

***The Effect of Self-Control, Economic Literacy and Sales Promotion  
on Impulsive Buying Behavior  
(Shopee users in DKI Jakarta)***

***By Masayu Annisa Nuraini Tirta***

**ABSTRACT**

*Shopee is an e-commerce which according to consumers the application is easy to use. Because of the convenience and comfort provided, of course consumers are interested and continue to shop online at Shopee. This research is a quantitative study that aims to determine the effect of self-control, economic literacy and sales promotion on impulsive buying behavior among Shopee users in DKI Jakarta. The sampling technique used in this study is non-probability sampling using purposive sampling method. The data collection carried out in this study was using a questionnaire and distributing it online with Googleform, then distributing it through various social media such as line, whatsapp, instastory and telegram groups. This research uses SmartPLS 3.2.9 software. And this study got the results, the self-control variabel has a negative effect on impulsive buying behavior. Then the economic literacy variabel has a positive effect on impulsive buying behavior, and the sales promotion variabel has a positive effect on impulsive buying behavior.*

***Keywords:*** *Self Control, Economic Literacy, Impulsive Buying Behavior & Sales Promotion.*

**Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Ekonomi dan Promosi Penjualan  
Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif  
(Pengguna Shopee di DKI Jakarta)**

**Oleh Masayu Annisa Nuraini Tirta**

**ABSTRAK**

Shopee merupakan *e-commerce* yang menurut konsumen aplikasinya mudah digunakan. Karena kemudahan dan kenyamanan yang diberikan tentunya konsumen tertarik dan terus melakukan belanja *online* di Shopee. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kontrol diri, literasi ekonomi dan promosi penjualan terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna Shopee di DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dan penyebaran secara *online* dengan googleform, kemudian disebarakan melalui berbagai sosial media seperti line, whatsapp, instastory dan grup telegram. Penelitian ini menggunakan software SmartPLS 3.2.9. Dan penelitian ini mendapatkan hasil, variabel kontrol diri berpengaruh namun negatif terhadap perilaku pembelian impulsif. Kemudian variabel literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif, dan variabel promosi penjualan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif.

**Kata Kunci:** Kontrol Diri, Literasi Ekonomi, Perilaku Pembelian Impulsif & Promosi Penjualan.