

Kevin Parindra. (5130205). Hubungan Antara *Self Control* Dan *Self control* Dengan *Impulsive buying* Pada Mahasiswa Perantauan. Skripsi Sarjana Strata 1, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Laboratorium Psikologi Industri dan Organisasi (2020)

ABSTRAK

Impulsive buying adalah proses pembelian suatu barang. Dimana si pembeli tidak merencanakan sebelumnya dan mendadak. Atau membeli suatu barang dalam keadaan spontan. Pembelian secara *Self control* atau *Impulsive buying* membutuhkan budget atau anggaran untuk mendapatkan barang yang konsumen inginkan. Budget yang dibutuhkan adalah suatu pengaturan anggaran keuangan yang dikelola dengan baik yang disebut *self control*. *Self control* dilakukan agar subjek dapat melakukan pengelolaan atau pengaturan keuangan dengan baik dan mengurangi pembelian secara *self control* atau biasa disebut *Impulsive buying*. Selain melakukan *self control* konsumen juga diimbangi dengan self-control sehingga dapat menahan pembelian secara *self control* dan dapat mengelola atau mengatur keuangan dengan baik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dengan pengambilan data berupa angket (kuesioner) dan didukung data sekunder berupa wawancara. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 203 subjek mahasiswa berusia 19-23 tahun yang tidak berdomisili di Surabaya dan bertempat tinggal di kos-kosan, dikarenakan mahasiswa yang tidak berdomisili di Surabaya dan bertempat tinggal di kos-kosan cenderung susah dalam mengatur keuangan mereka dan melakukan pembelian secara *impulsive* atau biasa disebut *Impulsive buying*. Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan non parametrix analisis dikarenakan sebaran data tidak normal dan tidak linier.

Dari hasil pengujian statistik didapat bahwa, signifikansi sig. (2-tailed) tiap variable menunjukkan *Mental budgeting – Impulsive buying* sig. (2-tailed) (0.387) dan *Self control – Impulsive buying* sig. (2-tailed) (0.473) nilai Sig. menunjukkan >0.05 yaitu hipotesis diterima dan tidak signifikan yang artinya baik atau tidaknya subjek dalam mengontrol diri dan mengelola keuangannya dengan baik tidak dapat mempengaruhi pembelian secara *impulsive* subjek pada saat berbelanja. Dan pada *Correlation coefficient* dari *Self control – Impulsive buying* dan *Mental budgeting – Impulsive buying* >0.03 dan berkorelasi negatif yaitu -0.061 dan -0.051 yang artinya meningkat atau menurunnya *self-control* dan *mental budgeting* tidak memiliki hubungan atau pengaruh apapun kepada tingkat pembelanjaan atau pembelian secara *impulsive* (*impulsive buying*).

Kata kunci: *Impulsive buying, Self control, Mental budgeting.*