

**PEMBELIAN IMPULSIF PADA GENERASI MILENIAL DITINJAU DARI
PERSEPSINYA TERHADAP DOMPET DIGITAL DENGAN
MEMPERHITUNGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
MEDIATOR**

Viana Putri¹, Sri Hartati²

^{1,2}Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada

e-mail: ¹viana.putri@mail.ugm.ac.id, ²tatiet@mail.ugm.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peran persepsi pada dompet digital terhadap pembelian impulsif dengan memperhitungkan kontrol diri pada generasi milenial. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat peran persepsi pada dompet digital terhadap pembelian impulsif pada generasi milenial dengan mediator kontrol diri. Alat ukur yang digunakan adalah skala pembelian impulsif, skala persepsi pada dompet digital, dan skala kontrol diri yang telah diadaptasi oleh penelitian sebelumnya. Responden penelitian ini berjumlah 228 generasi milenial pengguna dompet digital di Indonesia. Analisis mediasi model sederhana dilakukan dengan menggunakan regresi *ordinary least squares* untuk menganalisis jalur. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat peran positif persepsi pada dompet digital yang tidak signifikan terhadap tingkat pembelian impulsif melalui mediator kontrol diri, sehingga hipotesis dalam penelitian ditolak.

Kata kunci: pembelian impulsif, persepsi pada dompet digital, kontrol diri, generasi milenial.

**IMPULSIVE BUYING ON MILLENNIAL GENERATION REVIEWED BY
THEIR PERCEPTION TOWARDS DIGITAL WALLET AND SELF-
CONTROL AS MEDIATOR VARIABLE**

Viana Putri¹, Sri Hartati²

^{1,2}Faculty of Psychology, Universitas Gadjah Mada

e-mail: ¹viana.putri@mail.ugm.ac.id, ²tatiet@mail.ugm.ac.id

ABSTRAK

This research aims to discover impulsive buying on millennial generation reviewed by their perception towards digital wallet with recognising self-control as mediator variable. The adopted hypotheses are based on the role of perception on digital wallets towards impulsive buying of the millennial generation with self-control as mediator variable. The tool to analyse this research is by using the impulsive buying scale, perception of digital wallet scale, and self-control scale which has been adapted in the previous research. The total amount of respondents in this research are 228 digital wallet user among millennials. Simple model mediation analysis was performed using ordinary least squares regression to analyze the pathway. According to the final outcome of this research, there is an insignificant positive role of digital wallet perception towards the impulsive buying of millennials by using the mediator of self-control, meaning that the hypotheses in this research is denied.

Key words: impulsive buying, perception towards digital wallet, self control, millennial generation.