

ABSTRAK

Yayat Hidayaturrohman. Nim 3402220339. “Pengaruh *Mindful Consumption* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Fitur SPayLater Di Kecamatan Rajadesa).” Dibawah bimbingan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M, sebagai (Pembimbing I) dan H. Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M sebagai (Pembimbing II).

Penelitian ini berfokus pada pengaruh *mindful consumption* terhadap keputusan pembelian pada pengguna fitur SPayLater di Kecamatan Rajadesa. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) bagaimana *mindful consumption* pada pengguna fitur SPayLater di Kecamatan Rajadesa; 2) bagaimana keputusan pembelian pada pengguna fitur SPayLater di Kecamatan Rajadesa; dan 3) bagaimana pengaruh *mindful consumption* terhadap keputusan pembelian pada pengguna fitur SPayLater di Kecamatan Rajadesa. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis *mindful consumption*, keputusan pembelian, serta pengaruh *mindful consumption* terhadap keputusan pembelian pada pengguna fitur SPayLater di Kecamatan Rajadesa.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan analisis verifikatif, yang terdiri atas analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis menggunakan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *mindful consumption* pada pengguna fitur SPayLater di Kecamatan Rajadesa termasuk dalam kategori tinggi; 2) keputusan pembelian pada pengguna fitur SPayLater di Kecamatan Rajadesa termasuk dalam kategori tinggi; dan 3) *mindful consumption* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna fitur SPayLater di Kecamatan Rajadesa. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa *mindful consumption* memiliki hubungan yang sangat kuat dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan *mindful consumption* dalam penggunaan SPayLater, maka semakin baik pula keputusan pembelian yang diambil konsumen. Konsumen yang memiliki kesadaran dan pengendalian dalam melakukan konsumsi cenderung lebih mempertimbangkan kebutuhan, kemampuan keuangan, manfaat produk, serta pilihan yang tersedia sebelum melakukan pembelian.

Kata kunci: *Mindful Consumption*, Keputusan Pembelian, SPayLater.