

Abstrak

Beragam keuntungan yang diperoleh dari *Go-pay* membuat individu tertarik untuk menggunakannya, apabila dilakukan secara berlebihan dapat menyebabkan permasalahan perilaku konsumtif pada individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motivasi belanja hedonis dengan perilaku konsumtif pada pengguna *Go-pay*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 60 orang yang memiliki karakteristik pengguna *Go-pay*, berusia 18-25 tahun, dan berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Cara menentukan responden menggunakan metode *simple random sampling*. Pengumpulan data penelitian menggunakan dua skala yaitu Skala Perilaku Konsumtif dan Skala Motivasi Belanja Hedonis. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,411 dengan $p = 0,001$ ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kemampuan motivasi belanja hedonis dengan perilaku konsumtif.

Kata kunci: motivasi belanja hedonis, perilaku konsumtif

Abstract

The various benefits gained from Go-pay allow individuals to be interested in using them, when they are done excessively, which can cause the problem of consumptive behaviour in individuals. This research aims to find out the relationship between hedonism shopping motivation with consumptive behaviour in Go-pay user. Respondents in this study amounted to 60 people with the character of Go-pay users, aged 18-25 years, and domiciled in the Special Region of Yogyakarta. How to determine the respondent using simple random sampling method. The collection of research data uses two scales, namely the Consumptive Behaviour Scale and Hedonism Shopping Motivation Scale. The data analysis technique used was the correlation of the product moment from Karl Pearson. Based on the results of data analysis obtained coefficient of correlation (R) of 0.411 with $P = 0.001$ ($P < 0.05$). The results showed that there was a significant positive relationship between the hedonism shopping motivation with consumptive behaviour.

Keywords: hedonism shopping motivation, consumptive behaviour