

ABSTRAK

Erlinda Fortuna Tanudjaya (01121170028)

PENGARUH REGULASI DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN KEPERIBADIAN *BIG FIVE* SEBAGAI MODERATOR PADA DEWASA MUDA

(xiv + 101 halaman: 1 gambar; 18 tabel; 12 lampiran)

Semakin berkembangnya zaman dan teknologi, membuat individu menjadi malas dan ingin semuanya tersedia secara instan. Munculnya situs-situs belanja *online* menawarkan kemudahan dalam berbelanja. Individu dapat berbelanja tanpa harus melakukan suatu usaha untuk pergi ke suatu tempat. Hal ini dapat memicu berkembangnya kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara impulsif. Penelitian-penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa terdapat pengaruh dalam penelitian ini, tapi belum ditemukan penelitian yang meneliti efek moderasi dari kepribadian pada dinamika variabel ini. Studi ini bertujuan untuk meneliti apakah regulasi diri memiliki pengaruh terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada dewasa muda dan apakah *emotional stability* memiliki efek moderasi dalam dinamika variabel ini.

Penelitian kuantitatif dilakukan kepada 400 individu dengan rentang usia dewasa muda (20-40 tahun) menggunakan instrumen penelitian, yaitu *Self-Regulation Scale*, *Impulsif Buying Tendency Scale*, dan *International Personality Item Pool-Big Five Model*. Hasil menunjukkan bahwa regulasi diri memiliki pengaruh terhadap kecenderungan pembelian impulsif ($\beta = -.443, p < .01$) dan *emotional stability* ditemukan memiliki efek moderasi. Artinya, meningkatnya kemampuan individu untuk meregulasi diri akan menurunkan kecenderungan tingkat pembelian impulsif dan *emotional stability* juga memengaruhi pengaruh ini. Penemuan lain yang berkaitan dengan variabel penelitian juga turut didiskusikan.

Kata kunci: regulasi diri; pembelian impulsif; *big five*; dewasa muda
Referensi: 64 (1984-2020)