

**HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *IMPULSIVE BUYING*
PADA MAHASISWA PENGGUNA *ONLINE SHOP***

NOVIYANTI NINGSIH

NIM : 21.23.73201.006

Fakultas Psikologi

Universitas Darul'Ulum Jombang

ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self - esteem* dengan perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa pengguna *online shop*. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *online shop* dengan rentang usia 18 – 25 tahun. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 82 responden. Teknik pengambilan data dilakukan secara *online* menggunakan *google form*. Teknik pengambilan data menggunakan teknik *purposive random sampling*. Alat pengumpulan data berupa skala *impulsive buying* dan *self - esteem*. Berdasarkan hasil uji korelasi non parametrik *rho Spearman*, maka diperoleh nilai koefisien korelasi $r_{xy} = 0,016$ dengan nilai sig atau $p = 0,884$ ($\text{sig} > 0,05$). Hal ini menunjukkan tidak ada hubungan antara *Self - Esteem* dengan *Impulsive Buying* pada mahasiswa pengguna *online shop*. Ada beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku *impulsive buying* antaranya *self control* memiliki pengaruh sebesar 60%, *lifestyle* (gaya hidup) sebesar 64,9%, gaya hidup hedonis sebesar 54,9%, dll.

Kata kunci : *Self Esteem; Impulsive Buying; Online shop*

**HUBUNGAN ANTARA *SELF-ESTEEM* DENGAN *IMPULSIVE BUYING*
PADA MAHASISWA PENGGUNA *ONLINE SHOP***

NOVIYANTI NINGSIH

NIM : 21.23.73201.006

Fakultas Psikologi

Universitas Darul'Ulum Jombang

ABSTRACTS

This study aims to determine the relationship between self-esteem and impulsive buying behavior in online shop user students. The subjects of this study were online shop user students with an age range of 18-25 years. The number of respondents in this study were 82 respondents. The data collection technique is done online using google form. The data collection technique uses purposive random sampling technique. Data collection tools in the form of impulsive buying and self-esteem scales. Based on the results of the Spearman rho non-parametric correlation test, the correlation coefficient value $r_{xy} = 0.016$ was obtained with a sig value. = 0.884 (sig> 0.05). This shows that there is no relationship between Self-Esteem and Impulsive Buying in online shop user students. Several other variables have been identified as influencing factors of impulsive buying behavior. These include self - control (60%), lifestyle (64,9%), and a hedonistic lifestyle (54,9%). these findings indicate that impulsive buying is a multidimensional behavior influenced by various psychological and lifestyle - related factors.

Keywords: Self Esteem; Impulsive Buying; Online shop