

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA
MAHASISWI PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI UNIVERSITAS
BHAKTI KENCANA BANDUNG**

**SITI SALIS QOIDAH
201FS02014**

Program Studi S1 Psikologi, Fakultas Sosial
Universitas Bhakti Kencana

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, didorong oleh kemajuan teknologi elektronik, telah memudahkan interaksi masyarakat tanpa terbatas oleh jarak, ruang, dan waktu. Salah satu aplikasi dari kemajuan ini dalam sistem perdagangan adalah *e-commerce*, yang memungkinkan penjualan produk kebutuhan sehari-hari secara *online*. Shopee, sebagai *platform e-commerce*, menawarkan berbagai produk mulai dari peralatan olahraga hingga makanan dan minuman. Aplikasi ini menyediakan fitur menarik seperti gratis ongkos kirim, *voucher* promo, diskon, dan *flash sale* yang hampir setiap hari, memberikan nilai lebih dan kemudahan bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap *Impulsive buying* pada mahasiswa pengguna aplikasi shopee di Universitas Bhakti Kencana Bandung. Metode dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan analisis regresi sederhana dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 60 mahasiswi pengguna *e-commerce* Shopee. Hasil uji regresi diperoleh sig. (p) sebesar $< ,001$ atau ($< 0,05$) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kontrol diri terhadap *impulsive buying* pada mahasiswi pengguna aplikasi Shopee. Artinya yaitu apabila semakin tinggi kontrol diri seseorang maka akan berpengaruh terhadap penurunan *impulsive buying*. Begitupun sebaliknya, semakin rendah kontrol diri maka akan semakin tinggi *impulsive buying*.

Kata Kunci: *Impulsive Buying*, Kontrol Diri, Mahasiswi, Shopee

**THE INFLUENCE OF SELF-CONTROL ON IMPULSIVE BUYING IN
FEMALE SHOPEE APPLICATION USERS AT BHAKTI KENCANA
UNIVERSITY, BANDUNG**

**SITI SALIS QOIDAH
201FS02014**

*Departement of Psychology, Faculty of Social
Bhakti Kencana University*

ABSTACK

The development of information and communication technology, driven by advances in electronic technology, has facilitated community interaction without being limited by distance, space and time. One of the applications of these advancements in the trading system is e-commerce, which enables the sale of daily necessities products online. Shopee, as an e-commerce platform, offers a variety of products ranging from sports equipment to food and beverages. This application provides attractive features such as free shipping, promo vouchers, discounts, and flash sales almost every day, providing more value and convenience for consumers. This study aims to determine the effect of self-control on impulsive buying in students using the shopee application at Bhakti Kencana University Bandung. The method in this study is quantitative research using simple regression analysis with non-probability sampling techniques with convenience sampling techniques. The number of respondents in this study were 60 female Shopee e-commerce users. The regression test results obtained sig. (p) of $< ,001$ or (<0.05) which shows that there is a significant influence between self-control on impulsive buying in female Shopee application users. This means that if a person's self-control is higher, it will affect the decrease in impulsive buying. Vice versa, the lower the self-control, the higher the impulsive buying.

Keywords: *Impulsive Buying, Self-Control, College Student, Shopee*