

**HUBUNGAN ANTARA LITERASI EKONOMI DENGAN
IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA KAMPUS
II (BEKASI)**

SKRIPSI

Oleh :

**Resti Hikmah Putri
201710515079**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Hubungan antara Literasi Ekonomi dengan *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II

Nama Mahasiswa : Resti Hikmah Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710515079

Program Studi/Fakultas : Psikologi /Psikologi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juni 2021

Bekasi, 01 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi., M.Si

NIDN. 0324087902



Rijal Abdillah, S.Psi., M.A

NIDN. 0320048501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan antara Literasi Ekonomi dengan *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II

Nama Mahasiswa : Resti Hikmah Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710515079

Program Studi/Fakultas : Psikologi /Psikologi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juni 2021

Bekasi, 01 Juli 2021

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Budi Sarasati, S.KM., M.Si

NIDN. 0420106702

Penguji I : Rijal Abdillah, S.Psi., M.A

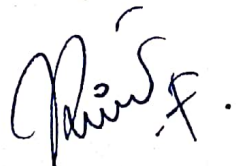
NIDN. 0320048501

Penguji II : Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi., M.Si

NIDN. 0324087902

MENGETAHUI,

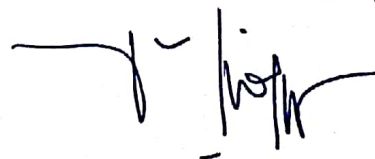
Ketua Program Studi



Yulia Fitriani, S.Psi., M.A

NIDN. 0314078503

Dekan Fakultas Psikologi



Mira Sekar Arumi, M.Psi., Psikolog

NIDN. 0317128504

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Hubungan antara Literasi ekonomi dengan *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II” ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah ditulis secara jelas, sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 01 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Resti Hikmah Putri
201710515079

ABSTRAK

Resti Hikmah Putri. 201710515079. Hubungan Literasi Ekonomi dengan *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II (Bekasi).

Brand Mindend merupakan fenomena yang sedang marak terjadi dalam masyarakat lingkungan perkotaan. Terjadi pada berbagai kalangan usia, tidak menutup kemungkinan untuk membeli dan menggunakan barang berdasarkan gaya hidup *brand minded*. *Brand minded* adalah pola pikir seseorang terhadap objek-objek komersil yang cenderung berorientasi pada merek eksklusif dan terkenal. Situasi seperti ini kerap terjadi pada mahasiswa demi menunjang penampilannya. Dengan melakukan pembelian tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Banyak yang belum bisa menahan untuk berbelanja tanpa berpikir secara matang mana barang yang benar-benar dibutuhkannya atau yang hanya sekedar keinginannya saja. Dengan kehidupan mahasiswa, masalah keuangan dapat muncul dari kesalahan pengelolaan uang. Situasi ini terkesan “kurang baik” karena berkaitan dengan dampak negatif keuangan pribadi konsumen. Maka dari itu diperlukan keterampilan hidup yang harus dimiliki oleh siapa saja untuk membuat keputusan ekonomi yang tepat yang berguna untuk mengubah perilaku yang tidak cerdas menjadi cerdas yang disebut dengan literasi ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kemampuan pengendalian uang secara cerdas dengan pembelian yang tidak direncanakan atau irasional. Adapun teknik sample penelitian yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan sampel penelitian sebanyak 114 subjek. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi antara kemampuan pengendalian uang secara cerdas dengan pembelian yang tidak direncanakan atau irasional sebesar $-0,517^{***}$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang negatif yang signifikan antara kemampuan pengendalian uang secara cerdas dengan pembelian yang tidak direncanakan atau irasional. Semakin tinggi kemampuan seseorang untuk mengendalikan uang secara cerdas, semakin rendah seseorang melakukan tindakan pembelian yang tidak direncanakan atau irasional. Begitu pula sebaliknya semakin rendah kemampuan seseorang untuk mengendalikan uang secara cerdas, semakin tinggi seseorang melakukan tindakan pembelian yang tidak direncanakan atau irasional. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor lain seperti konsep diri atau konsumtif yang memiliki hubungan dengan *Impulsive buying*.

Kata Kunci : Literasi Ekonomi, *Impulsive Buying*, Mahasiswa, *Brand Minded*



ABSTRACT

Resti Hikmah Putri. 201710515079. Relation of Economic Literacy and Impulsive Buying in Bhayangkara University Students Jakarta Raya Campus II (Bekasi).

Brand Minded is a phenomenon that is rife in urban communities. Occurs at various ages, it does not rule out the possibility to buy and use goods based on a brand-minded lifestyle. Brand minded is a person's mindset towards commercial objects that tend to be oriented towards exclusive and well-known brands. Situations like this often occur to students to support their appearance. Making purchases is irrational and is associated with quick, unplanned purchases, followed by conflicting thoughts and emotional impulses. Many have not been able to resist shopping without thinking carefully which items they really need or which are just what they want. With student life, financial problems can arise from mismanagement of money. This situation seems "unfavorable" because it relates to the negative impact of consumers' personal finances. Therefore, it is necessary to have life skills that should be possessed by anyone to make the right economic decisions that are useful for changing unintelligent behavior to become intelligent, which is called economic literacy. This study aims to determine the relationship between the ability to control money intelligently with unplanned or irrational purchases. The research sample technique used was purposive sampling, with a sample of 114 subjects. The results of this study indicate the value of the correlation coefficient between the ability to control money intelligently with unplanned or irrational purchases of $-0.517 *$ and $p = 0.000$ ($p < 0.05$). This shows that there is a significant negative relationship between the ability to control money intelligently with unplanned or irrational purchases. The higher one's ability to control money intelligently, the lower a person makes unplanned or irrational buying actions. Likewise, the lower one's ability to control money intelligently, the higher a person makes unplanned or irrational buying actions. Suggestions for further research are expected to examine other factors such as self-concept or consumptive behavior that have a relationship with Impulsive buying.

Keywords: Economic Literacy, Impulsive Buying, Students, Brand Minded

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahamat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “**Hubungan Literasi Ekonomi dengan *Impulsive Buying* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II (Bekasi)**” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Terimakasih yang paling utama kepada Sang maha pencipta Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Mira Sekar Arumi, M.Psi., Psikolog Selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi., M.Si Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan pembelajaran kepada saya selama penyusunan skripsi.
4. Ibu Budi Sarasati, S.KM., M.Psi selaku Ketua Penguji dan Bapak Rijal Abdillah, S.Psi., M.A selaku Dosen Pembahas pada sidang akhir, yang telah memberikan saran dan arahan hingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik.
5. Ibu Yuarini Wahyu Pertiwi, S.Psi.,S.H., M.Psi., Psikolog dan Bapak Dr. Tugimin Supriyadi,M.M yang telah memberikan saran pada sidang-sidang sebelumnya hingga penulisan skripsi ini lebih baik lagi.
6. Bapak Dr. Tugimin Supriyadi, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing menyelesaikan studi di Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Seluruh jajaran Dosen dan Staff Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

8. Kedua Orang Tua Bapak Samidjan dan Ibu Sudarmi serta keponakan Fahrezi Syathira dan Feziya Chandra yang selalu menghibur. Tidak lupa juga seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan serta do'anya.
9. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
10. Kepada Yuliani Pratiwi, Jihan Tenara Putri, dan Larastika yang selalu membantu dalam penyusunan skripsi Saya serta menghibur dikala susah dan sedih.
11. Teman-teman seperbimbingan skripsi yang selalu bersedia untuk bertukarpikiran dalam penulisan skripsi ini.
12. Kepada Nicola Fonseca yang senantiasa meluangkan waktu dan tenaganya serta memberikan dukungan.
13. Kepada Mohamad Insan yang telah bersedia untuk bertukar laptop demi kelancaran penelitian ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya semoga Allah SWT, membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, Amiin. Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Akhir kata penusun ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah SWT melimpahkan karunianya dalam setiap amal kebaikan kita dan diberikan balasan. Amin.

Bekasi, 01 Juli 2021

Resti Hikmah Putri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Identifikasi Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian	4
1.5.1 Kegunaan Teoritis	4
1.5.2 Kegunaan Praktis	5
1.6 Uraian Keaslian Penelitian	5
Tabel 1.1. Uraian Keaslian Penelitian	5
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 <i>Impulsive Buying</i>	12
2.1.1 Definisi <i>Impulsive Buying</i>	12
2.1.2 Faktor-faktor <i>Impulsive Buying</i>	13
2.1.3 Aspek-aspek <i>Impulsive Buying</i>	14
2.1.4 Tipe-tipe <i>Impulsive Buying</i>	15
2. 2 Literasi Ekonomi	15
2.2.1 Definisi Literasi Ekonomi	15
2.2.2 Indikator Literasi Ekonomi	16
2.2.3 Segi-segi dalam Literasi Ekonomi	17
2.3 <i>Brand Minded</i> dan Mahasiswa	17
2.4 <i>Impulsive Buying</i> dengan Mahasiswa	18

2.5 Literasi Ekonomi dengan <i>Impulsive Buying</i> pada Mahasiswa	19
Gambar 2.1 Dinamika Variabel	21
2.5 Hipotesis Penelitian	21
BAB III	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Tipe Penelitian.....	22
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian	22
3.3 Definisi Operasional Variabel	23
3.3.1 <i>Impulsive Buying</i>	23
3.3.2 Literasi Ekonomi	23
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.4.1 Populasi Penelitian	23
3.4.2 Sampel Penelitian	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.1 Instrumen Penelitian	24
Tabel 3.1 Blueprint Skala <i>Impulsive Buying</i> Sebelum Uji Coba.....	25
Tabel 3.2 Tabel Alternative Jawaban	29
Tabel 3.3 Blueprint Skala Literasi Ekonomi Sebelum Uji Coba	29
Tabel 3.4 Tabel Alternative Jawaban	33
3.5.2 Validitas dan Reliabilitas	33
Tabel 3.5 Klasifikasi Indeks Daya Beda Item	34
Tabel 3.6 Hasil Uji Coba Skala <i>Impulsive Buying</i>	35
Tabel 3.7 Hasil uji coba Skala Literasi Ekonomi	39
Tabel 3.8 Klasifikasi Skor Reliabilitas	43
Tabel 3.9 Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala <i>Impulsive Buying</i>	44
Tabel 3.10 Hasil Uji Coba Reliabilitas skala Literasi Ekonomi	45
3.6 Analisis Data	46
Tabel 3.11 Klasifikasi Indeks Daya Beda Item	46
BAB IV	48

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Konteks atau Ruang Lingkup Penelitian	48
4.1.1 Subjek Penelitian	48
Tabel 4.1 Deskripsi Subjek	48
4.2 Pelaksanaan Penelitian	50
4.2.1 Persiapan Penelitian	50
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....	50
4.3 Hasil Penelitian	51
4.3.1 Uji Asumsi	51
4.3.2 Kategori Subjek Penelitian	52
Tabel 4.2 Deskripsi Statistik Variabel <i>Impulsive Buying</i>	52
Tabel 4.3 Kategorisasi Skor Variabel <i>Impulsive Buying</i>	53
Tabel 4.4 Hasil Kategori Skor Variabel <i>Impulsive Buying</i>	54
Tabel 4.5 Deskripsi Statistik Variabel Literasi Ekonomi	55
Tabel 4.6 Kategorisasi Skor Variabel Literasi Ekonomi.....	56
Tabel 4.7 Hasil Kategori Skor Variabel Literasi Ekonomi	56
4.4 Uji Hipotesis	57
4.4.1 Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	57
4.4.2 Uji Regresi	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi	58
4.5 Pembahasan	58
BAB V	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
Lampiran.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Uraian Keaslian Penelitian.....	14
Tabel 3. 1 Blueprint Skala <i>Impulsive Buying</i> Sebelum Uji Coba.....	32
Tabel 3. 2 Alternative Jawaban.....	36
Tabel 3. 3 Blueprint Skala Literasi Ekonomi Sebelum Uji Coba.....	38
Tabel 3. 4 Alternative Jawaban.....	42
Tabel 3. 5 Klasifikasi Indeks Daya Beda Item.....	43
Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba Skala <i>Impulsive Buying</i>	44
Tabel 3. 7 Hasil Uji Coba Literasi Ekonomi.....	48
Tabel 3. 8 Klasifikasi Skor Reliabilitas.....	52
Tabel 3. 9 Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala <i>Impulsive Buying</i>	53
Tabel 3. 10 Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala Literasi Ekonomi.....	54
Tabel 3. 11 Klasifikasi Indeks Daya Beda Item.....	56
Tabel 4. 1 Deskripsi Subjek.....	57
Tabel 4. 2 Deskripsi Statistik Variabel <i>Impulsive Buying</i>	61
Tabel 4. 3 Kategorisasi Skor Variabel <i>Impulsive Buying</i>	62
Tabel 4. 4 Hasil Kategorisasi Skor Variabel <i>Impulsive Buying</i>	63
Tabel 4. 5 Deskripsi Statistik Variabel Literasi Ekonomi.....	64
Tabel 4. 6 Kategorisasi Skor Variabel Literasi Ekonomi.....	65
Tabel 4. 7 Hasil Kategorisasi Skor Variabel Literasi Ekonomi.....	65
Tabel 4. 8 Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	66
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dinamika Variabel.....30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Subjek

Lampiran 2 Skala Butir Item Skala

Lampiran 3 Pengambilan Data Dengan Google Form Skala I

Lampiran 4 Pengambilan Data Dengan Google Form Skala II

Lampiran 5 Coding Try Out *Impulsive Buying*

Lampiran 6 Coding Try Out Literasi Ekonomi

Lampiran 7 Coding Pengambilan Data X1 (*Impulsive Buying*)

Lampiran 8 Coding Pengambilan Data X2 (Literasi Ekonomi)

Lampiran 9 Hasil Hitung JASP (Uji Validitas dan Reliabilitas)

Lampiran 10 Hasil JASP Uji Asumsi

Lampiran 11 Hasil JASP Uji Korelasi

Lampiran 12 Hasil JASP Uji Regresi

