

## Abstrak

Pada era teknologi saat ini, penggunaan *smartphone* telah menjadi kebutuhan, termasuk diantaranya dalam transaksi jual beli. Penggunaan layanan *e-commerce* untuk melakukan jual beli *online* merupakan yang tertinggi dibandingkan sektor lain seperti transportasi dan pesan antar makanan. Dengan meningkatnya pengguna *e-commerce*, hal ini menjadi tantangan bagi para peneliti untuk memahami kebutuhan serta perilaku konsumen. Apalagi juga perilaku tersebut dapat memberikan dampak negatif seperti pemborosan, pembelian secara impulsif, serta pembelian secara tidak rasional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kecerdasan emosional terhadap perilaku konsumtif. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan *simple random sampling* sebagai metode samplingnya. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Bandung yang berjumlah 268 responden, dan analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana untuk melihat pengaruh dua variabel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien determinasi sebesar 21,4%.

**Kata Kunci** : *Kecerdasan Emosional, Perilaku Konsumtif, E-commerce, Belanja Online*

