

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara emosi positif dengan *impulsive buying* terhadap produk pakaian pada remaja putri. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan negatif antara emosi positif dengan *impulsive buying* terhadap produk pakaian pada remaja putri. Subjek dalam penelitian ini adalah 100 orang remaja putri yang berusia 18-21 tahun. Pengambilan subjek menggunakan *purposive sampling* dengan data yang dikumpulkan menggunakan Skala *Impulsive Buying* dan Skala Emosi Positif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *Pearson Correlation*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh koefisien korelasi sebesar $r = 0.284$ dengan taraf signifikansi sebesar $p = 0.002$ ($p < 0.050$), yang berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara emosi positif dan *impulsive buying*. Diharapkan bagi remaja putri untuk dapat mengendalikan emosi positif dalam dirinya guna mengatasi *impulsive buying*.

Kata kunci: emosi positif, *impulsive buying*, remaja putri

Abstract

This study aims to determine the correlation between positive emotions with impulsive buying of clothing products in teenage girl. The hypothesis proposed is that there is a negative correlation between positive emotions and impulsive buying of clothing products in teenage girl. The subjects in this study were 100 teenage girl aged 18-21 years. Subject collection uses purposive sampling with collected data using the Impulsive Buying Scale and Positive Emotion Scale. The data analysis method used is Pearson Correlation analysis. Based on the results of the study, obtained a correlation coefficient of $r = 0.284$ with a significance level of $p = 0.002$ ($p < 0.050$), which means there is no significant correlation between positive emotions and impulsive buying. It is expected for teenage girl to be able to control positive emotions in themselves to overcome impulsive buying.

Keywords : *positive emotions, impulsive buying, teenage girl*