

ABSTRAK

Nuril Wahidah. 180541100094. Program Studi Psikologi. Pengaruh *Body Image* dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada Remaja Perempuan Pengguna *Skincare* di Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *body image* dan kontrol diri terhadap perilaku *impulsive buying* pada remaja perempuan pengguna *skincare* di Surabaya. *Impulsive buying* merupakan pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan sebelumnya, yang umumnya dipicu oleh dorongan emosional serta keinginan yang muncul secara spontan. Remaja dengan *body image* negatif serta kontrol diri yang rendah cenderung lebih mudah terpengaruh untuk melakukan pembelian impulsif, terutama pada produk *skincare* yang berkaitan langsung dengan penampilan fisik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah partisipan sebanyak 100 remaja perempuan yang berdomisili di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online dan offline. Instrumen yang digunakan terdiri dari tiga skala: skala *body image* yang mengacu pada aspek dari Cash (2002), skala kontrol diri berdasarkan aspek dari Averill (1973), dan skala *impulsive buying* dari Verplanken dan Herabadi (2001). Hasil reliabilitas masing-masing skala adalah 0,963 untuk *body image*, 0,976 untuk kontrol diri, dan 0,964 untuk *impulsive buying*. Hasil analisis data dengan regresi linear berganda menunjukkan bahwa *body image* dan kontrol diri secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *impulsive buying* ($F = 36,505$; $\text{sig.} = 0,000$). Namun, secara individu, hanya variabel kontrol diri yang berpengaruh negatif signifikan terhadap *impulsive buying*. Nilai R Square sebesar 0,429 menunjukkan kontribusi kedua variabel terhadap *impulsive buying* sebesar 42,9%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : *Body image*, Kontrol diri, *Impulsive buying*, Remaja perempuan

ABSTRACT

Nuril Wahidah. 180541100094. Psychology. *The Effect of Body Image and Self-Control on Impulsive Buying Behavior in Teenage Girls Skincare Users in Surabaya.*

This study aims to examine the influence of body image and self-control on impulsive buying behavior among female adolescents who use skincare products in Surabaya. Impulsive buying refers to the act of purchasing items spontaneously without prior planning, often triggered by emotional impulses or a sudden desire. Female adolescents with negative body image and low self-control are more likely to engage in impulsive buying, particularly when it comes to skincare products that relate closely to physical appearance. This research applied a quantitative approach with a total of 100 female adolescent participants residing in Surabaya. The sampling technique used was probability sampling, and the data were collected through questionnaires distributed both online and offline. The instruments used in this study consisted of three scales: the body image scale based on Cash (2002), the self-control scale based on Averill (1973), and the impulsive buying scale from Verplanken and Herabadi (2001). The reliability scores were 0.963 for body image, 0.976 for self-control, and 0.964 for impulsive buying. The data were analyzed using multiple linear regression, which showed a significant influence of body image and self-control on impulsive buying behavior ($F = 36.505$; $\text{sig.} = 0.000$). However, only self-control was found to have a significant negative influence on impulsive buying when examined individually. The regression model derived was $Y = 66.685 + 0.067X_1 - 0.420X_2$. The R Square value of 0.429 indicates that body image and self-control contribute 42.9% to impulsive buying behavior, while the remaining percentage is influenced by other factors beyond this study.

Keywords: *Body image, Self-control, Impulsive buying, Adolescent girls*