

HUBUNGAN ANTARA KECERDASAN EMOSIONAL DENGAN IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA

Siti Syifa Ayuning Lestari
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
sc.syifalestari@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecerdasan emosional dengan *impulsive buying* pada mahasiswa di Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan antara kecerdasan emosional dengan *impulsive buying* pada mahasiswa di Yogyakarta. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang berada pada rentang usia 18 – 39 tahun sebanyak 100 subjek. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Skala *Impulsive Buying* dan Skala Kecerdasan Emosional. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment* dari Pearson. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara kecerdasan emosional dengan *impulsive buying* pada mahasiswa di Yogyakarta, yaitu $r_{xy} = -0,404$ dengan taraf signifikansi sebesar $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara kecerdasan emosional dengan *impulsive buying* pada mahasiswa di Yogyakarta. Sehingga hipotesis pada penelitian ini dapat diterima. Semakin tinggi tingkat kecerdasan emosional individu maka perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa di Yogyakarta semakin rendah, sebaliknya semakin rendah tingkat kecerdasan emosional individu maka perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa di Yogyakarta semakin tinggi.

Kata kunci: kecerdasan emosional, perilaku pembelian, mahasiswa

CORRELATION BETWEEN EMOTIONAL QUOTIENT WITH IMPULSIVE BUYING IN YOGYAKARTA COLLEGE STUDENT

Siti Syifa Ayuning Lestari
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
sc.syifalestari@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the relationship between emotional intelligence and impulsive buying for students in Yogyakarta. The hypothesis proposed in this study is there is a relationship between emotional intelligence and impulsive buying for students in Yogyakarta. The subjects of this study were students who were in the age range of 18 – 39 as many as 100 subjects. The method of data collection in this study uses the impulsive buying scale and the emotional intelligence scale. The method of data analysis in this study uses product moment correlation analysis from Pearson. The result of the analysis shows that there is a significant negative relationship between emotional intelligence and impulsive buying in students in Yogyakarta, $r_{xy} = -0,404$ with a significance level of $p = 0,000$ ($p = 0,05$). This shows that there is a negative relationship between emotional intelligence and impulsive buying for students in Yogyakarta. So the hypothesis in this study is acceptable. The higher

Keyword: Emotional intelligence, impulsive buying, impulsive behaviour, student