

**STUDI DESKRIPTIF KECENDERUNGAN PEMBELIAN IMPULSIF
PADA USIA DEWASA AWAL
DI YOGYAKARTA**

Dian Astrid Wikantanti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran mengenai kecenderungan pembelian impulsif pada usia dewasa awal di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, yaitu metode survei. Pengumpulan data pada penelitian ini melalui skala yang telah dibuat oleh Verplanken & Herabadi (2001) yang telah dialihbahasakan terlebih dahulu. Subjek penelitian ini berjumlah 308 orang yang termasuk dalam tahap dewasa awal, yaitu subjek yang berusia 20 - 40 tahun. Data-data yang diperoleh pada penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif yang kemudian diolah menggunakan *SPSS for windows 18.00*. Dari hasil penelitian ini diperoleh hasil mean empirik = 64,4968 < mean teoritik = 80, dan uji t yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi (p) adalah 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum kecenderungan pembelian impulsif pada usia dewasa awal di Yogyakarta tergolong rendah. Secara khusus, terdapat perbedaan yang signifikan dalam kecenderungan pembelian impulsif menurut jenis kelamin (perempuan lebih tinggi daripada laki-laki), frekuensi berbelanja per bulan (frekuensi belanja lebih dari tiga kali lebih tinggi daripada frekuensi belanja 0-3 kali per bulan), serta cara penawaran barang (penawaran dengan mendapatkan diskon lebih tinggi daripada penawaran dengan harga murah / promo).

Kata kunci : Kecenderungan Pembelian Impulsif, Dewasa Awal

**A DESCRIPTIVE STUDY OF IMPULSIVE BUYING TENDENCY
IN EARLY ADULTHOOD IN YOGYAKARTA**

Dian Astrid Wikantanti

ABSTRACT

This study aimed to see an overview of impulse buying tendency in early adulthood in Yogyakarta. This study used a descriptive quantitative research method, which was a survey. Data collection in this study used a scale that was made by Verplanken & Herabadi (2001) which had been translated first. The research subjects were included 308 people in the early adulthood stage (20-40 years) in the city of Yogyakarta. The data obtained in this study were analysed using quantitative analysis techniques, then were processed using SPSS for windows 18.00. This research obtained empirical results mean = 64.4968 < theoretical mean = 80, and t-tests that had been done showed the value of significance (p) 0.000 (p<0.05). This research showed that generally impulse buying tendency in early adulthood in Yogyakarta was low. In particular, there were significant differences in impulse buying tendency by sex (females were higher than males), frequency of shopping per month (the frequency of shopping more than three time was higher than the frequency of shopping 0-3 times per month), and how to offer goods (the offer by getting a discount was higher than the offer with low price/promo).

Keywords : Impulsive Buying Tendency, Early Adulthood