

PENGARUH SELF MONITORING TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA REMAJA AKHIR PUTRI PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DI YOGYAKARTA

**Maria Isabella
Dian Yudhawati**

Program Studi Psikologi
Fakultas Bisnis & Humaniora
Universitas Teknologi Yogyakarta
Email: mariaisabella1001@gmail.com

ABSTRAK

Remaja merupakan individu yang cenderung melakukan pembelian online dan cenderung impulsif. Remaja mudah terpengaruh untuk membeli barang-barang yang sedang populer, ditambah lagi pada era modern ini banyak metode pembayaran PayLater yang dapat memudahkan dalam proses pembelanjaan. Oleh karena itu, dengan adanya kemudahan ini membuat remaja bisa dengan cepat mengikuti tren dan mengikuti keadaan sosialnya. Hal ini berkaitan dengan tingginya self monitoring yang umumnya disebabkan adanya pemikiran untuk selalu ingin menampilkan citra diri yang positif, dan berperilaku sesuai dengan informasi yang diterima dari lingkungannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh self monitoring terhadap impulsive buying pada remaja akhir putri pengguna Shopee PayLater di Yogyakarta. Penelitian ini melibatkan 123 responden remaja akhir putri di Yogyakarta usia 18-22 tahun menggunakan teknik purposive sampling. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan skala self monitoring dari teori Briggs & Cheek (1986) dan impulsive buying menggunakan teori Verplanken & Herabadi (2001). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat self monitoring dan impulsive buying tergolong tinggi. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang artinya lebih kecil dari 0,05 maka, hipotesis (H_a) diterima dan (H_o) ditolak. Pada sumbangan efektif terdapat 38% self monitoring mempengaruhi impulsive buying. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh self monitoring terhadap impulsive buying pada remaja akhir putri pengguna Shopee PayLater di Yogyakarta.

Kata kunci: *Impulsive Buying, Remaja Akhir Putri, Self Monitoring, Shopee PayLater*

THE INFLUENCE OF SELF MONITORING ON IMPULSIVE BUYING ON LATE FEMALE TEENAGERS SHOPEE PAYLATER USERS IN YOGYAKARTA

**Maria Isabella
Dian Yudhawati**

Departement of Psychology
Faculty of Business & Humanities
University of Technology Yogyakarta
Email: mariaisabella1001@gmail.com

ABSTRACT

Teenage are individuals who tend to make online purchases and tend to be impulsive. Teenagers are easily influenced to buy items that are currently popular, plus in this modern era there are many PayLater payment methods that can make the shopping process easier. So with this convenience, teenagers can quickly follow trends and follow social conditions. This is related to the high level of self monitoring which is generally due to the idea of always wanting to display a positive self-image and behaving in accordance with the information received from the environment. This research was conducted to find out the Influence of self monitoring on Impulsive buying on late female teenagers Shopee PayLater users in Yogyakarta. This research was aims to determine The Influence of Self monitoring on Impulsive buying on Late Female Teenagers Shopee PayLater Users in Yogyakarta. This research used 123 female late teenagers respondents in Yogyakarta aged 18-22 year using purposive sampling techniques. The method used is a quantitative research method whit a data analysis technique using simple linear regression with a self monitoring scala from the theory of Briggs & Cheek (1986) and an impulsive buying scala using the theory of Verplanken & Herabadi (2001). The research results show that the level of self monitoring and impulsive buying is relatively high. The research results show a significance value of 0.000 ($p < 0.05$), which means it is smaller than 0.05, so the hypothesis (H_a) is accepted and (H_o) is rejected. In effective contribution, there is 38% of self-monitoring influencing impulsive buying. Thus, the hypothesis in this research is that there is an the influence of self monitoring on impulsive buying on late female teenagers shopee PayLater users in Yogyakarta.

Keywords: *Impulsive Buying, Late Female Teenager, Self Monitoring, Shopee PayLater*