tahu sendiri langkah-langkah penggunaan media digital yang ada.</p> <p>Dengan tidak membuka aplikasi belanja <i>online</i> secara berkala. Tidak terlalu berdampak karena memang saya menghindari namanya <i>impulsive buying</i> sehingga kebutuhan lain yang benar-benar <i>urgent</i> akan selalu terpenuhi.</p>
Berly (Informan Kunci)	<p>Selalu mengikuti perkembangan teknologi dengan meningkatkan pemahaman tentang penggunaan teknologi pada aplikasi belanja <i>online</i>. Dengan cara otodidak dengan mengikuti langkah-langkah yang berisikan pada aplikasi tersebut juga dengan melihat video tutorial tentang penggunaan fitur aplikasi belanja <i>online</i>.</p> <p>Membatasi <i>budget</i> untuk berbelanja <i>online</i>. Apabila terjadi pembelian secara spontan berpengaruh terhadap jumlah pengeluaran yang sudah ditentukan sehingga apabila nantinya ada kebutuhan yang <i>urgent</i> secara mendadak akan berpengaruh apabila dana nya kurang.</p>
Putri (Informan Kunci)	<p>Menguasai kemampuan mencari sebuah informasi terkait penggunaan teknologi yang semakin canggih dan banyak macamnya. Dengan cara otodidak mengikuti berita-berita tentang pembaharuan teknologi agar tetap <i>up to date</i>. Memikirkan ulang ketika hendak membelinya. Jadi kalau tidak seperti itu maka kita seringkali ingin terbawa hawa nafsu hanya untuk mengikuti sebuah tren yang sedang viral.</p>

Aida (Informan Kunci)	Meningkatkan kemampuan dalam memahami sebuah informasi yang diperoleh melalui internet. Dengan cara otodidak dengan mengikuti perkembangan teknologi dan <i>explore</i> pembaruan tersebut agar tidak tertinggal. Dengan menahan diri dan meyakinkan diri bahwa ada hal yang lebih penting yang memerlukan uang tersebut.
Azka (Informan Kunci)	Selalu update terhadap perkembangan teknologi terkait penggunaan teknologi. Dengan cara otodidak belajar sendiri melalui informasi-informasi penggunaan teknologi khususnya pada aplikasi belanja <i>online</i> . Sekali lagi dengan memprioritaskan kebutuhan sehingga hanya membeli yang dibutuhkan saja, karena apabila terjadi <i>impulsive buying</i> sudah pasti berdampak pada kegiatan sehari-hari saya yang mana mengakibatkan pengaturan keuangan yang berantakan.
Sultan (Informan Pendukung)	Menjaga komunikasi dengan mengetahui semua keputusan serta sepakat membuat financial planning sehingga pengeluaran jelas dan dana yang dikeluarkan terkendali.
Zahro (Informan Pendukung)	Selalu aktif bertanya kepada anak dalam hal apapun khususnya dalam belanja <i>online</i> , serta selalu menanyakan kebutuhan yang diperlukan dan pengeluaran dana yang dilakukan sehingga keuangan tetap terpantau.

2. Perilaku Belanja *Online*

Kenyamanan

Nama Informan	Informasi
Jasmin (Informan Kunci)	Karena lebih praktis dan tidak membuang banyak tenaga, salah satu kenyamanan yang didapatkan yakni tidak perlu mengantri untuk membayar juga barang atau produk yang dibeli akan diantar langsung ke rumah tanpa perlu pergi mengambil ditempat.
Renata (Informan Kunci)	Dikarenakan jelas lebih menghemat dari segi waktu dan biaya, tidak perlu memblei bahan bakar untuk menuju ke toko serta harga yang lebih menjajikan, selain itu kenyamanan nilai plus dibanding toko <i>offline</i> yaitu seringnya promo dan harga murah yang diberikan.
Nurul (Informan Kunci)	Belanja <i>online</i> lebih menghemat waktu dan eifisien, tanpa pergi ke toko kita sebagai pembeli bisa pilah-pilih berbagai macam barang dan pertimbangan harga dari satu toko ke toko lainnya, selain itu harga lebih terjangkau beli di <i>online</i> daripada belanja langsung di toko. Selain itu bisa melihat

	<p>pilihan yang lebih banyak dan lebih lengkap, harga yang lebih terjangkau dan kualitasnya lebih bagus.</p> <p>Kenyamanan yang saya dapat ketika ada diskon produk dan diskon gratis ongkir secara besar-besaran dan yang paling sering ditanggal 25 promo gajian serta tanggal kembar seperti 6.6 promo <i>big sale</i>. Karena jika belanja pada waktu tersebut saya mendapat banyak potongan dari pihak penjual, pihak ekspedisi, dan pihak penyedia aplikasi.</p>
Bunga (Informan Kunci)	<p>Dikarenakan lebih menghemat waktu dan tenaga, contohnya yaitu dengan berbelanja <i>online</i> tidak perlu keluar rumah dan bisa menghemat tenaga.</p> <p>Selain itu beberapa toko <i>online</i> memberi banyak diskon melalui <i>live</i> admin di malam hari yang tidak saya dapatkan ketika berbelanja di toko secara langsung.</p>
Vadia (Informan Kunci)	<p>Karena banyak <i>voucher</i> diskon yang tersedia saat <i>event</i> dengan kualitas yang sama seperti di toko <i>offline</i>. Selain itu saya tidak perlu menghabiskan tenaga untuk datang ke toko cukup <i>scroll</i> hp dan barang akan diantar sampai ke rumah.</p> <p>Dan ketika adanya <i>event</i> tertentu yang diadakan di aplikasi tersebut, karena pada <i>event</i> tertentu biasanya banyak <i>voucher</i> yang ditawarkan.</p>
Nata (Informan Kunci)	<p>Lebih praktis dan hemat waktu, karena saya mempunyai <i>toddler</i> dan bayi jadi waktu untuk pergi ke toko langsung sangat tidak memungkinkan sehingga dengan berbelanja <i>online</i> saya tetap bisa memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan.</p> <p>Kemudahan mengaplikasikan sebuah aplikasi belanja <i>online</i> membuat saya dapat memenuhi kebutuhan disela waktu tertentu. Kenyamanan dan keamanan ketika melakukan pembayaran membuat saya merasa senang memilih pembelian secara <i>online</i>.</p>
Berly (Informan Kunci)	<p>Efisiensi waktu dan barang yang dibeli biasanya lebih murah daripada ditoko langsung. Lalu apabila berbelanja <i>online</i> kita tidak perlu capek memilih barang dan tidak perlu jauh-jauh pergi ke toko langsung. Saya dapat mengakses aplikasi belanja <i>online</i> kapanpun dan dimanapun ketika saya hendak membutuhkan suatu produk, selain itu cara pembayaran yang ada banyak pilihannya yang memudahkan saya melakukan pembayaran.</p>
Putri (Informan Kunci)	<p>Karena lebih menghemat tenaga dan transportasi. Selain itu apabila tidak ada barang yang akan dibeli di toko tidak perlu ada rasa tidak enak hati saat tidak jadi membeli barang.</p>

Aida (Informan Kunci)	Karena praktis dan banyak <i>voucher</i> , selain itu dapat membandingkan harga produk dengan banyak toko lain sehingga dapat memilih harga dengan penawaran terbaik. Lalu ketika membutuhkan sesuatu yang mana biasanya ada <i>event</i> serta disediakan banyak diskon dan <i>voucher</i> . Jadi sebelum adanya <i>event</i> tersebut saya sudah melihat dan memilih suatu produk lalu saya klik masukkan keranjang dan akan saya beli ketika adanya <i>event</i> tersebut.
Azka (Informan Kunci)	Kalau untuk berbelanja <i>online</i> , biasanya karena harga lebih murah dan bervariasi, atau saat barang tersebut dibutuhkan dalam waktu dekat, masih bisa menunggu dalam 2-3 hari. Selain harga dan variasi, kualitasnya juga menjanjikan.


Kelengkapan Informasi

Nama Informan	Informasi
Jasmin (Informan Kunci)	Dengan cara membaca secara menyeluruh semua deskripsi yang tertera pada produk juga toko. Informasi yang saya perlukan ketika hendak membeli produk biasanya dari bahan, ukuran, warna, dan juga spek-spek tertentu untuk barang elektronik. Dengan melihat testimoni para pembeli, juga bagaimana pelayanan toko tersebut terhadap pelanggannya. Karena saya akan bertanya deskripsi barang yang belum jelas secara langsung pada <i>seller</i> , sehingga dapat menilai bagaimana respon <i>seller</i> terhadap <i>customernya</i> .
Renata (Informan Kunci)	Melalui beberapa <i>review</i> dari pembeli-pembeli sebelumnya dan <i>rating</i> dari toko tersebut apakah sudah dapat dipercaya atau belum, <i>review</i> informasi yang didapat yaitu dari beberapa ulasan pembeli dan <i>rating</i> toko. Namun terkadang saya bertanya secara langsung dengan admin toko terkait hal-hal yang saya rasa perlu untuk saya ketahui
Nurul (Informan Kunci)	Memperoleh informasi tersebut dari media sosial selain itu saya juga melihat <i>rate</i> penilaian yang sudah ada dari pembeli sebelumnya. Informasi yang sangat penting pertama yaitu <i>rate</i> penilaian dari pembeli sebelumnya selain itu saya juga membutuhkan informasi tentang bahan apa yang digunakan, ukuran, model, bentuk, dan perbandingan harga. Selain itu mencari perbandingan <i>star</i> penilaian di toko-toko yang menjual produk serupa tersebut. Selain itu dengan melihat golongan toko seperti <i>mall</i> , <i>star seller</i> , dan lainnya serta melihat <i>rating</i> penilaian di toko tersebut.
Bunga (Informan Kunci)	Biasanya melihat sebuah toko <i>online</i> dari rekomendasi teman maupun kerabat yang sudah pernah membeli di toko tersebut,

	<p>jadi sebelum melakukan pembelian melihat terkait informasi produk apakah <i>worth it</i> untuk dibeli atau tidak.</p> <p>Setelah itu melalui <i>rating</i> (penilaian) produk tersebut, selain itu dengan melihat komentar dari pembeli yang lain.</p>
Vadia (Informan Kunci)	<p>Biasanya banyak rekomendasi dari aplikasi media sosial lainnya seperti dari tiktok, <i>shopee</i>, atau dari teman yang sudah pernah membeli suatu produk <i>online</i>. Setelah itu informasi yang saya perlukan ketika hendak membeli adalah harga, deskripsi produk, <i>review</i> pembeli lainnya. Hal lainnya yang perlu dilihat dari <i>score</i> toko, <i>review</i> dari pembeli, karena apabila respon pembeli sebelumnya bagus maka saya bisa mempercayakan produk dari toko tersebut.</p>
Nata (Informan Kunci)	<p>Dengan cara mencari tahu produk yang mau dibeli. Ketika hendak melihat produk sebisa mungkin mencari semua informasi yang dibutuhkan yang tertera dari deskripsi produk tersebut. Disamping itu <i>rating</i> toko dan testimoni dari pembeli sebelumnya. Karena testimoni pembeli berupa komentar tentang bahan, model, ukuran, warna, serta melampirkan foto produk sehingga saya bisa menilai toko itu bisa dipercaya atau tidak dalam menjual produknya.</p>
Berly (Informan Kunci)	<p>Melihat spesifikasi produk yang hendak dibeli. Untuk melihat detail informasinya selain spesifikasi produk tersebut yang biasanya ada di deskripsi bisa dilihat dari ulasan pembeli dan juga <i>expired date</i> produk tersebut. <i>Rating</i> toko serta jumlah produk yang telah terjual biasanya membuktikan bahwa produk yang dijual memang sama dengan apa yang dipaparkan oleh penjual sehingga banyak pembeli yang membelinya.</p>
Putri (Informan Kunci)	<p>Melalui keterangan penjual dari <i>chat</i> maupun <i>caption</i> barang yang dijual. Informasi yang biasa saya perlukan biasanya seperti ukuran dan bahan dari produk yang dijual.</p> <p>Melihat <i>review</i> dan profil toko tersebut. Apabila pengikut dan penilaian toko baik serta jumlah produk yang terjual sudah ribuan biasanya toko tersebut dipercaya akan produk yang dijual sesuai foto yang ada.</p>
Aida (Informan Kunci)	<p>Melihat deskripsi dan <i>review</i> pelanggan. Yang mana meliputi <i>ingredient</i>, manfaat, bahan, kualitas produk, reputasi produk. Meneliti toko apakah reputasinya baik atau buruk, apabila sudah dapat dipercaya maka saya akan langsung melakukan <i>check out</i> produk pada toko tersebut.</p>

Azka (Informan Kunci)	Melihat <i>rating</i> toko dan <i>review</i> kualitas produk orang-orang yang telah membelinya. Karena kualitas produk sangatlah penting untuk diketahui ketika hendak membeli barang. Selain itu perilaku admin yang responsif dalam memberikan informasi produk dapat memunculkan kepercayaan pelanggan.
-----------------------	--

Lampiran 8. Surat Izin Penelitian dari Fakultas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-332475
Laman: <http://fkip.unej.ac.id> e-mail: fkip@unej.ac.id

Nomor : 54719 /UN25.1.5/SP/2023
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Perempuan Gen Z di RW 7 dan RW 8
Dusun Canga'an Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng
Kabupaten Banyuwangi


Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama : Mira Ayu Nur Suryana
NIM : 170210201033
Program Studi : Pendidikan Luar Sekolah
Rencana Penelitian : Desember 2023 - Januari 2024


berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di tempat Saudara berkaitan dengan skripsi yang berjudul " Self Control Dalam Perilaku Belanja Online Pada Perempuan Generasi Z Di Desa Genteng Wetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi."

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang dipelutkannya.

Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.



a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,
14 DEC 2023
Drs. Nuriman, Ph.D. Ed
NIP. 196506011993021001



Lampiran 9. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI
KECAMATAN GENTENG
DESA GENTENGWETAN
Jalan KH. Hasyim Asy'ari Nomor 105, Telp. +62 823-2220-0022
Email : desagentengwetan.02@gmail.com
BANYUWANGI

SURAT KETERANGAN

Nomor : 470 / 306 / 429.518.02/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah:

Nama : **H. SUKRI**
Jabatan : **Kepala Desa Gentengwetan**

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : MIRA AYU NUR SURYANA
Program Studi : Pendidikan Luar Sekolah
NIM : 170210201033
Nama Universitas : Universitas Jember

Telah Selesai melaksanakan Penelitian dengan judul "**Self Control Dalam Perilaku Belanja Online Pada Perempuan Generasi Z di Desa Gentengwetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi**" di Desa Gentengwetan Kecamatan Genteng Kabupaten Banyuwangi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gentengwetan, 08 Juli 2024
KEPALA DESA GENTENGWETAN



H. SUKRI

Lampiran 10. Dokumentasi



Gambar 1. Peneliti melakukan penggalan data dengan wawancara pada AC selaku informan kunci.



Gambar 2. Peneliti melakukan penggalan data kepada JJ dengan wawancara selaku informan kunci.



Gambar 3. Peneliti melakukan penggalan data kepada PV selaku informan kunci dengan wawancara



Gambar 4. Peneliti melakukan penggalian data kepada NV selaku informan kunci dengan wawancara



Gambar 5. Peneliti melakukan penggalian data kepada informan AB selaku informan kunci dengan wawancara



Gambar 6. Peneliti melakukan penggalian data kepada informan BR selaku informan kunci dengan wawancara.



Gambar 7. Peneliti melakukan penggalian data kepada informan AK selaku informan kunci dengan wawancara



Gambar 8. Peneliti melakukan penggalian data kepada informan NK selaku informan kunci dengan wawancara



Gambar 9. Peneliti melakukan penggalian data kepada informan R selaku informan kunci dengan wawancara



Gambar 10. Peneliti melakukan penggalian data kepada informan VF selaku informan kunci

Lampiran 11. Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Mira Ayu Nur Suryana
 NIM : 170210201033
 TTL : Banyuwangi, 30 Juli 1998
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Ds. Canga'an RT/RW 07/03, Desa Genteng Wetan,
 Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi
 No. HP : 0859195372848
 Email : miraayu100@gmail.com
 Agama : Islam
 Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
 Jurusan : Ilmu Pendidikan
 Program Studi : Pendidikan Luar Sekolah

Riwayat Pendidikan

No.	Pendidikan	Tahun Lulus
1.	TK Kholilulloh Genteng	2005
2.	SDN 1 Genteng Wetan	2011
3.	SMP Bustanul Makmur	2014
4.	SMA Darul Ulum 1 Peterongan Jombang	2017