

ABSTRAK

Judul : Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku *Impulsive Buying* pada Pengguna Aktif Aplikasi OVO.
Nama : Untari Gunarti
Program Studi : Psikologi

Kemajuan teknologi bertumbuh pesat dan membuat individu menjadi mudah untuk mengakses segala sesuatu bahkan hanya melalui satu *smartphone*. Melakukan pembayaran juga sekarang dapat dilakukan hanya dengan sebuah aplikasi, salah satunya OVO, karena dianggap lebih praktis, menghemat waktu dan energi, serta banyak promo-promo yang menarik. Kemudian promosi tersebut membuat para individu tertarik untuk berbelanja dengan spontan, segera, dan reflektif atau yang dikenal dengan perilaku *impulsive buying*. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku *impulsive buying* adalah kontrol diri. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku *impulsive buying* pada pengguna aktif aplikasi OVO. Rancangan penelitian ini adalah kuantitatif korelasional, teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Sampel penelitian ini adalah pengguna aktif aplikasi OVO yang berada di Jabodetabek sebanyak 100 orang. Alat ukur kontrol diri dengan 15 aitem valid dan koefisien reliabilitas (α) 0,823 dan alat ukur *impulsive buying* dengan 40 aitem valid dan koefisien reliabilitas (α) 0,952. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan *impulsive buying* dengan nilai ($\text{sig.}p=0,007$ dan $r= -0,270$). Kontrol diri mempengaruhi 7,3% *impulsive buying*. Pengguna aktif aplikasi OVO lebih banyak memiliki kontrol diri yang kuat (52%) dan *impulsive buying* yang tinggi (55%). Tidak ada hubungan antara *impulsive buying* dengan jenis kelamin, usia, jumlah pengeluaran belanja perbulan, produk yang sering dibeli, dan juga alasan menggunakan aplikasi OVO.

Kata kunci: Kontrol diri, *impulsive buying*, aplikasi OVO.

ABSTRACT

Judul : The corelation between Self-Control and Impulsive Buying Behavior in Active Users of OVO Application

Nama : Untari Gunarti

Program Studi : Psychology

The development of technology is really fast and its easy for individuals to access everything even through just one smartphone. Making payments can now also be done with just an application, one of which is OVO, because it is considered more practical, saves time and energy, and has many attractive promos. Then the promotions make individuals interested in shopping spontaneously, immediately, and reflectively or what is known as impulsive buying behavior. One of the factors that influence impulsive buying behavior is self control. The purpose of this study is to determine the relation between self-control and impulsive buying behavior in active users of OVO application. The design of this research is correlational quantitative, the sampling technique is using non-probability sampling with purposive sampling. The sample of this research is 100 active users of the OVO application in Jabodetabek area. Self control measuring instruments are 15 valid items and reliability coefficient (α) 0,823, and then impulsive buying measuring instruments are 40 valid items and a reliability coefficient (α) 0.952. The results show that there is a significant negative relationship between self-control and impulsive buying with value (sig.p = 0.007 and $r = -0.270$). Self control affects 7.3% impulsive buying. Active users of OVO application have more strong self-control (52%) and high impulsive buying (55%). There is no relation between impulsive buying with gender, age, total monthly expenditure, frequently purchased products, and reasons for using OVO application.

Keywords : Self Control, impulsive buying, OVO Application.