

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* dan *self-control* terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa. Rancangan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan desain kausalitas, subjek yang dipakai dalam penelitian ini yaitu mahasiswa fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan penentuan sample menggunakan rumus slovin dengan taraf signifikan 5%, didapatkan sample sebanyak 267 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini Sig. $p < 0.05$ artinya terdapat pengaruh kearah negatif *self-esteem* dan *self-control* terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Kata Kunci : *Self-esteem, Self-control, Impulsive buying.*

