

Alat Ukur Baru untuk Mengukur Perilaku Belanja Impulsif = A New Scale for Measuring Shopping Impulsiveness

Anindya Devinta Meidriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920533828&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuat dan mengevaluasi validitas alat ukur singkat baru tentang impulsivitas, khususnya tentang belanja impulsif. Ini adalah tindakan membeli tanpa pertimbangan. Kami menciptakan alat ukur berdasarkan alat ukur yang sudah ada (BIS dan IVE) yang mengukur impulsif dan menyatukannya dengan alat ukur lainnya yang mengukur konstruk yang terkait dengan impulsif. Seratus empat puluh enam mahasiswa menyelesaikan kuesioner. Alat ukur baru kami memiliki konsistensi internal yang baik ($= 0,88$) dan item skor diskriminasi untuk item juga baik. Hasil kami hanya mendukung satu hipotesis. Hasil menemukan bahwa usia dan perilaku mencari sensasi berkorelasi positif dengan impulsif, sedangkan pengendalian diri berkorelasi negatif dengan impulsif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alat ukur yang baru ini valid dan dapat mengukur perilaku belanja impulsif. Penelitian di masa depan bisa menyelidiki lebih jauh pengaruh faktor demografi lainnya, seperti status sosial ekonomi dan pendidikan, dalam mempengaruhi perilaku belanja impulsif.

.....The study aimed to create and validate a new domain-specific short-form measure of impulsivity, specifically about shopping impulsiveness. It is the act of buying without consideration. We created a scale based on previous scales (BIS and IVE) measuring impulsiveness and collated it with other scales measuring constructs related to impulsivity into one questionnaire. One hundred and forty-six undergraduate students completed the questionnaire. Our new scale has a good internal consistency ($= .88$) and the item discrimination score for the items were good. Our result only supported one hypothesis. Result found that age and sensation seeking are positively correlated with impulsiveness, while self-control is negatively correlated with impulsiveness. The results suggest the new scale is a valid measure of shopping impulsiveness. Future research could investigate more the effect of other demographic factors, such as socioeconomic status and education, in affecting impulsive shopping behaviour. </p>