

# PERAN KECERDASAN EMOSI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA REMAJA SMA AL AZHAR SYIFA BUDI SOLO

Dzulkhulaifah  
15160238K

## ABSTRAK

Belanja merupakan suatu kegiatan yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Kemudahan dalam berbelanja inilah yang memicu pembelian yang tidak disengaja atau yang disebut sebagai *Impulsive Buying*. Perilaku *Impulsive Buying* yang terjadi di kalangan remaja diwarnai oleh dorongan emosi yang kuat, muncul secara tiba-tiba, biasanya sulit untuk ditolak ataupun ditahan, dan dipicu secara spontan ketika dihadapkan langsung dengan produk tersebut, sehingga sangat diperlukan kecerdasan emosi agar dapat mengontrol pembelian yang tidak direncanakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kecerdasan emosi terhadap *Impulsive Buying* pada remaja SMA Al Azhar Syifa Budi Solo. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat peran yang signifikan antara kecerdasan emosi terhadap *Impulsive Buying* pada remaja SMA Al Azhar Syifa Budi Solo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 siswa-siswi SMA Al Azhar Syifa Budi Solo yang berada pada rentang usia 15-18 tahun. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Kecerdasan Emosi dan *Skala Impulsive Buying*.

Metode analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 21.0 *for windows release*. Hasil nilai regresi sebesar R sebesar 0,169 dengan  $p = 0,016$  ( $p < 0,05$ ) antara variabel Kecerdasan Emosi dan variabel *Impulsive Buying*. Hasil tersebut menandakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

**Kata kunci:** *Kecerdasan Emosi, Impulsive Buying, Remaja,*

# **THE ROLE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE TOWARDS IMPULSIVE BUYING IN TEENAGERS OF AL AZHAR SYIFA BUDI SOLO SENIOR HIGH SCHOOL**

Dzulkhulaifah  
15160238K

## **ABSTRACT**

Shopping is an activity that cannot be separated from human life. The simplicity in shopping is what triggers unintentional purchases or what is known as impulsive buying. Impulsive buying behavior that occurs among teenagers is characterized by strong emotional impulses, appears suddenly, is usually difficult to resist or restrained, and is triggered spontaneously when confronted directly with the product, so emotional intelligence is needed in order to control purchases that are not planned.

This study aims to determine the role of emotional intelligence on impulsive buying in Al Azhar Syifa Budi Solo Senior High School teenagers. The hypothesis proposed in this study is that there is a significant role between emotional intelligence and impulsive buying in Al Azhar Syifa Budi Solo Senior High School teenagers. This study used quantitative methods and sampling was carried out using a proportionate stratified random sampling technique. The subjects in this study were 100 students of Al Azhar Syifa Budi Solo Senior High School who were in the age range of 15-18 years old. The measuring instruments used in this research are the emotional intelligence scale and the impulsive buying scale.

The data analysis method used is a simple linear regression test with the help of SPSS 21.0 for windows release. The result of the regression value of R is 0,169 dengan  $p = 0,016$  ( $p < 0,05$ ) between the emotional intelligence variable and the impulsive buying variable. These results indicate that the hypothesis in this study is accepted.

***Keywords: Emotional Intelligence, Impulsive Buying, Teenagers***