

## PENGARUH KONTROL DIRI, STABILITAS EMOSI, EKSTROVERT, DAN KETELITIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIBA-TIBA PADA MASYARAKAT DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Regsi Wahyudi, Ignatius Soni Kurniawan

regsiw@gmail.com, soni\_kurniawan@ustjogja.ac.id

Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Yogyakarta, Indonesia

### ABSTRACT

This study discusses Self Control, Emotional Stability, Extroverts, and Accuracy, towards Sudden Purchasing Decisions in the Special Region of Yogyakarta Society. The sample in this study 120 respondents using probability sampling techniques. Methods of data analysis using multiple linear regression tests. The study found a negative influence, self control, accuracy and extrovert positive influence on sudden purchasing decisions in the people of Yogyakarta Special Region.

*Keywords:* Self Control, Emotional Stability, Extrovert, Accuracy, Sudden Purchasing Decision.

### PENDAHULUAN

Setiap individu memiliki kebutuhan diri masing-masing, dimana setiap kebutuhan dapat dipenuhi dengan cara yang berbeda-beda. Seiring dengan pesatnya pembangunan di Indonesia, secara tidak langsung dapat meningkatkan daya beli masyarakat. Pembangunan di Indonesia juga telah ikut merubah gaya hidup masyarakat dari yang tadinya bersikap sederhana menjadi berlebihan hingga menjerumus ke sifat konsumtif. Pola hidup yang konsumtif ini terjadi hampir di seluruh lapisan masyarakat dari mulai remaja hingga orang dewasa. Perilaku konsumtif pada kalangan remaja hingga orang dewasa, merupakan salah satu fenomena yang banyak terjadi terutama bagi yang tinggal di kota-kota besar. Pada masa remaja individu juga mulai mandiri secara ekonomi, kemandirian secara ekonomi tersebut yang dapat mendorong individu menjadi konsumtif dan melakukan perilaku pembelian *impulsive buying*. Sebuah pembelian secara tiba-tiba, tidak biasa lepas dari masing-masing individu dalam melakukan

kontrol terhadap diri sendiri. Seperti yang ditunjukkan oleh (Faber, 2007), pengendalian diri atau kontrol diri sangat penting untuk memungkinkan orang untuk maju dari kondisi saat ini ke keadaan yang diinginkan. Dengan demikian, karena proses pembelian konsumen juga melibatkan perkembangan menuju kepemilikan, adalah logis untuk melihat peran pengendalian diri dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Terlihat juga bahwa ketika kapasitas pengendalian diri terganggu, orang lebih cenderung terlibat dalam perilaku pembelanjaan yang tidak dipertimbangkan dan tidak bijaksana (Faber, 2007). Penelitian yang dilakukan, (Baumeister, 2002) menunjukkan bahwa orang yang memiliki kendali diri mungkin rentan terhadap godaan sebuah promosi penjualan yang menarik dan memberikan kemudahan. Sebaliknya, orang dengan kontrol diri tinggi lebih cenderung membeli berdasarkan keyakinan akan nilai dan manfaat jangka panjang. Kontrol diri akan menjadi salah satu dari lima dimensi kepribadian. (Verplanken & Herabadi, 2002)

berpendapat bahwa kecenderungan pembelian secara tiba-tiba dapat dilihat sebagai ekspresi dari pola kepribadian penyamarataan, dan cara lain sebelum berpikir mungkin juga mengadopsi pola perilaku seperti itu saat berbelanja. Dengan demikian, berdasarkan tren yang dibahas dalam literatur, diharapkan bahwa pembelian impulsif akan secara signifikan terkait dengan satu atau lebih dari ciri-ciri kepribadian (Doost, Mahsa, Parvaneh, 2015). Lima ciri ketidakstabilan emosi, keramahan, ekstrovert, ketelitian, dan keterbukaan terhadap pengalaman muncul sebagai pilihan yang jelas untuk studi yang melibatkan ciri-ciri kepribadian. Oleh karena itu, sementara memahami hubungan yang mungkin antara sifat-sifat kepribadian dan keputusan pembelian tiba-tiba, menjadi penting untuk mempertimbangkan lima konstruksi yang berkaitan dengan kepribadian *Big Five*. Lima ciri-ciri kepribadian yang pertama adalah ketidakstabilan emosi. Menurut (Costa, 1999), ketidakstabilan emosi sifat kepribadian yang menunjukkan kepribadian rentan terhadap ketidakamanan dan tekanan emosional. Maksudnya adalah individu yang memiliki tingkat ketidakstabilan emosi yang tinggi, dianggap lebih rentan terhadap kesulitan dan cenderung tidak rileks. Individu yang mengalami ketidakstabilan, kecemasan, kemuraman, dan aflikabilitas akan mendapat skor tinggi pada kecenderungan pembelian *impulsif*. Temuan-temuan dari (Qureshi, Shahjehan, Zeb, & Saifullah, 2011) menyajikan kesimpulan yang sama, di mana hasil penelitian mengaitkan keterkaitan antara ketidakstabilan emosi dan perilaku yang tidak benar. Dengan demikian, dalam penelitian ini akan diberikan dalam bentuk yang berbeda, ketidakstabilan emosi menjadi stabilitas emosi akan diharapkan memiliki nilai negatif pada pembelian *impulsif*. Ciri-ciri kepribadian yang kedua adalah sifat keramahan. Orang-orang yang tinggi dalam keramahan cenderung menjadi amanah, ramah, dan kooperatif (Costa, 1999). Dengan mengacu pada asosiasi sifat ini dengan pembelian *impulsif*, seperti yang ditunjukkan oleh (Verplanken & Herabadi, 2001), dengan kecenderungan pembelian *impulsif* dikaitkan dengan kecenderungan untuk tidak mengikuti persaingan yang berbahaya, bisa saja terjadi

bahwa keramahan akan berbanding terbalik dengan keputusan pembelian *impulsif*. Ciri-ciri kepribadian yang ketiga adalah sifat ekstrovert. Individu yang tinggi pada sifat ekstrovert memiliki pendekatan yang enerjik ke dunia sosial dan dunia material dan memiliki kecenderungan untuk mengalami emosi yang positif (Costa, 1999). Kecendrungan (Verplanken & Herabadi, 2001), menyatakan bahwa pola-pola tersebut akan memiliki hubungan positif. Ciri-ciri kepribadian yang keempat adalah sifat ketelitian. Individu yang mendapat skor tinggi pada dimensi ini berperilaku dengan pertimbangan dan menahan diri dari berlebihan, dan dengan demikian, dalam situasi membeli, individu-individu ini diharapkan dapat mengevaluasi secara pasti untuk mempertahankan keputusan (Y. Chen & Wang, 2011). Telah muncul juga bahwa kesadaran sifat ketelitian terkait dengan “perencanaan untuk pengeluaran masa depan” (Donnelly, Iyer, & Howell, 2012). Hal ini berbeda dengan kecenderungan yang tidak disengaja, sifat spontan, dan tidak langsung dari pembelian *impulsif* (Jones, Reynolds, Weun, & Beatty, 2003), dan karenanya, diharapkan bahwa sifat kepribadian ini akan berhubungan negatif dengan pembelian *impulsif*. Ciri-ciri kepribadian yang kelima adalah sifat keterbukaan. Sifat “keterbukaan” dicirikan oleh kepentingan yang orisinal, imajinatif dan luas, dan dimaksudkan untuk menggambarkan orang-orang yang tidak kaku dalam pandangan mereka sendiri, atau dalam harapan mereka yang lain (Mondak, 2011). Mempertimbangkan keingintahuan intelektual yang terkait dengan sifat ini (Costa, 1999), individu yang tinggi pada sifat ini dianggap memiliki kemauan untuk menikmati pengalaman dan ide-ide baru serta kesediaan untuk menerima perubahan (Myers, 2010). Ini, dalam pandangan kami, berarti bahwa orang-orang seperti itu mungkin merasakan dorongan untuk membeli produk baru atau akan tertarik pada teknologi baru. Ciri kepribadian, stabilitas emosi, ekstrovert, ketelitian, terhadap pengalaman muncul sebagai pilihan yang jelas untuk studi yang melibatkan ciri-ciri kepribadian, dan dalam melakukan pembelian tiba-tiba, setiap individu dipengaruhi oleh kontrol diri. Dari kondisi demikian peneliti tertarik untuk meneliti

keputusan pembelian tiba-tiba ditinjau dari kontrol diri, dan tiga dari lima ciri kepribadian, stabilitas emosi, ekstrovert, dan ketelitian, pada masyarakat.

## PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hubungan kontrol diri terhadap keputusan pembelian tiba-tiba: Kontrol diri (KD) adalah kemampuan seseorang untuk dapat mengatur tekanan dari luar yang datang tidak terduga yang tidak dapat diterima dan tidak diinginkan dan itu merupakan kapasitas untuk menolak hasil yang kurang disukai untuk mencapai hasil yang lebih disukai di masa depan (Kuhn, Zillmer, Crowell, & Zavala, 2013). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Baumeister, 2002) menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian tiba-tiba.

$H_1$ : Kontrol diri berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian tiba-tiba.

Hubungan stabilitas emosi terhadap keputusan pembelian tiba-tiba: individu dengan stabilitas emosi yang tinggi, akan cenderung lebih rileks, dan dapat mengontrol diri dalam melakukan sebuah pembelian. Penelitian terdahulu yang dilakukan (Sofi Shakeel Ahmad, 2017), menunjukkan bahwa stabilitas emosi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian tiba-tiba.

$H_2$ : Stabilitas emosional berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian tiba-tiba.

Hubungan ekstrovert terhadap keputusan pembelian tiba-tiba: Ekstrovert meliputi perilaku mudah bergaul, aktif, banyak bicara, optimis, menyenangkan, kasih sayang, dan bersahabat. Ekstrovert berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mendapatkan stimulasi (McCrae, 2008). Individu yang bertipe ini, sangat tertarik akan adanya stimulasi-stimulasi yang baru. Hal ini berhubungan dengan pembelian *impulsif*. Orang yang memiliki kecenderungan pembelian *impulsif* yang tinggi ditandai dengan ketertarikan yang berlebihan terhadap stimulasi produk yang ditawarkan. Dengan demikian, dimensi ini memiliki hubungan positif dengan pembelian *impulsif* (Verplanken & Herabadi,

2002). Penelitian terdahulu yang dilakukan (T. Chen, 2011), menunjukkan bahwa ekstrovert berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian tiba-tiba.

$H_3$ : Ekstrovert berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiba-tiba.

Hubungan ketelitian terhadap keputusan pembelian tiba-tiba: Ketelitian meliputi keteraturan seseorang, ketahanan dan motivasi dalam mencapai tujuan. Orang-orang dengan ketelitian, memiliki tujuan dan perencanaan yang matang akan sesuatu. Individu yang memiliki kecenderungan pembelian *impulsif* yang tinggi melakukan pembelian dengan tidak terencana. Hal ini berhubungan negatif dengan sifat ketelitian, dimana orang-orang dengan sifat ini memiliki perencanaan di setiap tindakan yang akan dilakukan Penelitian terdahulu yang dilakukan (Jones *et al.*, 2003), menunjukkan bahwa ketelitian berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian tiba-tiba.

$H_4$ : Ketelitian berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian tiba-tiba.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif, dan pengambilan datanya menggunakan kuesioner dengan skala likert. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta yang berjumlah 120 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden dalam penelitian ini sama banyak yaitu perempuan dan laki-laki masing-masing (50%). Berdasar usia, mayoritas responden berusia 15-20 tahun (26,7%). Berdasar tingkat pendidikan, responden didominasi oleh lulusan SLTA/Sederajat (56,7%), sedangkan berdasar status tempat tinggal sekarang, 89,2% berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sisanya dari luar DIY (10,8%).

**Tabel 1. Hasil Uji Kualitas Data**

KD	Pearson Corr.	SE	Pearson Corr.	E	Pearson Corr.	KT	Pearson Corr.	KPT	Pearson Corr.
KD1	0,661	SE1	0,872	E1	0,819	KT1	0,737	KPT1	-0,199
KD2	0,757	SE2	0,735	E2	0,826	KT2	0,835	KPT2	0,525
KD3	0,764							KPT3	0,436
KD4	0,826							KPT4	0,590
KD5	0,683							KPT5	0,756
KD6	0,615							KPT6	0,826
								KPT7	0,591
								KPT8	0,654
<i>Cronbach's Alpha</i>	<b>0,813</b>		<b>0,454</b>		<b>0,523</b>		<b>0,385</b>		<b>0,652</b>

Sumber : Data diolah 2018

Ringkasan uji kualitas data pada tabel 1 menunjukkan validitas semua item variabel terpenuhi karena nilai *Pearson Correlation* memiliki *p (sig. 1 tailed)* < 0,05. Nilai *cronbach's alpha based on standardized items* untuk kontrol diri (0,813), stabilitas emosi (0,454), ekstrovert (0,523) ketelitian (0,385) dan keputusan pembelian tiba-tiba (0,652) > 0,6 yang artinya semua variabel adalah reliabel.

Interval dengan penilaian 5 skala ditentukan sebagai berikut.

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Sehingga dapat ditentukan *range* jawaban sebagai berikut.

- Skor rata-rata antara 1,00 -1,80 : Sangat Tidak Baik
- Skor rata-rata antara 1,81 - 2,60 : Tidak Baik
- Skor rata-rata antara 2,61 - 3,40 : Cukup Baik
- Skor rata-rata antara 3,41 - 4,20 : Baik
- Skor rata-rata antara 4,21 - 5,00 : Sangat Baik

**Tabel 2. Statistik Deskriptif**

Indikator	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
<b>Kontrol Diri</b>												
KD1	2	2,0	11	11,0	20	20,0	71	71,0	16	16,0	3,73	B
KD2	-	-	13	13,0	22	22,0	59	59,0	26	26,0	3,82	B
KD3	1	1,0	13	13,0	32	32,0	61	61,0	13	13,0	3,60	B
KD4	-	-	14	14,0	37	37,0	55	55,0	14	14,0	3,58	B
KD5	3	3,0	10	10,0	32	32,0	64	64,0	11	11,0	3,58	B
KD6	-	-	5	5,0	33	33,0	65	65,0	17	17,0	3,78	B
<b>Stabilitas Emosi</b>												
SE1	6	6,0	23	23,0	26	26,0	57	57,0	8	8,0	3,32	CB
SE2			8	8,0	35	35,0	66	66,0	11	11,0	3,67	B
<b>Ekstrovert</b>												
E1	1	1,0	15	15,0	24	24,0	64	64,0	16	16,0	3,66	B
E2	3	3,0	26	26,0	32	32,0	56	56,0	3	3,0	3,52	B
<b>Ketelitian</b>												
KT1	-	-	8	8,0	32	32,0	66	66,0	14	14,0	3,72	B
KT2	2	2,0	22	22,0	28	28,0	59	59,0	9	9,0	3,43	B
<b>Keputusan Pembelian Tiba-tiba</b>												
KPT1	1	1,0	9	9,0	25	25,0	72	72,0	13	13,0	3,73	B
KPT2	23	23,0	61	61,0	22	22,0	13	13,0	1	1,0	2,23	TB
KPT3	15	15,0	58	58,0	30	30,0	16	16,0	1	1,0	3,42	B
KPT4	7	7,0	35	35,0	30	30,0	45	45,0	3	3,0	3,02	CB
KPT5	5	5,0	29	29,0	40	40,0	39	39,0	7	7,0	3,12	CB
KPT6	5	5,0	35	35,0	35	35,0	36	36,0	9	9,0	3,08	CB
KPT7	2	2,0	20	20,0	45	45,0	49	49,0	4	4,0	3,28	CB
KPT8	2	2,0	21	21,0	36	36,0	55	55,0	6	6,0	3,35	CB

Ket. STS (Sangat Tidak Setuju); TS (Tidak Setuju); N (Netral); S (Setuju); SS (Sangat Setuju); CB (Cukup Baik); B (Baik); SB (Sangat Baik).

Tabel 2 statistik deskriptif menunjukkan nilai presentase jawaban setuju tertinggi pada variabel kontrol diri terjadi pada indikator KD1 sebesar 71%. Pada variabel stabilitas emosi presentase jawaban setuju tertinggi terjadi pada indikator SE2 sebesar 66%. Presentase tertinggi pada variabel ekstrovert terjadi pada indikator E1 sebesar 64%. Presentase tertinggi pada variabel ketelitian terjadi pada indikator KT1 sebesar 66%. Presentase tertinggi pada variabel keputusan pembelian tiba-tiba terjadi pada indikator KPT1 sebesar 72%.

**Tabel 3. Asumsi Klasik**

Bebas	Terikat	Tolerance	VIF	Asymp. Sig. (2-tailed)
KD		0,976	1,024	
SE		0,818	1,222	
E	KPT	0,688	1,454	0,793
KT		0,670	1,493	

Sumber : Data diolah 2018

Hasil pengujian asumsi klasik pada tabel 3 menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10 yang artinya pada model regresi tidak terjadi multikolonieritas. Hasil uji Glejser menunjukkan nilai *Sig*> 0,05 yang artinya model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,793 > 0,05, yang artinya data residual terdistribusi normal.

**Tabel 4. Uji Hipotesis**

Bebas	Terikat	Unstandardized Coefficients		T	Sig.	Adj. R Square
		Beta				
KD		-0,311		-3,159	0,002	
SE		-0,129		-0,469	0,640	
E	KPT	0,198		0,687	0,494	0,424
KT		-0,956		-2,944	0,004	

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4, diketahui bahwa variabel Kontrol Diri (KD) memiliki koefisien regresi sebesar -0,311 dengan *p-value* (*sig*) sebesar  $0,002/2 = 0,001 < \alpha (0,05)$ , sehingga Hipotesis 1 dalam penelitian menyatakan Kontrol Diri berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian tiba-tiba diterima. Nilai negatif beta kontrol diri sebesar (-31,1%) ini menunjukkan bahwa masyarakat DIY yang sebagian besar (responden) ber usia 15-20 tahun, berpengaruh besar terhadap

keputusan pembelian tiba-tiba. Masyarakat DIY memiliki perilaku kontrol diri yang tinggi dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial. Hasil tersebut dibuktikan pada indikator KD1 dengan jawaban setuju sebesar 71%.

Pengujian pada Tabel 4 diketahui bahwa variabel Stabilitas Emosi (SE) memiliki koefisien regresi sebesar -0,129 dengan *p-value* (*sig*) sebesar  $0,640 > \alpha (0,05)$ , sehingga Hipotesis 2 dalam penelitian yang menyatakan Stabilitas Emosi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian tiba-tiba ditolak. Nilai negatif beta stabilitas emosi sebesar (-12,9%) ini menunjukkan bahwa masyarakat DIY yang sebagian besar (responden) ber usia 15-20 tahun, memiliki stabilitas emosi yang cukup bagus. Hasil tersebut dibuktikan pada indikator SE2 dengan jawaban setuju sebesar 66%. Stabilitas emosi yang dimiliki masyarakat DIY tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiba-tiba secara signifikan, karena dimungkinkan masyarakat DIY telah memiliki kontrol diri yang tinggi.

Pengujian pada Tabel 4 diketahui bahwa variabel Ekstrovert (E) memiliki koefisien regresi sebesar 0,687 dengan *p-value* (*sig*) sebesar  $0,494 > \alpha (0,05)$ , sehingga Hipotesis 3 dalam penelitian menyatakan Ekstrovert berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian tiba-tiba ditolak. Nilai positif beta ekstrovert sebesar 19,8% menunjukkan bahwa masyarakat DIY yang sebagian besar (responden) ber usia 15-20 tahun, memiliki kepribadian ekstrovert yang cukup tinggi. Hasil tersebut dibuktikan pada indikator E1 dengan jawaban setuju sebesar 64%. Kepribadian ekstrovert yang dimiliki masyarakat DIY tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiba-tiba secara signifikan, karena dimungkinkan masyarakat DIY telah memiliki sikap ketelitian yang tinggi.

Pengujian pada Tabel 4 diketahui bahwa variabel Ketelitian (KT) memiliki koefisien regresi sebesar -0,956 dengan *p-value* (*sig*) sebesar  $0,004/2 = 0,002 > \alpha (0,05)$ , sehingga Hipotesis 4 dalam penelitian menyatakan Ketelitian berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian tiba-tiba diterima. Nilai negatif beta variabel ketelitian sebesar -95,6%,

artinya sifat ketelitian yang dimiliki oleh masyarakat DIY yang sebagian besar (responden) berusia 15-20 tahun, tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiba-tiba. Hasil tersebut dibuktikan pada indikator KT1, dengan jawaban setuju sebesar 66%.

**Tabel 5. Koefisien Determinasi**

Model	R	R square	Adjusted R square	Std. Error of the Estimate
1	0,424	0,180	0,151	3,876

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan Tabel 5 koefisien determinasi *adjusted R square* sebesar 0,424, hal ini berarti 42,2% variabel keputusan pembelian tiba-tiba dipengaruhi oleh kontrol diri, stabilitas emosi, ekstrovert, ketelitian dan sisanya 57,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kontrol diri, stabilitas emosi, ekstrovert, dan ketelitian terhadap keputusan pembelian tiba-tiba pada masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Temuan menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel kontrol diri terhadap keputusan pembelian tiba-tiba. Temuan berikutnya menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan variabel stabilitas emosi terhadap keputusan pembelian tiba-tiba. Temuan berikutnya menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan variabel ekstrovert terhadap keputusan pembelian tiba-tiba. Temuan berikutnya menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel ketelitian terhadap keputusan pembelian tiba-tiba.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti berikutnya untuk mengembangkan variabel-variabel lain yang lebih variatif di luar variabel yang sudah ada seperti kontrol diri, stabilitas emosi, ekstrovert, dan ketelitian terhadap keputusan pembelian tiba-tiba khususnya pada masyarakat Daerah

Istimewa Yogyakarta serta dengan tambahan variabel lainnya yang dapat mendukung dalam penelitian ini seperti kartu kredit dan promosi penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baumeister, R. O. Y. F. (2002). Yielding Impulsive to Temptation : Self-ontrol Purchasing , and Failure , 28, 674.
- Chen, T. (2011). Personality Traits Hierarchy of Online Shoppers, 3(4), 23–39. <https://doi.org/10.5539/ijms.v3n4p23>
- Chen, Y., & Wang, Q. I. (2011). The Role of Marketing in Social Media : How Online Consumer Reviews Evolve The Role of Marketing in Social Media : How Online Consumer Reviews Evolve, 13902(January), 1–32.
- Costa, M. crae. (1999). A five-factor theory of personality, (January 1999).
- Donnelly, G., Iyer, R., & Howell, R. T. (2012). The Big Five personality traits , material values , and financial well-being of self-described money managers. *Journal Of Economic Psychology*, 33(6), 1129–1142. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2012.08.001>
- Doost, Mahsa, Parvaneh, J. (2015). The Role of Psychological Traits in Market Mavensim Using Big Five Model The Role of Psychological Traits in Market Mavensim Using, (March).
- Faber, R. J. (2007). Spent Resources : Self-Regulatory Resource Availability Affects Impulse Buying.
- Jones, M. A., Reynolds, K. E., Weun, S., & Beatty, S. E. (2003). The product-specific nature of impulse buying tendency, 56, 505–511. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00250-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00250-8)
- Kuhn, D., Zillmer, N., Crowell, A., & Zavala, J. (2013). developing argumentive competen ... Developing Norms of Argumentation :

- Metacognitive, Epistemological, and Social Dimensions of Developing Argumentative Competence, (June).
- McCrae, C. (2008). Empirical and theoretical status of the five-factor model of personality traits, (January). <https://doi.org/10.4135/9781849200462.n13>
- Mondak, J. J. (2011). Personality and the foundations of political behavior, 46, 323–325. <https://doi.org/10.1057/ap.2011.16>
- Myers, S. D. (2010). The moderating effect of personality traits on attitudes toward advertisements : A contingency framework Of Personality Traits On Attitudes Toward Advertisements :, (January 2010).
- Qureshi, J. A., Shahjehan, A., Zeb, F., & Saifullah, K. (2011). The effect of self-esteem and organizational identification on organizational citizenship behavior : A case of Pakistani public sector university, 05(March). <https://doi.org/10.5897/AJBM10.391>
- Sofi Shakeel Ahmad, F. A. N. (2017). The Role of Personality in Impulse Buying Behavior The Role of Personality in Impulse Buying Behavior, (May 2018). <https://doi.org/10.1177/2278682116674079>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2002). Individual differences in impulse buying tendency: feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(S1), S71–S83. <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Verplanken, B., & Herabadi, A. G. (2001). Individual Differences in Impulse Buying Tendency : Feeling and No Thinking Individual Differences in Impulse Buying Tendency : Feeling and no Thinking, (September 2016). <https://doi.org/10.1002/per.423>

