

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

Skripsi

**Disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana Psikologi Strata 1 Psikologi**



DISUSUN OLEH:

Nama: Gavin Leonard Valentino

NIM: 17180292K

Pembimbing:

Rosita Yuniati, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Patria Mukti, S.Psi, M.Si

PROGRAM STUDI S1 PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS SETIA BUDI

SURAKARTA

2025

PENGESAHAN SKRIPSI

Berjudul

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

Oleh :

Gavin Leonard Valentino

17180292K

Dipertahankan di depan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi
Universitas Setia Budi Surakarta dan diterima untuk memenuhi
sebagian dari syarat-syarat guna memperoleh
derajat gelar sarjana psikologi

Pada tanggal :

26 Agustus 2025

Mengesahkan,
Fakultas Psikologi
Universitas Setia Budi



Drs. Isaac Jogues Kiyok Sito Meiyanto, Ph.D.

Penguji

1. Rosita Yuniati, S.Psi, M.Psi.,Psi
2. Patria Mukti, S.Psi, M.Si
3. Dra. Endang Widyastuti, MA

Tanda Tangan

MOTTO

“Tidak ada alasan bagi saya untuk bermegah diri atas kelebihan saya.
Saya hanyalah manusia biasa, bukan Lionel Messi”.

(Gavin LV)

“Aku akan memberikan kamu hati yang baru, dan roh yang baru di
dalam batinmu. Aku akan menjauhkan dari tubuhmu hati yang keras
dan memberikan kepadamu hati yang taat”.

(Yehezkiel 36:26)

“Untuk segala sesuatu ada masanya, untuk apa pun di bawah langit ada
waktunya”.

(Pengkhutbah 3:1)

“Orang yang melanggar aturan memang disebut sampah, tetapi
orang yang meninggalkan sahabatnya jauh lebih rendah dari
sampah”.

(Uchiha Obito)

“Ji~ka kau me~nungguku untuk me~nye~rah, kau akan
me~nungguku se~lamanya.”

(Uzumaki~ Naruto)

" Kamu harus be~rjuang untuk me~rai~h i~mpi~anmu. Kamu harus
be~rkorban dan be~ke~rja ke~ras untuk i~tu”.

(Li~one~l Me~ssi~)

“Aku hanya i~ngi~n di~ke~nal se~bagai~ orang bai~k bukan
pe~mai~n te~rbai~k”.

(Li~one~l Me~ssi~)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan karya ini untuk orang-orang tersayang, yaitu:

1. Teruntuk ayah saya bapak Edy Widarto dan ibu saya Hanie Imelda yang selalu mendukung, mendoakan, serta tidak pernah absen bertanya “kapan lulusmu le?”
2. Teruntuk adik saya Axel Shanjuan Valentino yang diam-diam mendoakan saya di rumah, gereja, maupun pelayanan.
3. Teruntuk teman-teman saya yang sudah menemani, memberi semangat, memotivasi, membantu serta menjadi tempat cerita dikala susah.
4. Teruntuk teman-teman fitness, pelayanan gereja, tetangga yang selalu mendukung sehingga saya berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi dan perkuliahan saya.
5. Teruntuk diri saya sendiri yang sudah berjuang, mau untuk bertahan, tidak menyerah, dan yang terpenting tidak ada niat balas dendam kepada orang yang mencemooh kemunduran waktu saya lulus jika saya berhasil.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Gavin Leonard Valentino

NIM : 17180292K

Program Studi : S1 Psikologi

Judul Skripsi : Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan
Impulsive Buying Pada Remaja SMA Negeri 1
Kradenan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat orang lain, kecuali yang tertulis atau dikutip dalam naskah yang disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.



17180292K

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, akhirnya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, melewati berbagai perjuangan, kekecewaan, putus asa, hampir menyerah, dan segala rasa emosi yang tertuang ke dalam tugas ini. Tidak lupa juga tangisan, doa, berusaha menyakinkan diri, yang akhirnya sedikit demi sedikit penyusunan skripsi ini terselesaikan dengan judul “Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan *Impulsive Buying* Pada Remaja SMA Negeri 1 Kradenan”.

Terdapat beberapa kesulitan yang saya temui dalam penulisan skripsi ini. Tetapi karena kasih karunia dan penyertaan Tuhan Yesus Kristus skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Selain itu, skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Banyak dukungan yang diberikan oleh bidang akademis, keluarga, dan sahabat. Maka dari itu dengan kerendahan hati saya menyampaikan rasa terima kasih saya yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan penyertaan dan kasih karunia selama saya berproses mengerjakan skripsi ini.
2. Orang tua saya bapak Edy Widarto dan ibu saya Hanie Imelda. Yang tidak pernah absen memotivasi, mendoakan, dan bertanya kapan lulus.
3. Adik saya Axel Shanjuan Valentino yang mendukung, mendoakan saya dalam ibadah maupun pelayanannya.
4. Universitas Setia Budi Surakarta sebagai tempat saya menempuh pendidikan S1.
5. Bapak Dr. Ir. Djoni Tarigan, MBA selaku Rektor Universitas Setia Budi Surakarta.
6. Bapak Drs. Isaac Jogues Kiyok Sito Meiyanto, Ph,D selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi Surakarta.
7. Bapak Yustinus Joko Dwi Nugroho, S.Psi, M.Psi., Psikolog selaku sekertaris Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi Surakarta.
8. Ibu Rosita Yuniati, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing utama yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing saya. Terima kasih atas ilmu pengetahuan, motivasi, dan dukungan yang telah diberikan serta selalu sabar dalam membimbing saya selama ini.

9. Bapak Patria Mukti, S.Psi, M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang bersedia meluangkan waktu, super sabar, serta memberikan dukungan. Bagi saya anda bukan hanya dosen yang membimbing, tapi sudah seperti seorang kakak yang mengajar adiknya.
10. Bapak Muhammad Taufik Hermansyah, S.Psi., MA selaku dosen pembimbing akademik.
11. Bapak Suyoto, SE yang telah membantu dalam proses administrasi, sehingga rangkaian proses pengerjaan skripsi dapat berjalan dengan lancar.
12. Ibu Priilya Shanty Andrianie yang dulu pernah menjadi dosen pengajar sekaligus pembimbing akademik saya. Meskipun sudah tidak di Universitas Setia Budi jasa anda tetap tidak boleh dilupakan.
13. Bapak Yanto, SE yang dulu pernah menjadi TU di Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi Surakarta. Terima kasih atas bantuan administrasi dulu saat masih mahasiswa baru. Terima kasih juga karena sudah seperti ayah kedua bagi saya dan teman sekelompok saya.
14. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi Surakarta lainnya yang tidak sempat saya sebutkan. Terima kasih telah membimbing dan berbagi ilmu selama masa perkuliahan.
15. Kepada kepala sekolah, guru BK, ketua kelas, siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan. Terima kasih sudah bersedia menjadi tempat penelitian dan bersedia meluangkan waktu selama proses penelitian berlangsung.
16. Kepada teman-teman Pasien RSJ saya tercinta yaitu Yogi, Ifan, Vivian, Nadya, Ayu. Terima kasih karena kalian mengajarkan saya arti pertemanan yang saling menerima kelebihan dan kekurangan.
17. Kepada teman-teman survival saya yaitu Melty, Anggra, Muthiah, dan Angela. Kita memang tidak sempurna, tapi bertahan sampai skripsi ini selesai adalah hal yang luar biasa. Jangan lupa apresiasi diri kalian.
18. Kepada teman-teman Alex Gym yaitu om Sri Nardi, mas Eko, mas Dedi, Burhan, Wawan, mbak Ervin, mbak Mega, mbak Azizah, Hanif, mas Hance, dan teman lain yang tidak bisa saya sebut satu per satu. Terima kasih karena sudah mau membuka hati saat saya butuh teman mencurahkan emosi.

19. Kepada teman-teman psikologi Angkatan 2018. Terima kasih atas 4 tahun kebersamaan kita yang kita lalui Bersama untuk menempuh Pendidikan Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi Surakarta

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*. Subjek 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

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
INTISARI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
PERNYATAAN	v
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. <i>Impulsive Buying</i>	7
1. Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	7
2. Aspek-Aspek <i>Impulsive Buying</i>	7
3. Faktor-Faktor <i>Impulsive Buying</i>	9
B. Kecerdasan Emosi	10
1. Pengertian Kecerdasan Emosi.....	10
2. Aspek-Aspek Kecerdasan Emosi	10
3. Faktor-Faktor Kecerdasan Emosi.....	12
C. Remaja.....	14
1. Pengertian Remaja	14
2. Fase Perkembangan Masa Remaja	14
3. Ciri-Ciri Masa Remaja	16
D. Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan <i>Impulsive Buying</i> Pada Siswa/I SMA Negeri 1 Kradenan	17
E. Kerangka Pikir.....	19
Kerangka Konsep	20
F. Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Identifikasi Variabel Penelitian	21

B.	Definisi Operasional.....	21
1.	Kecerdasan Emosi.....	21
2.	<i>Impulsive Buying</i>	22
C.	Populasi, Sampling, Dan Teknik Sampling.....	22
1.	Populasi.....	22
2.	Sampel.....	23
3.	Teknik Sampling.....	24
D.	Metode Pengumpulan Data.....	24
E.	Skala <i>Impulsive Buying</i>	25
1.	Skala Kecerdasan Emosi.....	26
F.	Validitas Dan Reliabilitas.....	27
1.	Validitas.....	27
2.	Reliabilitas.....	27
G.	Teknik Analisis Data.....	27
1.	Uji Normalitas.....	28
2.	Uji Linearitas.....	28
3.	Uji Hipotesis.....	28
BAB IV PELAKSANAAN PENELITIAN DAN		
	PEMBAHASAN.....	29
A.	Persiapan Penelitian.....	29
1.	Orientasi Kancan Penelitian.....	29
2.	Proses Izin Penelitian.....	29
3.	Persiapan Alat Ukur.....	30
4.	Uji Coba Alat Ukur.....	30
5.	Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	30
B.	Pelaksanaan Penelitian.....	32
1.	Pengumpulan data.....	32
C.	Deskripsi Subyek Penelitian.....	32
1.	Usia.....	32
2.	Jenis Kelamin.....	33
3.	Kelas.....	33
4.	Presentase Berbelanja Dalam 1 Bulan.....	33
D.	Deskripsi Data Penelitian.....	33
E.	Analisis Data Penelitian.....	35
1.	Uji Asumsi Dasar.....	35
F.	Pembahasan.....	37
BAB V PENUTUP.....		39
A.	Kesimpulan.....	39

B. Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Diagram Hasil survei awal <i>Impulsive Buying</i> terhadap 36 siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan	2
Gambar 2. Diagram Hasil survei awal Kecerdasan Emosi terhadap 36 siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan	4
Gambar 3. Persentase Berbelanja Dalam 1 Bulan	33

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Perhitungan Jumlah Sampel	24
Tabel 2. <i>Blue Print</i> Skala <i>Impulsive Buying</i>	26
Tabel 3. <i>Blue Print</i> Skala Kecerdasan Emosi.....	26
Tabel 4. Deskripsi Subyek Penelitian berdasarkan usia	32
Tabel 5. Deskripsi Subyek Penelitian berdasarkan jenis kelamin	33
Tabel 6. Deskripsi Subyek Penelitian berdasarkan kelas	33
Tabel 7. Deskripsi Data Penelitian	34
Tabel 8. Deskripsi Kategorisasi Variabel Penelitian.....	35
Tabel 9. Hasil Uji Normalitas <i>Kolgomogorov-Smirnov</i>	35
Tabel 10. Hasil Uji Linearitas.....	36
Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Data Survei Awal	48
Lampiran 2. Hasil Hitungan Manual Survei Pra Penelitian	49
Lampiran 3. Tabel.....	50
Lampiran 4. Skala.....	54
Lampiran 5. Formulir Permohonan Surat Pengantar Mahasiswa.....	58
Lampiran 6. Permohonan Izin Survei Pengambilan Data Pra Penelitian.....	59
Lampiran 7. Dokumentasi Survei Awal Pra Penelitian	60
Lampiran 8. Kuesioner Pra Penelitian.....	61
Lampiran 9. Tabulasi Data Skala <i>Impulsive Buying</i>	63
Lampiran 10. Tabulasi Data Skala Kecerdasan Emosi.....	76
Lampiran 11. Tabel dan r Hitung	89
Lampiran 12. Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	110
Lampiran 13. Uji Linearitas	111
Lampiran 14. Uji Statistik Deskriptif	111
Lampiran 15. Uji Korelasi.....	112
Lampiran 16. Surat Ijin Pengambilan Data	113
Lampiran 17. Surat Keterangan Melaksanakan Penelitian.....	114

BAB I

PENDAHULUAN

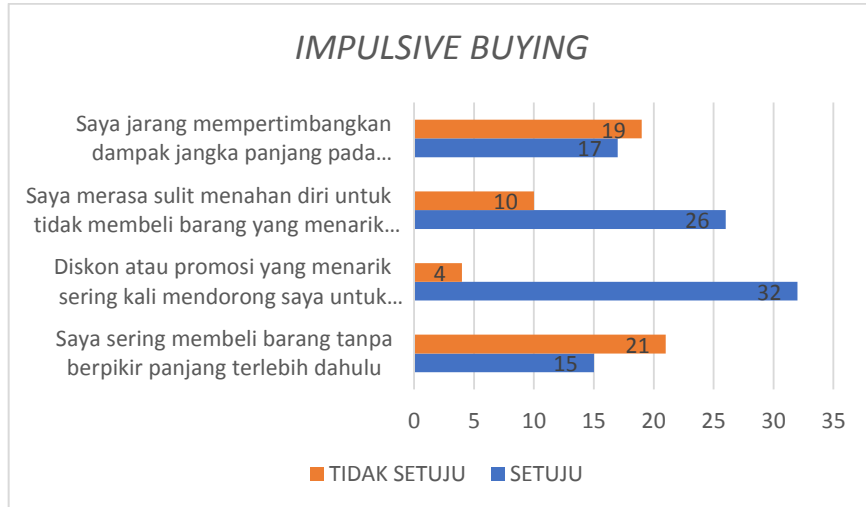
A. Latar Belakang

Berbelanja merupakan kegiatan yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Bagi sebagian orang belanja merupakan suatu kegiatan yang menarik, mulai dari anak muda sampai orang tua tidak pernah lepas dari kegiatan berbelanja. Perkembangan era yang semakin modern seperti saat ini pusat perbelanjaan dapat kita temukan dengan mudah. Sehingga semakin banyak tempat yang menyediakan produk menarik yang dapat memenuhi kebutuhan semua kalangan (Fitra *et al.*, 2021). Bagi kehidupan masyarakat, kegiatan berbelanja bukan sebatas memenuhi kebutuhan hidup, tetapi sudah menjadi bagian dari rekreasi dan gaya hidup. Selain itu, maraknya pusat perbelanjaan seperti supermarket dan situs belanja online telah menarik perhatian masyarakat, khususnya pada remaja yang mengikuti berbagai gaya hidup yang sedang trendi setiap tahunnya. Sehingga tidak jarang banyak orang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk berbelanja. Kemudahan berbelanja inilah yang menyebabkan pembelian tidak disengaja atau pembelian tanpa pertimbangan yang matang dan mengabaikan tujuan pembelian (Arisandy *et al.*, 2017). Pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan dan mengabaikan tujuan pembelian ini disebut dengan *impulsive buying* atau pembelian tidak terencana.

Menurut Loudon & Bitta (dalam Larasati *et al.*, 2014) *impulsive buying* merupakan kegiatan pembelian yang terjadi secara tiba-tiba, tanpa perencanaan, dan dilakukan secara langsung di tempat berbelanja. Menurut CNN Indonesia pada tahun 2015, mengungkapkan bahwa mayoritas masyarakat di Indonesia khususnya pada generasi milenial memiliki perilaku *impulsive buying* atau berbelanja paling tidak terencana di wilayah Asia Pasifik, dimana setengah dari rata-rata pembelian dilakukan tanpa pertimbangan yang matang yaitu mencakup Indonesia sebanyak 50% (Sari *et al.*, 2022). Selain generasi milenial, perilaku *impulsive buying* juga banyak terjadi pada remaja.

Peneliti melakukan survei awal terhadap 36 subyek remaja yang merupakan siswa/i di SMA Negeri 1 Kradenan pada tanggal 25 November 2024, dan diperoleh data sebagai berikut:

Gambar 1. Diagram Hasil survei awal *Impulsive Buying* terhadap 36 siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan



Hasil survei diatas menunjukkan bahwa perilaku *impulsive buying* pada siswa/i SMA Negeri Kradenan cukup tinggi. Hal tersebut dikarenakan masih banyak siswa/i yang mudah terpengaruh oleh diskon yang ditawarkan. Sehingga sulit menahan diri untuk tidak membeli barang tersebut, padahal belum tentu barang tersebut menimbulkan dampak baik dalam jangka panjang. Fenomena ini sering digunakan sebagai target pemasaran oleh berbagai produk industri karena karakteristik remaja yang masih mudah dipengaruhi, kematangan emosional yang belum stabil, sehingga remaja selalu dikaitkan dengan *impulsive buying* karena masa perkembangan remaja yang memasuki periode baru dalam penyesuaian diri dan sangat memperhatikan penampilan, karena bagi remaja mereka akan merasa senang jika dianggap mengikuti trend.

Perilaku *impulsive buying* pada remaja terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti lingkungan, media sosial, dan karakteristik pribadi remaja itu sendiri. Remaja sering tergoda oleh diskon dan promosi-promosi menarik yang sulit untuk ditolak, apalagi promosi tersebut juga banyak tersebar di media sosial dan situs belanja online yang semakin mudah diakses. Selain itu,

kecenderungan mengikuti trend sosial juga memperkuat perilaku *impulsive buying* pada remaja (Mahardisatya *et al.*, 2024).

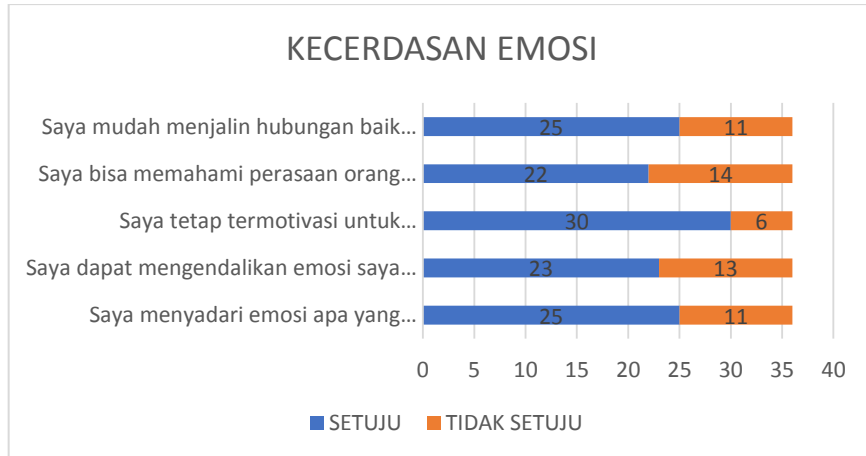
Pelaku *impulsive buying* menggunakan proses kognitif yang lebih sedikit dan lebih melibatkan faktor emosional. Remaja yang berkembang dengan baik dalam kognisi, afeksi atau konasi, cenderung selalu penasaran dan mencoba hal-hal baru (Pulungan *et al.*, 2020). Perilaku *impulsive buying* yang terjadi di kalangan remaja menjadi perilaku belanja yang tidak direncanakan, disertai dengan dorongan emosi yang kuat dan muncul secara tiba-tiba, biasanya sulit untuk ditolak atau ditahan, dan dipicu secara spontan ketika dihadapkan langsung dengan produk yang menarik perhatian, dan disertai dengan perasaan yang menyenangkan.

Pembeli pada usia remaja cenderung lebih rentan terhadap *impulsive buying* karena pada tahap ini mereka senang mencoba hal baru, fokus pada diri mereka sendiri, masih rentan dan penuh ketidakstabilan dalam hal pengelolaan emosi sehingga mereka lebih mudah terpengaruh baik secara internal maupun eksternal yang pada akhirnya menimbulkan perilaku *impulsive buying* (Amalia *et al.*, 2017). Beberapa faktor terjadinya *impulsive buying* adalah dari dalam diri seperti kecerdasan emosi, gender, usia, budaya, etnik, pertimbangan subjektif, dan kesenangan dalam berbelanja. Sedangkan faktor dari lingkungan seperti faktor sosial, promosi pada toko, keramaian toko, media massa, serta pengaruh normatif lainnya. Dalam penelitian ini faktor *impulsive buying* yang akan diteliti yaitu kecerdasan emosional individu yang termasuk faktor internal (Amin, 2019).

Menurut Goleman (dalam Sri *et al.*, 2015) kecerdasan emosional adalah perasaan dan pikiran yang khas, atau keadaan biologis, psikologis dan kecenderungan untuk bertindak. Keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mengatur emosinya tergantung pada kecerdasan emosi yang dimiliki. Semakin tinggi kecerdasan emosi seseorang, maka seseorang tersebut akan semakin mampu mengatasi berbagai masalah, terutama yang membutuhkan kontrol emosi yang kuat. Dalam lingkungan sosial, seseorang mungkin dapat mengontrol emosinya, namun ketika dihadapkan pada suasana berbelanja, mungkin lupa untuk mengontrol dirinya sendiri. Hal ini terjadi dikarenakan berbelanja merupakan kegiatan yang menyenangkan maka seseorang bisa lupa

dengan hal-hal yang rasional karena didorong oleh emosi. Pikiran emosional yang jauh lebih dominan daripada pikiran rasional, dan akan segera bertindak tanpa mempertimbangkan apa yang dilakukannya (Aris, 2015).

Gambar 2. Diagram Hasil survei awal Kecerdasan Emosi terhadap 36 siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan



Hasil survei diatas menunjukkan bahwa kecerdasan emosi siswa/i di SMA Negeri Kradenan cukup baik. Hanya saja mereka belum tahu bagaimana mengaplikasikan kecerdasan emosi tersebut untuk mengurangi perilaku *impulsive buying* yang terjadi pada mereka. Sehingga dampak tidak berlanjut sampai dampak negatif yang bisa ditimbulkan akibat dari perilaku *impulsive buying*.

Remaja yang memiliki kecerdasan emosional yang baik diharapkan dapat beradaptasi dengan lingkungan, tidak mudah takut atau cemas, serta tidak ragu-ragu dalam bertanggung jawab. Sebaliknya, jika remaja dengan kecerdasan emosional yang rendah cenderung egois dan hanya ingin memuaskan kepetingan pribadinya, mereka kurang mampu beradaptasi dengan lingkungan atau masalah yang langsung timbul, serta akan mudah merasa cemas dan tertekan (Suciati *et al.*, 2016).

Remaja merupakan transisi perkembangan dari anak-anak menuju ke dewasa. Pada masa ini, remaja akan melibatkan perubahan-perubahan secara biologis, kognitif, dan sosio emosional (Rais *et al.*, 2022). Pada masa transisi, remaja cenderung tampil berbeda dan selektif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, mulai dari perilaku hingga gaya berpakaian agar membuat remaja terlihat mengikuti trend. Masa remaja yaitu usia 12-15 tahun untuk

remaja awal, 15-18 tahun untuk remaja madya, dan 18-22 tahun untuk remaja akhir, adalah masa peningkatan atau perkembangan kemampuan kognitif anak, yaitu dalam pemikiran dan pengambilan keputusan seperti kecerdasan emosi yang kurang stabil (Akbar *et al.*, 2023). Remaja yang dapat memahami dan mengendalikan emosinya umumnya mempunyai pandangan hidup yang lebih baik dan juga kesehatan emosional yang lebih baik. Salovey dan Mayer (dalam Pasaribu *et al.*, 2016) mengatakan remaja dengan kecerdasan emosional yang tinggi kurang bisa dipengaruhi oleh emosi negatif dan akan menggunakan strategi yang didasarkan pada fakta. Oleh karena itu, remaja dengan kecerdasan emosi yang tinggi cenderung kurang atau bahkan tidak terpengaruh oleh *impulsive buying*, dibandingkan dengan remaja yang kecerdasan emosinya rendah.

Perilaku *impulsive buying* memiliki dampak negatif bagi pelakunya, tidak hanya perasaan menyesal yang di dapatkan, tetapi juga masalah keuangan, sulitnya mengelola emosi yang kadang menimbulkan rasa kecewa terhadap barang yang didapatkan dan tidak jarang pula menyadari bahwa apa yang dikeluarkan tidak sesuai ekspektasi yang dibayangkan. Remaja juga sering menjadi sasaran pemasaran produk industri karena karakteristik remaja yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi (Perdana *et al.*, 2018).

Berdasarkan fenomena-fenomena yang dideskripsikan di atas, peneliti merasa tertarik untuk memberikan perhatian dan penelitian khusus terhadap peran kecerdasan emosional terhadap perilaku *impulsive buying* pada siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah ada hubungan kecerdasan emosi dengan perilaku *impulsive buying* pada remaja SMA Negeri 1 Kradenan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan kecerdasan emosi dengan *impulsive buying* yang terjadi pada remaja SMA Negeri 1 Kradenan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bentuk teoretis maupun secara praktis, Adapun manfaat yang ingin dicapai pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan dalam perkembangan ilmu psikologi terutama mengenai peran antara kecerdasan emosi dengan *impulsive buying* pada remaja SMA Negeri 1 Kradenan, sehingga dapat di jadikan sebagai bahan acuan penelitian dalam melakukan penelitian di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi subjek penelitian: penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi pada siswa/i SMA Negeri 1 Kradenan mengenai keterkaitan kecerdasan emosi dengan perilaku *impulsive buying* pada kalangan remaja. Sehingga siswa/i dapat berpikir lebih rasional untuk melakukan kegiatan lainnya yang lebih positif.
- b) Bagi orang tua subyek/sekolah: penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru tentang perilaku *impulsive buying*, serta membimbing siswa/i dalam peningkatan kecerdasan emosi. Sehingga bisa diterapkan untuk mengurangi perilaku *impulsive buying*.
- c) Bagi peneliti selanjutnya: dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam mengembangkan penelitian sejenis. Diharapkan peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan dan mengembangkan penelitian baik dari segi subyek penelitian yang akan digunakan, metode penelitian ataupun pada variabel yang digunakan.