

Perbedaan individual dalam kecenderungan belanja impulsif : sarat emosi dan pendek pikir

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20428495&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam penelitian ini, sebuah skala yang terdiri dari 20 item untuk mengukur kecenderungan belanja impulsif secara umum, disusun serta diuji kesahihannya. Skala ini meliputi faktor kognitif (unsur tanpa perencanaan dan kesengajaan) dan faktor afektif (perasaan sukacita, bergairah, kompulsi, takterkendali, penyesalan) dari perilaku belanja impulsif. Hasil korelasi yang signifikan antara skala kecenderungan belanja impulsif dengan self report dari pembelanjaan impulsif paling akhir dilakukan oleh para subjek (71 orang mahasiswi dan 46 orang mahasiswa), merupakan bukti atas predictive validity dari skala tersebut. Selain itu, ditemukan pula korelasi antara kecenderungan belanja impulsif dengan perbedaan individual yang dijabarkan dalam dimensi-dimensi kepribadian menurut five factor model. Kecenderungan belanja impulsif berkaitan dengan dimensi agreeableness yang rendah. Secara lebih spesifik, aspek kognitif dari kecenderungan belanja impulsif ini berhubungan dengan conscientiousness yang rendah; sedangkan aspek afektif dari kecenderungan belanja impulsif berhubungan dengan neuroticism tinggi. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan belanja impulsif memiliki dasar yang kuat dalam kepribadian.