

ABSTRAK

Erizqa Rusydina Ariesti, 1113111331452, Pengaruh *Self control* Terhadap *Impulsive buying* Pada Mahasiswi di Surabaya, Dewasa Awal, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya, 2019.

Perilaku *impulsive buying* digambarkan sebagai perilaku pembelian yang tidak terencana untuk membeli secara tiba-tiba saat berhadapan dengan barang tertentu, dan disertai dengan perasaan senang dan bahagia. Faktor eksternal bisa dari lingkungan toko dan faktor internal yang mempengaruhi *impulsive buying* yakni ketersediaan waktu dan uang, seks sebagai identitas diri konsumen, kontrol diri, dan motif hedonis. Maka dari itu, peneliti meneliti tentang pengaruh *self control* terhadap *impulsive buying*.

Peneliti meneliti pada mahasiswi-mahasiswi berumur 18 hingga 22 tahun di Surabaya. Hasil penelitian mengatakan jika terdapat pengaruh antara kontrol diri dengan pembelian impulsif dengan taraf signifikan pada angka 0.000. Penelitian ini dibawah batas 0.05 yang mengartikan ada pengaruh yang kuat antara variable *self control* dengan variabel *impulsive buying*. Semakin tinggi *self control* pada individu maka akan semakin rendah perilaku *impulsive buying*, begitu juga sebaliknya apabila *self control* rendah maka *impulsive buying* akan tinggi.

Kata Kunci: *Self-Control, Impulsive Buying, Dewasa Awal.*
Daftar Pustaka, 31, (1977-2019)

ABSTRACT

Erizqa Rusydina Ariesti, 1113111331452, *The Effect of Self control on Impulsive buying on Students in Surabaya, Early Adults, Thesis, Faculty of Psychology, Airlangga University, Surabaya, 2019.*

Impulsive buying behavior is described as unplanned buying behavior to buy suddenly when dealing with certain items, and is accompanied by feelings of pleasure and happiness. Impulsive buying can occur in early adulthood which is marked by a change in development that shows the emergence of curiosity and a sense of wanting to be seen well in front of others.

Researchers examined on female students aged 18 to 22 years in Surabaya. The results of the study say if there is an influence between self-control with impulsive purchases with a significant level at 0,000. This research is below the 0.05 limit which means that there is a strong influence between the self control variable and the impulsive buying variable. The higher self control in individuals, the lower the impulsive buying behavior, and vice versa if the self control is low, the impulsive buying will be high.

*Keywords: Self-Control, Impulsive Buying, Early Adults.
References, 31, (1977-2019)*