

ABSTRAK

GRES KRISTINA SIMAIBANG NIM 7153341014. “Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Persepsi Modernitas Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk *Fashion* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Negeri Medan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2020.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Tingginya Perilaku Pembelian Impulsif untuk produk *Fashion* Pada mahasiswa pendidikan ekonomi Angkatan 2016. tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Persepsi Modernitas terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk *Fashion* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Negeri Medan. Sampel dalam penelitian ini adalah 95 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Negeri Medan. Metode pengumpulan datanya yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah (1) Terdapat pengaruh Negatif dan signifikan Pengelolaan Uang Saku Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk *Fashion* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Negeri Medan yang ditunjukkan t_{hitung} sebesar -3.261 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi ($0,02 < 0,05$). (2) Terdapat pengaruh Negatif dan signifikan Persepsi Modernitas Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk *Fashion* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Negeri Medan yang ditunjukkan t_{hitung} sebesar -3.451 lebih Kecil dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi ($0,01 < 0,05$). (3) Terdapat pengaruh Negatif dan signifikan Pengelolaan Uang Saku Dan Persepsi Modernitas Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk *Fashion* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Universitas Negeri Medan dengan koefisien korelasi $R_{y(1,2)}$ sebesar 0,445 ; dan koefisien determinasi $R^2_{y(1,2)}$ sebesar 0,198 dan F_{hitung} sebesar 11.328, F_{tabel} sebesar 3,09

Kata kunci: Pengelolaan Uang Saku, Persepsi Modernitas, Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk *Fashion*



ABSTRACT

GRES KRISTINA SIMAIBANG NIM 7153341014 “The Effect of Pocket Money Management and Modernity Perceptions on Impulsive Purchasing Behavior for Fashion Products for Students of Economic Education Class 2016 State University of Medan Faculty of Economics, State University of Medan 2020.

This research is motivated by the High Impulsive Purchasing Behavior for Fashion Products in the 2016 economic education students. The purpose of this study is to determine the Effect of Management of Pocket Money and Modernity Perception on Impulsive Purchasing Behavior for Fashion Products for Economic Education Students of the 2016 State University of Medan. The sample in this study were 95 students of the 2016 Class of Economic Education Study Program, State University of Medan. The data collection methods used were interviews, documentation, and questionnaires. The data analysis technique used was multiple regression analysis. The results of this study were (1) There was a negative effect and significant Management of Pocket Money Towards Impulsive Purchasing Behavior for Fashion Products of Economic Education Students of the 2016 Class of State University of Medan, indicated by -3.261, is smaller than the table of 1.661 with a significance value ($0.02 < 0.05$). (2) There is a negative and significant influence of Modernity Perception on Impulsive Purchasing Behavior for Fashion Products of the 2016 State University of Economic Education Students of Medan State, which is shown to be -3.451 greater than the table of 1.661 with a significance value ($0.01 < 0.05$). (3) There is a negative and significant influence in the management of pocket money and perceptions of modernity on impulsive buying behavior for fashion products in the 2016 class of economic education students at Medan State University with a correlation coefficient of $R_y(1,2)$ of 0.445; and the coefficient of determination $R^2_{y(1,2)}$ of 0.198 and F count of 11328, F table of 3.09

Keywords: Pocket Money Management, Perception of Modernity, Impulsive Buying Behavior for Fashion Products

