ABSTRAK

PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF BELANJA *ONLINE* PADA KARYAWAN RETAIL DI KARAWANG

Justika Suwandi
Fakultas Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang
Ps18.justikasuwandi@mhs.ubpkarawang.ac.id

Belanja *online* pada saat ini adalah hal yang sangat populer dari waktu ke waktu, konsumen di Indonesia cenderung banyak yang mengarah ke pembelian tidak terencana atau dapat disebut pembelian impulsif, maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif belanja *online* karyawan retail di Karawang. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Skala dalam penelitian ini yaitu skala kontrol diri yang berjumlah 12 aitem dan skala pembelian impulsif berjumlah 17 aitem. Populasi penelitian ini adalah karyawan *retail* yang berusia 18-30 tahun di daerah pusat perbelanjaan Galuh Mas Karawang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *teknik non probability sampling* dengan metode sampling yang digunakan adalah *convenience sampling*, proses analisis dibantu dengan SPSS 26.0 *for windows*. Jumlah subjek penelitian ini sebanyak 167 karyawan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologi, yang terdiri dari skala kontrol diri dan pembelian impulsif, kemudian analisis data dilakukan menggunakan uji regresi sederhana pada variabel kontrol diri terhadap pembelian impulsif dengan hasil sig. 000 < 0,05 sehingga bisa dikatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu Ha diterima dan H0 ditolak yang artinya ada pengaruh kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada kayawan Galuh Mas Karawang. Pada penelitian ini diketahui *R square* menunjukan angka 0,180 yang berarti bahwa pengaruh yang disumbangkan oleh variabel kontrol diri terhadap pembelian impulsif sebesar 18% (R^2= 0,180) dan 82% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Kontrol Diri, Pembelian Impulsif, Belanja *Online*, Karyawan *Retail*.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SELF-CONTROL ON IMPULSIVE BUYING OF ONLINE SHOPPING FOR RETAIL EMPLOYEES AT KARAWANG

Justika Suwandi
FACULTY OF PSYCHOLOGY BUANA PERJUANGAN KARAWANG UNIVERSITY
Ps18.justikasuwandi@mhs.ubpkarawang.ac.id

At this time, online shopping is a very popular. Many consumers in Indonesia ultimately lead to "unplanned purchases" or commonly called "impulsive purchases". Therefore, this study aims to determine: the effect of self-control on impulsive purchases of online shopping for retail employees at Karawang. The research method used is associative quantitative research. The scale in this study is the self-control scale with 12 items and the impulsive purchase scale with 17 items. The population of this research is retail employees aged 18-30 years in the shopping center area of Galuh Mas Karawang. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with the sampling method used is convenience sampling, the analysis process is assisted by SPSS 26.0 for windows. The number of subjects in this study were 167 employees. The instrument used in this study is a psychological scale, which consists of a scale of self-control and impulse purchase, then data analysis was carried out using a simple regression test on the self-control variable on impulse buying with the results of sig 000 < 0.05 so it can be said that the hypothesis in this study is Ha is accepted and H0 is rejected, which means that there is an influence of self-control on impulsive purchase in Galuh Mas Karawang employees. In this study, it is known that R square shows the number 0.180, which means that the influence contributed by the self-control variable on impulse purchase is 18% (R^2 = 0.180) and the other 82% is influenced by other variables.

Keywords: Self-Control, Impulsive Buying, Online Shop, Retail Employees.