

**Komang Tiya Deva Asvini. (150114172). Hubungan antara *Intuitive eating* dengan *Impulsive Buying Behavior* Terhadap Makanan cepat saji Pada Mahasiswa.** Skripsi Sarjana Strata 1. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

## INTISARI

Pembelian secara impulsif merupakan perilaku membeli tanpa melakukan suatu pertimbangan lebih, memutuskan suatu pembelian yang tidak direncanakan terlebih dahulu atau mengambil suatu keputusan secara cepat, munculnya keputusan tersebut karena adanya konflik antara keinginan dan kontrol pada diri individu. Perilaku tersebut dapat muncul karena ada faktor dari fasilitas yang diberikan, misal seperti adanya diskon, sistem pelayanan terhadap pelanggan, usia konsumen, dan lain sebagainya. Selain itu terdapat faktor lain yang memengaruhi pembelian secara impulsif yaitu *intuitive eating* yang khususnya pada perilaku pembelian makanan cepat saji. Faktor ini sama-sama berbasis sistem 1 dengan *impulsive buying behavior* yang bekerja secara otomatis dan cepat, sedikit usaha dalam mengontrol, membuat secara cepat dalam suatu penilaian. Namun lain halnya jika *intuitive eating* lebih mengandalkan kesadaran sinyal lapar dan sinyal kenyang pada makanan cepat saji serta lebih berproses menggunakan sistem 2. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *intuitive eating* dengan *impulsive buying behavior* terhadap makanan cepat saji.

Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung atau konsumen yang berada di Kantin PF lantai 1 dan Kantin Keluwih yang berlokasi di Universitas Surabaya. *Sample size* pada penelitian ini bersifat *infinite* yang berarti populasi tidak diketahui jumlahnya. Sampel yang direkomendasikan sebesar 377 dengan level kepercayaan 95%. Pada penelitian ini sampel yang diperoleh sebanyak 398 subjek diambil menggunakan sistem *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan secara kuantitatif yang menggunakan angket tertutup skala *likert* dengan lima pilihan jawaban dan angket terbuka. Pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis korelasi non-parametrik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *intuitive eating* dengan *impulsive buying behavior* ( $r = -0.105$ ;  $p = 0.037$ ) terhadap makanan cepat saji. Hubungan antara kedua variabel tersebut menunjukkan sifat berkorelasi negatif yang berarti semakin rendah *intuitive eating* makan semakin tinggi *impulsive buying behavior*, begitu juga sebaliknya semakin tinggi *intuitive eating* maka semakin rendah *impulsive buying behavior*.

Kata kunci: *intuitive eating*, *impulsive buying behavior*, makanan cepat saji