

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*  
BELANJA ONLINE DI KABUPATEN MOJOKERTO**

**SKRIPSI**

**Sebagai Bagian dari Persyaratan untuk Memperoleh  
Derajat Sarjana S-1 Psikologi**



**MUFIDAH FISHAUMI  
14900045**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
MALANG**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Mufidah Fishaumi  
NIM : 14900045  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Psikologi  
Program Studi : Psikologi  
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap *Impulsive Buying*  
Belanja Online Di Kabupaten Mojokerto

Malang, 23 Agustus 2021

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi Psikologi



Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si

Dosen Pembimbing



Agustin Rahmawati, S.Psi., M.Si., Psikolog

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



Marsi Wulandari, S.Psi., M.Si., Psikolog

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*  
BELANJA ONLINE DI KABUPATEN MOJOKERTO**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Mufidah Fishaumi

14900045

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji**

**Pada tanggal 14 Agustus 2021**

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

Agustin Rahmawati, S.Psi., M.Si., Psikolog

Sekretaris Penguji

Husnul Khotimah, S.Psi., MA

Anggota Penguji

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

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi

Malang, 14 Agustus 2021

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



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

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap *Impulsive Buying* Belanja Online Di Kabupaten Mojokerto”** merupakan karya asli yang digunakan untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi Universitas Merdeka Malang. Karya ini tidak pernah diajukan secara utuh maupun bagian-bagian untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi lainnya dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka.

Malang, 14 Agustus 2021  
Yang menyatakan,



Mufidah Fishaumi  
NIM. 14900045

## **MOTTO**

“Ambillah kebaikan dari apa yang dikatakan dan jangan melihat siapa yang mengatakannya”

– **Nabi Muhammad SAW** -

“Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran”

– **Albert Einstein** -

## LEMBAR PERSEMBAHAN

“Untuk Orang-Orang Yang Selalu Meremehkanku Dan Menganggapku Sebelah  
Mata  
Dan  
Orang-Orang Yang Selalu Ada Buatku”

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Si., Psikolog selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang
2. Ibu Agustin Rahmawati, S.Psi., M.Si., Psikolog selaku sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan semangat, motivasi, dan meluangkan waktu dan pikirannya yang dengan sabar untuk memberikan arahan yang sangat berguna dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Husnul Khotimah, S.Psi., MA selaku sebagai dosen pembimbing II yang telah memberikan semangat, motivasi, dan meluangkan waktu dan pikirannya yang dengan sabar untuk memberikan arahan yang sangat berguna dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu dan Ayah yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan memberikan kepercayaan kepada penulis agar tetap optimis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dan selalu sabar selama ini.
5. Mas Dayat yang telah mensupport penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi, tetap menjadi kakak yang baik ya di rumah.
6. Sahabat-sahabat Gondes Eva, Vina, Cindy, Churiyana yang telah memberikan semangat dan dukungan agar penulis bisa menyelesaikan skripsi hingga

selesai, semoga kita semua diberikan Kesehatan dan segera ketemu. Semoga persahabatan kita hingga Till Jannah ya dan terima kasih untuk semuanya yang telah diberikan.

7. Sahabat-sahabat Puput Diana, Nuril, Helen, Mimi, Arum, Sonia terima kasih selama ini sudah mendukung dan membantu dari awal masuk kuliah sampai penulis menyelesaikan skripsi ini sudah mensupport selalu, terima kasih sudah menerima untuk direpotkan selalu. Semoga segera bertemu kembali ya miss you.
8. Keluarga Syahdu terima kasih telah mendoakan dan memberikan support selalu kepada penulis sehingga penulis kuat dan dapat menyelesaikan skripsi.
9. Keluarga RA Al Fatah yang telah memberikan semangat dan mengijinkan untuk penulis fokus menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Psikologi Universitas Merdeka Malang Angkatan 2014 yang sesama berjuang untuk menyelesaikan skripsi dan saling menyemangati agar sama-sama dapat menyelesaikan skripsi, akhirnya kita bisa sampai sini ya.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis disebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan dan memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis sampai menyelesaikan skripsi ini

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan, penulis menyadari tiada manusia yang sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Malang, 14 Agustus 2021

Penulis

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap *Impulsive Buying* Belanja Online Di Kabupaten Mojokerto” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Psikologi dan Jurusan Psikologi di Universitas Merdeka Malang.

Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Cukup banyak kesulitan yang penulis alami dalam penulisan skripsi ini, tapi Alhamdulillah dapat penulis atasi dan selesaikan dengan baik.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Malang, 14 Agustus 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan Skripsi .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi .....	iv
Motto .....	v
Lembar Persembahan .....	vi
Ucapan Terima Kasih .....	vii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
Intisari .....	xvi
<i>Abstract</i> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. <i>Impulsive Buying</i> .....	10
1. Definisi <i>Impulsive Buying</i> .....	10
2. Aspek <i>Impulsive Buying</i> .....	11
3. Tipe <i>Impulsive Buying</i> .....	13
4. Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i> .....	13
B. Gaya Hidup Hedonis .....	17

1. Definisi Gaya Hidup Hedonis.....	17
2. Aspek Gaya Hidup Hedonis .....	18
3. Karakteristik Gaya Hidup Hedonis .....	19
4. Tipe Gaya Hidup Hedonis .....	20
5. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis .....	20
C. Belanja Online .....	24
1. Definisi Belanja Online .....	24
2. Aspek Belanja Online .....	25
D. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap <i>Impulsive Buying</i>	26
E. Kerangka Konseptual .....	28
F. Hipotesis .....	28
BAB III METODE PENELITIAN .....	29
A. Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel .....	29
1. Identifikasi Variabel .....	29
2. Definisi Operasional .....	29
B. Subjek Penelitian .....	30
1. Populasi .....	30
2. Sampel .....	31
3. Teknik <i>Sampling</i> .....	31
C. Metode Pengumpulan Data .....	33
1. Skala <i>Impulsive Buying</i> .....	34
2. Skala Gaya Hidup Hedonis .....	35
3. Validitas dan Reliabilitas .....	36
a. Validitas .....	36
b. Kredibilitas atau Reliabilitas .....	37
D. Desain Penelitian .....	38
E. Teknik Analisis Data .....	38
1. Uji Asumsi .....	39

2. Uji Hipotesis .....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	40
A. Deskripsi Subjek Penelitian .....	40
1. Subjek Penelitian .....	40
2. Alat Ukur .....	41
B. Deskripsi dan Reliabilitas Data .....	41
1. Deskripsi Data .....	41
2. Validitas Skala .....	44
3. Reliabilitas Skala .....	48
C. Hasil Penelitian .....	48
1. Uji Asumsi .....	48
2. Uji Hipotesis Penelitian .....	49
D. Pembahasan .....	50
BAB V PENUTUP .....	54
A. Kesimpulan .....	54
B. Saran .....	54
DAFTAR PUSTAKA .....	56
LAMPIRAN .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Populasi Penduduk di Kabupaten Mojokerto pada tahun 2020 .....	31
Tabel 2. Bobot Skor Pilihan Jawaban pada Skala .....	34
Tabel 3. <i>Blueprint Impulsive Buying</i> .....	34
Tabel 4. <i>Blueprint</i> Gaya Hidup Hedonis .....	35
Tabel 5. Skema Koefisien Reliabilitas .....	38
Tabel 6. Skema Koefisien Korelasi (r) .....	39
Tabel 7. Rincian Data Subjek Penelitian .....	40
Tabel 8. Deskripsi Data Subjek .....	41
Tabel 9. Rumus Skor Standar .....	42
Tabel 10. Kategorisasi Data Skala Gaya Hidup Hedonis .....	43
Tabel 11. Kategorisasi Data Skala <i>Impulsive Buying</i> .....	43
Tabel 12. Sebaran Butir Aitem Skala Gaya Hidup Hedonis (Uji Coba)	44
Tabel 13. Sebaran Butir Aitem Sahih Skala Gaya Hidup Hedonis (Penelitian) .....	45
Tabel 14. Sebaran Butir Aitem Skala <i>Impulsive Buying</i> (Uji Coba) ...	46
Tabel 15. Sebaran Butir Aitem Sahih Skala <i>Impulsive Buying</i> (Penelitian) .....	47
Tabel 16. Reliabilitas Skala .....	48
Tabel 17. Analisis Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov</i> <i>Smirnov-Z</i> .....	48
Tabel 18. Hasil Uji Linieritas (Anova) .....	49
Tabel 19. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan kerangka berfikir pengaruh gaya hidup hedonis terhadap <i>impulsive buying</i> .....	28
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Preliminary Research</i> .....	61
Lampiran 2 Skala <i>Tryout</i> Gaya Hidup Hedonis .....	63
Lampiran 3 Skala <i>Tryout Impulsive Buying</i> .....	70
Lampiran 4 Skala Penelitian Gaya Hidup Hedonis .....	74
Lampiran 5 Skala Penelitian <i>Impulsive Buying</i> .....	79
Lampiran 6 Tabulasi <i>Tryout</i> Gaya Hidup Hedonis .....	84
Lampiran 7 Tabulasi <i>Tryout Impulsive Buying</i> .....	86
Lampiran 8 Tabulasi Penelitian Gaya Hidup Hedonis .....	88
Lampiran 9 Tabulasi Penelitian <i>Impulsive Buying</i> .....	90
Lampiran 10 Validitas dan Reliabilitas .....	92
Lampiran 11 Hasil Analisis Data .....	97
Lampiran 12 Lembar Turnitin dan Daftar Riwayat Hidup .....	100

# **PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* BELANJA ONLINE DI KABUPATEN MOJOKERTO**

**Mufidah Fishaumi**  
Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang

## **INTISARI**

Fenomena adanya kemudahan belanja secara online membuat banyak orang menjadi senang dan sering berbelanja, sehingga tidak jarang terjadi *over buying* (pembelian yang berlebihan). Aktivitas berbelanja dapat dipenuhi dengan mudah kapanpun dan dimanapun melalui akses dari *smartphone* (telepon pintar). Dalam kondisi tersebut, seseorang yang memiliki gaya hidup hedonis akan gemar berbelanja bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan, melainkan keinginan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis terhadap *impulsive buying* belanja online di Kabupaten Mojokerto. Metode kuantitatif dipilih dalam penelitian ini, sehingga menghasilkan data statistika. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, yakni skala likert yang mengacu pada aspek gaya hidup hedonis dan *impulsive buying*. Populasi pada penelitian ini adalah penduduk Kabupaten Mojokerto yang berjumlah 1.119.209 orang, dengan sampel sebesar 90 orang. Hasil penelitian dari 90 responden menunjukkan bahwa tingkat gaya hidup hedonis maupun *impulsive buying* berada pada kategori sedang. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi ( $p$ ) sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yaitu terdapat pengaruh antara gaya hidup hedonis terhadap *impulsive buying* belanja online di Kabupaten Mojokerto, dengan pengaruh gaya hidup hedonis terhadap *impulsive buying* yang sangat kuat yakni sebesar 94.8%.

kata kunci: gaya hidup hedonis, *impulsive buying*, belanja online.

**THE INFLUENCE OF HEDONIC LIFESTYLE ON THE IMPULSIVE BUYING  
ONLINE SHOPPING IN MOJOKERTO REGENCY**

**Mufidah Fishaumi**

*Faculty of Psychology, Merdeka University of Malang*

**ABSTRACT**

*The phenomenon of the ease of shopping online makes many people happy and often shop, so it is not uncommon for over buying (excessive purchases). Shopping activities can be fulfilled easily anytime and anywhere through access from a smartphone (smartphone). In these conditions, someone who has a hedonic lifestyle will like to shop not even according to needs, but desires. Therefore, this study aims to determine the effect of a hedonic lifestyle on impulsive buying online shopping for early workers in Mojokerto Regency. Quantitative methods were chosen in this study, so as to produce statistical data. The measuring instrument used in this study is the Likert scale which refers to aspects of a hedonic lifestyle and impulsive buying. The population in this study was the population of Mojokerto Regency, amounting to 1,119,209 people, with a sample of 90 people. The results of the study from 90 respondents showed that the level of hedonic lifestyle and impulsive buying was in the moderate category. The results showed a significance value ( $p$ ) of 0.000 ( $p < 0.05$ ). These results indicate that the hypothesis in this study is accepted, namely that there is an influence between a hedonic lifestyle on impulsive buying online shopping for early workers in Mojokerto Regency, with a very strong influence of a hedonic lifestyle on impulsive buying, which is 94.8%.*

*keywords: hedonic lifestyle, impulsive buying, online shopping.*