

HUBUNGAN ANTARA KECERDASAN EMOSI DENGAN IMPULSIVE BUYING PADA REMAJA SMA NEGERI 1 KRADENAN

INTISARI

Berbelanja merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari yang dapat dilakukan secara offline maupun online. Tetapi berbelanja dapat memberikan dampak negatif berupa *impulsive buying* atau pembelian tanpa perencanaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi tinggi atau rendahnya *impulsive buying* adalah kecerdasan emosi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kecerdasan emosi dengan *impulsive buying* pada remaja sekolah SMA. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah *impulsive buying* memiliki hubungan negatif dengan kecerdasan emosi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Subyek penelitian ini berjumlah 222 siswa/i di SMA Negeri 1 Kradenan. Alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert yang menggunakan aspek dari Goleman untuk kecerdasan emosi, dan Engel dkk untuk *impulsive buying*. Metode yang digunakan adalah korelasi *rank spearman*, menunjukkan *correlation coefficient* sebesar 0,025 dengan nilai signifikansi sebesar 0,716 ($p < 0,05$). Hal ini dapat dimaknai bahwa terdapat hubungan positif antara kecerdasan emosi dengan *impulsive buying*. Artinya kecerdasan emosi dan *impulsive buying* tidak memiliki hubungan yang signifikan atau lemah.

Kata kunci: kecerdasan emosi, *impulsive buying*, remaja

**THE RELATIONSHIP BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE
AND IMPULSIVE BUYING IN ADOLESCENTS AT STATE
SENIOR HIGH SCHOOL 1 KRADENAN**

ABSTRACT

Shopping is an inseparable activity in daily life that can be done offline or online. However, shopping can have a negative impact in the form of impulsive buying or unplanned purchases. One factor that influences the level of impulsive buying is emotional intelligence. The purpose of this study was to determine whether there is a correlation between emotional intelligence and impulsive buying in high school adolescents. The hypothesis proposed in this study is that impulsive buying has a negative relationship with emotional intelligence. This study used a quantitative method and sampling using simple random sampling. The subjects of this study were 222 students at SMA Negeri 1 Kradenan. The measuring instrument used in this study was a Likert scale that uses aspects of Goleman for emotional intelligence, and Engel et al. for impulsive buying. The method used was rank spearman, showing a correlation coefficient of 0,025. with a significance value of 0.716 ($p < 0.05$). This can be interpreted as a positive relationship between emotional intelligence and impulsive buying. This means that emotional intelligence and impulsive buying do not have a significant or weak relationship.

Keywords: emotional intelligence, impulsive buying, teenagers