



Peran Suasana Hati dan Persepsi Diskon terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif pada Mahasiswa

Millennial di Universitas Gadjah Mada

RM WAHYUKUNCORO J, Dr. Sumaryono, M.Si., Psikolog

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Peran Suasana Hati dan Persepsi Diskon terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif

pada Mahasiswa Millennial di Universitas Gadjah Mada

Wahyukuncoro Jatmiko¹, Sumaryono²

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

e-mail : Rm.wahyukuncoro.j@mail.ugm.ac.id

Abstract. Millennial generation is one of the main markets for the marketer. The number of impulsive buying is known to be relatively high; therefore, it is important for the marketer to know the factors that cause impulsive buying. Mood and price discount perception are the factors that contribute to impulsive buying. This research aims to empirically examine the roles of mood and price discount perception on impulsive buying. The method used is quantitative with impulsive buying scale, PaNAS scale, and price discount perception scale. A total of 226 subjects that consist of 80 male subjects and 146 female subjects are given online questioner.

Keywords : *Millenials, Impulsive Buying, Discounts, Mood*

Abstrak. Generasi millennial menjadi salah satu pasar utama yang dituju pelaku usaha. Angka pembelian impulsif pada usia millennial diketahui pada angka yang relatif tinggi sehingga penting bagi pelaku usaha untuk mengetahui faktor penyebab pembelian impulsif. Suasana hati dan persepsi diskon merupakan faktor yang berperan terhadap pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris peran suasana hati dan persepsi diskon terhadap pembelian impulsif. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat peran persepsi diskon dan suasana hati terhadap pembelian impulsif. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan skala pembelian impulsive, skala PaNAS ,dan skala persepsi diskon. Sejumlah 226 responden yang terdiri dari 80 responden pria dan 146 responden wanita diberikan kuisioner secara *online*.

Kata Kunci : *Millennial, Pembelian Impulsif, Potongan Harga, Suasana Hati*