

### **Abstract.**

The pursuit of happiness has been a fundamental human endeavor since the inception of our existence, serving as a central life objective. This quest for fulfillment has reached a critical point where it can lead to detrimental behaviors, such as impulsive buying behavior, where buying is driven by spontaneous acts without thorough evaluation. This study attempts to examine the relationship between happiness and impulsive buying behavior among late adolescents. Utilizing a sample of 113 late adolescents, we conducted a regression analysis to investigate happiness as the predictor for impulsive buying behavior. As hypothesized, our findings indicate that happiness significantly predicted 9.4% of the variance in impulsive buying behavior. On a small level, happiness can negatively impact impulsive buying behavior. This study addresses a critical gap by examining the connection between happiness and impulsive buying behavior. In the hope of filling the blank spaces in the study of happiness and impulsive buying behavior.

**Keywords:** *Happiness, Consumer Behavior, Impulsive Buying*

### **Abstrak.**

Pencarian kebahagiaan telah menjadi upaya dasar manusia sejak awal keberadaan kita, sebagai tujuan hidup yang utama. Pencarian untuk pemenuhan ini telah mencapai titik kritis di mana dapat menyebabkan perilaku yang merugikan, seperti *impulsive buying behavior*, di mana pembelian dilakukan secara spontan tanpa evaluasi yang menyeluruh. Penelitian ini berupaya untuk mengkaji peran antara *happiness* dan *impulsive buying behavior* di kalangan remaja akhir. Dengan menggunakan sampel sebanyak 113 remaja akhir, kami melakukan analisis regresi untuk menyelidiki kebahagiaan sebagai prediktor *impulsive buying behavior*. Sesuai dengan hipotesis, temuan kami menunjukkan bahwa *happiness* secara signifikan memprediksi 9.4% dari varians dalam skor total *impulsive buying behavior*. Pada tingkat yang kecil, *happiness* dapat berdampak negatif terhadap perilaku *impulsive buying behavior*. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah dalam studi mengenai *happiness* dan *impulsive buying behavior*.

**Keywords:** *Happiness, Consumer Behavior, Impulsive Buying*