

**HUBUNGAN ANTARA PEMBELIAN IMPULSIF DAN PENYESALAN
PASCA PEMBELIAN PRODUK *FASHION* SECARA *ONLINE* PADA
KONSUMEN REMAJA AKHIR**

Nindya Ayu Agustin

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pembelian impulsif dan penyesalan pasca pembelian produk *fashion* secara *online* pada konsumen remaja akhir. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 250 konsumen remaja akhir yang terdiri dari 125 subjek berjenis kelamin laki-laki dan 125 subjek berjenis kelamin perempuan. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah 8 item skala *Post Purchase Consumer Regret* ($\alpha = 0,835$) dan 12 item skala pembelian impulsif ($\alpha = 0,916$). Teknik analisis data menggunakan uji korelasi *Spearman's rho* karena sebaran data yang digunakan dalam penelitian ini tidak normal. Hasil uji korelasi *Spearman's rho* menunjukkan bahwa ada korelasi positif dan signifikan antara pembelian impulsif dan penyesalan pasca pembelian produk *fashion* secara *online* ($r = 0,210$ dan $p = 0,000$).

Kata Kunci : Pembelian Impulsif, Penyesalan Pasca Pembelian, Produk *Fashion Online*, Remaja Akhir.

***CORRELATION BETWEEN IMPULSIVE BUYING AND POST PURCHASE
REGRET OF FASHION PRODUCT ONLINE IN LATE ADOLESCENCE
CONSUMERS***

Nindya Ayu Agustin

ABSTRACT

This study aims to investigate the correlation between impulsive buying and post purchase regret of fashion product online in late adolescence consumers. The subject in this research are 250 late adolescence consumers consisting of 125 subjects of male and 125 subject of female. The data collection instruments were 8 items of Post Purchase Regret scale ($\alpha = 0,835$) and 12 items of impulsive buying scale ($\alpha = 0,916$). Data analysis technique used in this study was Rank Spearman's Rho correlation test because the data distribution used in this research is not normal. Spearman's rho correlation test results indicate that there is a positive and significant correlation between impulsive buying and post-purchase of fashion products online ($r = 0,210$ and $p = 0,000$).

Keywords : Impulsive Buying, Post Purchase Regret, Online Product Fashion, Late Adolescence