

ABSTRAK

Putri, V.A. (2025). Hubungan Kesenian dengan Pembelian Impulsif pada *Emerging Adult* Pengguna *E-Commerce*. *Skripsi*. Yogyakarta: Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kesenian dengan pembelian impulsif pada *emerging adult* pengguna *e-commerce*. Subjek penelitian ini merupakan 267 pengguna *e-commerce* yang berada pada usia *emerging adulthood*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei korelasional. Hipotesis yang diajukan, yaitu terdapat hubungan positif antara kesenian dan pembelian impulsif pada *emerging adulthood* pengguna *e-commerce*. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala kesenian ($\alpha = 0,920$) yang didasarkan teori aspek memiliki Russel (1996) dan skala pembelian impulsif ($\alpha = 0,904$) yang didasarkan teori aspek memiliki Rook & Hoch (1985) yang disusun sendiri oleh peneliti. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis non-parametrik *Spearman's Rho* karena tidak memenuhi syarat uji asumsi, dimana data tidak berdistribusi normal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan pada taraf sedang antara kesenian dengan pembelian impulsif pada *emerging adulthood* pengguna *e-commerce*, dengan koefisien korelasi sebesar 0,597 dengan taraf signifikansi $0,001 < (r_s = 0,597, p < 0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat hubungan positif antara kesenian dan pembelian impulsif pada *emerging adulthood* pengguna *e-commerce* diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat keseniannya, maka semakin tinggi tingkat pembelian impulsif. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kesenian, maka semakin rendah tingkat pembelian impulsif.

Kata kunci: *kesenian, pembelian impulsif, emerging adulthood, pengguna e-commerce*

ABSTRACT

Putri, V.A. (2025). The correlation between Loneliness and Impulsive Buying in Emerging Adult Using E-Commerce. Thesis. Yogyakarta: Psychology, Faculty of Psychology, Sanata Dharma University

This study explores the correlation between loneliness and impulsive buying among emerging adults who use e-commerce platforms. The sample consisted of 267 participants within the emerging adulthood age range. A quantitative approach with a correlational survey design was employed. It was hypothesized that loneliness would be positively associated with impulsive buying among emerging adult e-commerce users. Loneliness was measured using a scale based on Russell's (1996) framework ($\alpha = 0.920$), while impulsive buying was measured with a scale developed by the researcher drawing on Rook and Hoch's (1985) model ($\alpha = 0.904$). Because the data were not normally distributed, Spearman's Rho non-parametric correlation was used. The results showed a significant, moderately strong positive correlation between loneliness and impulsive buying ($r_s = 0.597$, $p < 0.05$). These findings support the hypothesis: higher levels of loneliness are linked to higher levels of impulsive buying, whereas lower loneliness is associated with lower impulsive buying.

Keywords: *loneliness, impulsive buying, early adult, e-commerce users*