

ABSTRAK

PENGARUH KEPERIBADIAN NEUROTIK TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF REMAJA PENGGEJAR K-POP DI KARAWANG

¹Fakultas Psikologi UBP Karawang
ps20.bungaphallosa@mhs.ubpkarawang.ac.id

Peningkatan pembelian *merchandise* seperti *album*, *photocard*, *poster* dan *lightstick* banyak dilakukan oleh remaja penggemar *K-Pop* dengan kondisi emosi yang masih berkembang, sehingga banyak mendapatkan dorongan untuk melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kepribadian neurotik terhadap perilaku pembelian impulsif remaja penggemar *K-Pop* di Karawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Pengumpulan data dilakukan dengan instrumen skala psikologi model skala *likert* yaitu *The Impulsive Buying Tendency Scale* (IBTS) oleh Verplanken dan Herabadi dan *MINI-International Personality Pool* (MINI-IPIP) oleh Donnellan dkk, kemudian pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *quota sampling*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis hipotesis didapatkan nilai $F_{13,959}$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan hasil uji koefisien determinasi dengan nilai $R^2 = 0,065$ yang berarti ada pengaruh kepribadian neurotik sebesar 6,5% kepada perilaku pembelian impulsif pada remaja penggemar *K-Pop* di Karawang. Penelitian ini membuktikan bahwa kepribadian neurotik yang dimiliki oleh remaja penggemar *K-Pop* di Karawang sedikit mempengaruhi perilaku pembelian impulsifnya. Sementara sebagian besar perilaku pembelian impulsif dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti variabel kognitif, variabel kontrol diri, variabel kecerdasan emosional, dan lainnya.

Kata kunci : Kepribadian Neurotik, Pembelian Impulsif, Remaja

ABSTRACT

PENGARUH KEPERIBADIAN NEUROTIK TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF REMAJA PENGGEJAR K-POP DI KARAWANG

¹Faculty of Psychology Buana Perjuangan Karawang University
ps20.bungaphallosa@mhs.ubpkarawang.ac.id

The increase in purchases of merchandise such as albums, photocards, posters and lightsticks is mostly done by teenage K-Pop fans whose emotional conditions are still developing, so many are encouraged to make impulse purchases. This research aims to determine the influence of neurotic personality on the impulsive buying behavior of teenage K-Pop fans in Karawang. This research uses a quantitative approach with a causal associative research design. Data collection was carried out using a psychological scale instrument by The Impulsive Buying Tendency Scale (IBTS) from Verplanken and Herabadi and also MINI-International Personality Pool (MINI-IPIP) from Donnellan et al, then sampling using a non-probability sampling method with a quota sampling technique. The data obtained was then analyzed using multiple linear regression. Based on the results of the hypothesis analysis, an F value of 13,959 was obtained with a significance of $0.000 < 0.05$ and the results of the coefficient of determination test with a value of $R^2 = 0.065$, which means that there is a neurotic personality influence of 6.5% on impulsive buying behavior among teenage K-Pop fans in Karawang. This research proves that the neurotic personality possessed by teenage K-Pop fans in Karawang slightly influences their impulsive buying behavior. Meanwhile, most impulsive buying behavior is influenced by other variables such as cognitive variables, self-control variables, emotional intelligence variables, and others.

Keywords: Neurotic Personality, Impulsive Buying, Teenagers