

ABSTRACT

Hubungan Antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* Pengguna Marketplace pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Reguler 2

Nikki Windayantari

Ahmad Naufalul Umam, B.A., S.Psi., M.Si (Pembimbing)

Universitas Mecu Buana, Jakarta

Shopping is an activity carried out in general by the society without exception of students. During the pandemic, many people are doing their shopping online. In an easy and efficient way in the era of technology to satisfy consumers, it makes people happy to do online shopping activities. This can also make students happy to shop online using marketplace applications (Shopee, Tokopedia, Lazada, etc.) which makes students more efficient in doing shopping activities, as well as offering many attractive promos given or offered by marketplace applications, increasing students' desire to shop online using a marketplace application. Therefore, researchers are interested in knowing the relationship between self-control and impulsive buying at regular 2 Mercu Buana University students who use marketplace applications. In this study, 136 respondents were collected, consisting of 41 male respondents and 95 female respondents. In the use of measuring tools by researchers, namely the self-control scale (Tangney, dkk 2014) and the impulsive buying scale (Setiadi, 2003). And the data obtained in this study using Pearson correlation. The value of the correlation that has been obtained is (r) -179 with a significant value of 0.000 ($p < 0.038$) which means that there is a significant negative relationship between the two variables. So from the explanation above it can be interpreted as well, if the higher self-control in students, the lower the impulsive buying in students, and conversely the lower self-control in students, the higher the impulsive buying in students when shopping.

Keywords : Self-Control, Impulsive Buying and Market Place

ABSTRAK

Hubungan Antara Kontrol Diri dengan *Impulsive Buying* Pengguna Marketplace pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Reguler 2

Nikki Windayantari

Ahmad Naufalul Umam, B.A., S.Psi., M.Si (Pembimbing)

Universitas Mecu Buana, Jakarta

Berbelanja merupakan kegiatan yang dilakukan pada umumnya oleh masyarakat tanpa tekecuali mahasiswa. Dimasa pandemik banyak dari masyarakat yang lebih banyak melakukan kegiatan berbelanja melalui online. Dengan cara yang mudah di era teknologi dan efisien untuk memuaskan konsumenya, menjadikan masyarakat senang untuk melakukan kegiatan berbelanja secara online. Hal ini pun dapat membuat mahasiswa senang berbelanja online menggunakan aplikasi *marketplace* (Shopee, Tokopedia, Lazada, dll) yang membuat mahasiswa menjadi lebih efisien dalam melakukan kegiatan berbelanja, serta penawaran banyak promo yang menarik diberikan atau ditawarkan oleh aplikasi marketplace menambah keinginan mahasiswa untuk berbelanja secara online menggunakan aplikasi marketplace. Maka dari ini peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan kontrol diri dengan *impulsive buying* pada mahasiswa Universitas Mercu Buana regular 2 yang menggunakan aplikasi marketplace. Pada penelitian kali ini telah terkumpul sebanyak 136 responden yang terdiri 41 responden berjenis kelamin laki-laki dan 95 responden berjenis kelamin perempuan. Pada penggunaan alat ukur oleh peneliti yaitu skala kontrol diri (Tangney, dkk 2014) dan skala *impulsive buying* (Setiadi, 2003). Dan data yang diperoleh pada penelitian kali ini dengan menggunakan korelasi Pearson. Nilai dari korelasi yang telah didapatkan yaitu (r) -0.179 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ ($p < 0.038$) yang artinya terdapat hubungan yang signifikan kearah negatif pada kedua variabel tersebut. Maka dari penjelasan diatas dapat diartikan juga, jika semakin tinggi kontrol diri pada mahasiswa maka semakin rendah *impulsive buying* pada mahasiswa, dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri pada mahasiswa maka semakin tinggi *impulsive buying* pada mahasiswa saat berbelanja.

Kata Kunci : Kontrol Diri, *Impulsive Buying* dan Marketplace