

Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Kontrol Diri terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Pengguna Shopee PayLater = The Influence of Hedonic Shopping Motivation and Self-Control on the Impulsive Buying Tendency of Shopee PayLater Users among College Students

Aurelia Ardhani Nathania, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920571334&lokasi=lokal>

Abstrak

Tren penggunaan Shopee PayLater yang semakin meningkat, terutama di kalangan mahasiswa yang belum memiliki pendapatan, perlu menjadi perhatian karena banyak yang menggunakannya untuk tujuan kesenangan tanpa diimbangi kontrol diri, sehingga meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif yang dapat berujung pada beban finansial yang tidak terkendali. Penelitian ini menguji pengaruh motivasi belanja hedonis dan kontrol diri terhadap kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Partisipan terdiri dari 141 mahasiswa berusia 18–25 tahun yang aktif menggunakan SPayLater. Analisis regresi berganda menunjukkan bahwa motivasi belanja hedonis dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan pembelian impulsif. Semakin tinggi motivasi hedonis dan semakin rendah kontrol diri, maka semakin tinggi kecenderungan pembelian impulsif. Selain itu, temuan ini menegaskan bahwa baik motivasi belanja hedonis maupun kontrol diri masing-masing berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Secara khusus, kontrol diri memberikan pengaruh yang lebih besar dibandingkan motivasi belanja hedonis. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur psikologi konsumen mengenai penggunaan layanan pay later dan memberikan wawasan kepada masyarakat tentang pentingnya mengelola dorongan emosional dan meningkatkan kontrol diri.

.....The increasing trend of Shopee PayLater usage, particularly among students who do not have an income, warrants attention as many use it for recreational purposes without sufficient self-control, thus increasing the tendency for impulsive buying that can lead to uncontrolled financial burdens. This study examines the influence of hedonic shopping motivation and self-control on impulsive buying tendency among Shopee PayLater users. The participants consisted of 141 students aged 18–25 who actively use SPayLater. Multiple regression analysis showed that both hedonic shopping motivation and self-control significantly influence impulsive buying tendency. The higher the hedonic motivation and the lower the self-control, the higher the tendency for impulsive buying. Additionally, these findings confirm that both hedonic shopping motivation and self-control each have a significant impact on impulsive buying. Specifically, self-control has a greater influence compared to hedonic shopping motivation. This study contributes to consumer psychology literature regarding the use of pay later services and provides insights to the public on the importance of managing emotional impulses and enhancing self-control.