**HUBUNGAN ANTARA KEMATANGAN EMOSI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA *COSPLAYER***

**ABSTRAK**

Para *cosplayer* rela membeli barang-barang yang mendukung penampilannya supaya mirip dengan karakter yang diperankan maupun barang-barang yang dirasa *limited edition* dari artis yang digemari dengan pesan secara langsung lewat toko khusus ataupun pesan secara *online*. Perilaku belanja yang spontan yang disebabkan hasrat untuk membeli sesuatu yang berkenaan dengan karakter yang menjadi hobi *cosplayer* menjadi pemicu timbulnya *impulsive buying*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kematangan emosi dengan *impulsive buying* pada *Cosplayer.* Subyek dalam penelitian ini adalah *cosplayer* di Surabaya dengan metode pengambilan sampel *incidental sampling* yang diperoleh peneliti sebanyak 50 *cosplayer*. Hipotesa yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara kematangan emosi dengan *impulsive buying* pada *cosplayer.* Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment* dengan bantuan *SPSS 21* *for IBM* diperoleh rxy = -0,378 dengan taraf signifikan p = 0,007 (p < 0,05) yang berarti ada korelasi negatif antara kematangan emosi dengan *impulsive buying* pada *cosplayer* sehingga hipotesa penelitian ini diterima. Dapat diartikan sebagai kesimpulan bahwa ketika individu memiliki kematangan emosi yang baik, maka *impulsive buying* yang dimilikinya akan rendah, dan ketika individu memiliki kematangan emosi yang kurang baik, maka *impulsive buying* individu akan tinggi.

Kata kunci: kematangan emosi, *impulsive buying*, *cosplayer*

**HUBUNGAN ANTARA KEMATANGAN EMOSI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA *COSPLAYER***

***ABSTRACT***

*Cosplayers willing to buy goods that support looks so similar to the character portrayed and perceived goods limited edition of artists favored by ordering directly through specialty stores or ordered online. Shopping behavior caused spontaneous desire to buy something with regard to the character that became a hobby cosplayer to trigger the onset of impulsive buying. This study aims to investigate the relationship between emotional maturity with impulsive buying the cosplayer. The subjects in this study is the cosplayer in Surabaya with incidental sampling method sampling obtained by researchers as much as 50 cosplayers. The hypothesis of this study is that there is a negative relationship between emotional maturity with impulsive buying the cosplayers. Analysis of the data used in this study is the product moment correlation with SPSS 21 for IBM acquired rxy = -0.378 with a significance level of p = 0.007 (p <0.05), which means there is a negative correlation between emotional maturity with impulsive buying on cosplayers that hypothesis this study received. Can be interpreted as the conclusion that when people have the emotional maturity is good, then its impulsive buying will be low, and when individuals have the emotional maturity that is not good, then the individual will be high impulsive buying.*

*Keywords: emotional maturity, impulsive buying, cosplayer*