

**PENGARUH *SELF CONTROL* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING ONLINE*
PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Sebagai Bagian dari Persyaratan untuk Memperoleh

Derajat Sarjana Psikologi



DEWI SHAKTI OKTAVIA

18090000057

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MERDEKA MALANG

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dewi Shakti Oktavia

NIM : 18090000057

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Psikologi

Program Studi : Psikologi

Judul Skripsi : Pengaruh *Self Control* Terhadap *Impulsive Buying Online* Pada Mahasiswa Di Kota Malang.

Malang, 03 Agustus 2022

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi Psikologi

Dosen Pembimbing



Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si



Dr. Nawang W. W., S.Psi., M.Si., Psikolog

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



Dr. Nawang Warsi Atlandari, S.Psi., M.Si., Psikolog

**PENGARUH SELF CONTROL TERHADAP IMPULSIVE BUYING ONLINE
PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Dewi Shakti Oktavia
18090000057


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 03 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji


Ketua Penguji


Dr. Nawang Warsi W., S.Psi., M.Si., Psikolog

Sekretaris Penguji


Taufiqurrahman, S.Psi., MA


Anggota Penguji


Ritna Sandri, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Psikologi

Malang, 03 Agustus 2022
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Merdeka Malang




Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Si., Psikolog

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Shakti Oktavia
Nomor Pokok : 18090000057
Program Studi : Psikologi
Bidang Kajian Skripsi : Psikologi Konsumen
Judul Skripsi : *PENGARUH SELF CONTROL TERHADAP
IMPULSIVE BUYING ONLINE PADA MAHASISWA
DI KOTA MALANG.*

Lokasi Tempat Penelitian : Kota Malang
Alamat Rumah Asal : Jln. Tidar Raya 2 Gg. Langsung 3 No. 242, Sampit.
No Telp/Email : 082199563990
dewishaktioktavia6@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar dan akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 2 September 2022

Peneliti,



Dewi Shakti Oktavia

MOTTO

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur. Damai sejahtera Allah, yang melampaui segala akal, akan memelihara hati dan pikiranmu dalam Kristus Yesus”

(Filipi 4:6-7)

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”

-

(Filipi 4 : 13)

HALAMAN PERSEMBAHAN

**Dengan rasa bangga ,
Skripsi ini dipersembahkan kepada kedua orang tua saya**

Mendiang Bapak Bacung Anwar

&

Ibu Orisa, SP

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan anugerahnya, yang selalu menyertai penulis dalam penyelesaian skripsi, sehingga dengan penyertaannya pula, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Self Control* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa di Kota Malang”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas akademis untuk memenuhi syarat mencapai gelar sarjana Psikologi Universitas Merdeka Malang.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin berjalan lancar tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Terimakasih kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi walaupun selama proses penelitian terdapat kendala, namun Tuhan mengizinkan peneliti untuk tetap terus menghadapi apapun yang ada didepan mata.
2. Ibu Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Si., Psikolog, selaku dosen pembimbing I yang senantiasa membimbing anak didiknya dengan penuh kesabaran. Terimakasih untuk setiap kritik dan saran yang membangun sehingga peneliti dapat memberikan yang terbaik dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Bapak Taufiqurrahman, S.Psi., MA, selaku dosen pembimbing II, terimakasih atas motivasi, semangat, dan perhatiannya dan terimakasih juga sudah membimbing peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Keluarga besar Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang, bapak dan ibu dosen yang menjadi orang tua bagi peneliti, memberikan banyak ilmu dan senantiasa membantu peneliti dalam mengurus berbagai hal.

5. Terimakasih kepada kedua orang tua saya yang selama ini mendukung secara penuh baik dari segi moril dan materil, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini, terutama untuk mendiang ayah saya Bapak Bacung Anwar yang selalu mendukung saya, dan mendoakan saya. Pah, anak papah sudah lulus. Pasti papah bangga, karena sebelum kepergian papah, Dewi sudah melaksanakan sidang skripsi dan memberikan kabar baik ini kepada papah, mamah dan abang.
6. Terimakasih Kepada abang saya Brigpol Evan Yahya Fransisco, S.H yang selalu memberikan semangat serta doa, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
7. Terima kasih kepada teman-teman dan saudara-saudara saya Arief Febriano, Kak Jeni, Ni Putu Talitha Estiningtyas, Kak Gracella, Kak Widhy, Silvia Nurillah Halim, Indah Permatasari, Almira Romadhona, Afriska Putri Oktari, Pepy Iga Mawarni, Leonyta Febynanda, Monica Maudi Sundara, Diyana Thongka, Katharina Nikita Hutapea, Sonya Friska Haryanto, Bripda Nanda Rizha Nurwiranti, Nety Sumarni, Firda Aura Fhasa, Dea Ananda, Ayu Astuti, dll yang mengetahui jatuh bangunnya peneliti dalam mengerjakan skripsi ini dan sudah memberikan semangat, serta pengertiannya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Love u all.
8. Skripsi ini juga saya persembahkan untuk semua pihak yang telah bertanya “kapan sidang?”, “kapan wisuda?”, “kapan nyusul?” “Abis ini mau kerja dimana?” “Abis ini mau lanjut S2 atau gak?” dan lain sejenisnya. Kalian adalah alasanku segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Terakhir saya berterimakasih kepada diri saya sendiri, saya bangga pada diri saya, karena telah menyelesaikan tugas akhir ini sendiri, dari yang tidak

mengerti sampai mengerti, jatuh bangun, hilang motivasi dalam mengerjakan skripsi, ketakutan akan skripsi serta masa depan. Tapi akhirnya saya mampu sampai dititik ini. Sekali lagi saya berterimakasih kepada diri saya sendiri. Kamu keren, kamu hebat!

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu peneliti berharap adanya masukan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat positif bagi semua pihak.

Malang, 2 September 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL (COVER).....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENGANTAR.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat.....	8
D. Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Pembelian impulsive (<i>Impulsive Buying</i>).....	13
1. Pengertian Impulsive Buying.....	13
2. Aspek-aspek Impulsive Buying.....	14
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>impulsive buying</i>	16
4. Tipe-tipe dari Impulsive Buying.....	17
5. Ciri-ciri Impulsive Buying.....	19
B. Self Control.....	20
1. Pengertian Self Control.....	20
2. Aspek - aspek <i>Self Control</i> (Kontrol Diri).....	21
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Self Control</i>	22
C. Mahasiswa.....	22
1. Pengertian Mahasiswa.....	22
2. Ciri-ciri Mahasiswa.....	23
3. Karakteristik Mahasiswa Sesuai Perkembangan.....	24
D. Pengaruh <i>Self Control</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> Pada Mahasiswa di Kota Malang.....	25
E. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	27
F. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel.....	28

1. Identifikasi Variabel	28
2. Operasionalisasi Variabel.....	28
B. Subjek Penelitian.....	29
1. Populasi	29
2. Sampel.....	30
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data	32
D. Desain Penelitian.....	36
E. Cara Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Subjek.....	38
B. Deskripsi Reliabilitas Data.....	41
1. Deskriptif Data	41
2. Validitas Skala.....	44
3. Reliabilitas Skala.....	45
C. Hasil	47
1. Uji asumsi klasik.....	47
2. Uji Hipotesis.....	48
D. Pembahasan	49
BAB V PENUTUP	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN HASIL CEK PLAGIASI.....	61
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Blue Print</i> Skala <i>Impulsive Buying</i>	34
Tabel 2. <i>Blue Print</i> Skala <i>Self Control</i>	34
Tabel 3. Koefisien Reliabilitas	36
Tabel 4. Data Mahasiswa di Kota Malang (100 orang)	39
Tabel 5. Data Usia Subjek Penelitian.....	40
Tabel 6. Data Asal Kampus Subjek Penelitian	40
Tabel 7. Data Mahasiswa yang Bekerja dan Belum Bekerja.....	41
Tabel 8. Deskriptif Data Penelitian.....	42
Tabel 9. Rumus Skor Standar	42
Tabel 10. Kategori <i>Self Control</i>	43
Tabel 11. Kategori <i>Impulsive Buying</i>	44
Tabel 12. Sebaran Butir Item yang Valid dan Gugur Skala <i>Self Control</i>	45
Tabel 13. Sebaran Butir Item yang Valid dan Gugur Skala <i>Impulsive Buying</i>	46
Tabel 14. Kriteria Reliabilitas.....	46
Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas Skala Penelitian	47
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas Skala <i>Self Control</i> dan <i>Impulsive Buying</i>	47
Tabel 17, Hasil Uji Normalitas Skala <i>Self Control</i> dan <i>Impulsive Buying</i>	48
Tabel 18. Hasil Uji Regresi Antara pengaruh <i>Self Control</i> terhadap <i>Impulsive Buying Online</i>	49
Tabel 19. Hasil Koefisien Determinan antara <i>Self Control</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peringkat Negara Pengguna Internet di Asia	1
Gambar 2. Data Gaya Konsumen dalam Gemar Berbelanja).....	3
Gambar 3. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Try Out Self Control dan Impulsive Buying	56
Lampiran 2 Skala Penelitian Self Control dan Impulsive Buying.....	64
Lampiran 3 Tabulasi data Try Out Self Control dan Impulsive Buying.....	71
Lampiran 4 Validitas Skala Self Control dan Impulsive Buying.....	74
Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian.....	78
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Penelitian.....	81
Lampiran 7 Kategori data.....	86
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Hipotesis.....	88
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup dan Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan.....	89

PENGARUH *SELF CONTROL* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING ONLINE* PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG

Dewi Shakti Oktavia

Fakultas Psikologi, Universitas Merdeka Malang

ABSTRAK

Perilaku impulsive buying, membuat individu boros dalam hal keuangan, karena banyaknya pengeluaran yang secara mendadak dan tidak terencana, dan akhirnya berhutang kepada orang lain untuk menutupi kebutuhannya. Individu yang tidak dapat mengontrol diri maka bisa terjerat hutang. Perilaku impulsive buying secara tidak sadar dapat membentuk suatu kebiasaan yang bersifat negatif dalam diri mahasiswa yang berperan sebagai konsumen karena dilakukan berulang kali atau terus menerus seperti contohnya adalah boros terhadap uang saku, dan dapat menghalalkan segala cara agar bisa membeli suatu produk. Masalah tersebut akhirnya dapat menimbulkan pengaruh pada self control mahasiswa. Impulsive buying adalah suatu dorongan yang ada dalam diri individu untuk membeli barang secara tidak sengaja. Self control merupakan suatu keahlian atau kecakapan seseorang terhadap setiap mekanisme fisik dan psikologisnya agar dapat mengatur emosi dan dapat mengatur respon negatifnya menjadi respon positif. Self control merupakan salah satu keadaan yang mampu membuat individu menjadi pelaku dalam pembelian impulsive. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self control* terhadap *impulsive buying online* pada Mahasiswa di Kota Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa di Kota Malang. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang berusia 17-25 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan skala *self control* dan *impulsive buying*. Hasil penelitian menunjukkan koefisien regresi pada nilai F hitung sebesar 149,853 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *self control* memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel *Impulsive buying*, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima. Nilai R-Square variabel *self control* terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa di Kota Malang adalah 0,605. Hal ini menunjukkan pengaruh self control terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa di Kota Malang adalah 60,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Impulsive buying, Self control, E-commerce*

THE EFFECT OF SELF CONTROL ON IMPULSIVE BUYING ONLINE TO STUDENTS IN MALANG CITY

Dewi Shakti Oktavia

Faculty of Psychology, Merdeka University, Malang

ABSTRACT

The online an item or product has become increasingly popular. Products or goods that are traded through online shops (online shops) are able to make every individual interested and interested in buying them. Impulsive buying is an impulse that exists within individuals to buy goods accidentally. Self-control is a person's expertise or skill towards each of his physical and psychological mechanisms in order to regulate emotions and can regulate negative responses into positive responses. self-control is one of the conditions that can make individuals become actors in impulsive buying. This study aims to determine the effect of self control on impulsive buying online on students in Malang City. The research method used is quantitative. The population used is students in the city of Malang. The sample used was 100 people aged 17-25 years. sampling technique used purposive sampling technique. The data collection technique used self control and impulsive buying scale. The results showed that the regression coefficient is 149,853 with a significance level of 0.000, so it can be said that self control variable affects the impulsive buying, so the hypothesis is accepted. The R-Square value obtained from the self-control on impulsive buying in students in Malang City is 0.605. This shows the effect of self control on impulsive buying in students in Malang City is 60.5%, while the rest is influenced by other factors not mentioned in this study.

Keywords: Impulsive buying, Self Control, E-commerce