

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecenderungan gaya hidup hedonis dengan pembelian Impulsif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan adalah adanya hubungan positif antara variabel kecenderungan gaya hidup hedonis dengan perilaku pembelian impulsif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang memakai kosmetik dan berstatus aktif di Perguruan Tinggi Yogyakarta serta memiliki rentan usia 18 – 22 tahun sebanyak 87 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala pembelian impulsif dan skala kecenderungan gaya hidup hedonis. Metode analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari *Person*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh koefisien korelasi sebesar $(r_{xy}) = 0.540$ dengan taraf signifikansi sebesar $p = 0.000$ ($p < 0.01$). Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara kecenderungan gaya hidup hedonis dengan pembelian impulsif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta. Sehingga hipotesis pada penelitian ini dapat diterima. Semakin tinggi kecenderungan gaya hidup hedonis, maka semakin tinggi pula pembelian impulsif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta. Sebaliknya semakin rendah kecenderungan gaya hidup hedonis, maka semakin rendah pula pembelian impulsif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa di Yogyakarta.

Kata Kunci: pembelian impulsif, kecenderungan gaya hidup hedonis.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between hedonic lifestyle trends with impulsive buying of cosmetic products to students in Yogyakarta. The hypothesis proposed is the existence of a positive relationship between hedonic lifestyle tendency variables with impulsive buying behavior on cosmetic products to students in Yogyakarta. The subjects in this study were students who used cosmetics and were active in Yogyakarta College and had a vulnerable age of 18-22 years as many as 87 people. Data collection was carried out using the Impulsive Purchase scale and the Hedonic Lifestyle Trends scale. Data analysis method used is the product moment correlation of Person. Based on the results of testing the research hypothesis, a correlation coefficient of $(r_{xy}) = 0.540$ was obtained with a significance level of $p = 0.000$ ($p < 0.01$). This shows that there is a significant positive relationship between hedonic lifestyle trends and impulsive purchases of cosmetic products to students in the city of Yogyakarta. So the hypothesis in this study can be accepted. The higher the tendency for hedonic lifestyles, the higher the impulsive purchases of cosmetic products in students in Yogyakarta. Conversely, the lower the hedonic lifestyle, the lower the impulsive buying of cosmetic products among students in Yogyakarta.

Keywords: impulsive buying, hedonic lifestyle tendencies