

**PERBEDAAN *IMPULSIVE BUYING* PADA
ONLINE SHOPPING MAHASISWA
DITINJAU DARI JENIS KELAMIN**

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Raihan

201810515035



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Perbedaan *Impulsive Buying* Pada *Online Shopping* Mahasiswa Ditinjau Dari Jenis Kelamin
Nama Mahasiswa : Muhammad Raihan
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810515035
Program Studi/Fakultas : Psikologi/Psikologi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Mei 2023

Jakarta, 02 Juni 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Ditta Febrieta, S.Psi., M.A

NIDN: 0307029001



Yulia Fitriani, S.Psi, MA

NIDN: 0314078503

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perbedaan *Impulsive Buying* Pada *Online shopping* Mahasiswa Ditinjau Dari Jenis Kelamin
Nama Mahasiswa : Muhammad Raihan
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810515035
Program Studi Fakultas : Psikologi/Psikologi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Mei 2023

Jakarta, 02 juni 2023

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Sarita Candra Merida, M.Psi, Psikolog

Penguji I : Ditta Febrieta, S.Psi., M.A

Penguji II : Yulia Fitriani, S.Psi, MA

NIDN: 0317018701
NIDN: 0307029001
NIDN: 0314078503

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Psikologi

Dekan Fakultas Psikologi



Yulia Fitriani, S.Psi, MA

NIDN 0314078503



Prof. Dede Rahmat Hidayat, M.Psi., PhD

NIDN 0026047110

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Perbedaan *impulsive buying* pada *online shopping* mahasiswa ditinjau dari jenis kelamin.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto *copy* melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

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

Jakarta, 02 juni 2023



Muhammad Raihan

201810515035

ABSTRAK

Muhammad Raihan. 201810515035. Perbedaan *Impulsive Buying* Pada *Online Shopping* Mahasiswa Ditinjau Dari Jenis Kelamin. Penelitian ini dilakukan untuk menguji perbedaan *impulsive buying* pada online shopping antara mahasiswa laki-laki dan perempuan. Tujuan dilakukannya penelitian ini apakah ada perbedaan perilaku *impulsive buying* pada *online shopping* mahasiswa ditinjau dari jenis kelamin. Subjek dari penelitian ini berjumlah 120 orang dengan rincian 60 laki-laki dan 60 perempuan dengan rentang usia 18-30 tahun dengan Teknik pengambilan sampel *quota sampling* merupakan pengambilan sampel yang bertujuan mengambil sampel sebanyak mungkin yang mampu merefleksikan ciri populasi. Hasil uji hipotesis menggunakan *independent sample T-test Levene's Test for Equality of Variances* dengan hasil signifikansi $0,985 > 0,05$ menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara *impulsive buying* pada *online shopping* mahasiswa ditinjau dari jenis kelamin.

Kata kunci: *Impulsive buying, online shopping, jenis kelamin.*

ABSTRACT

Muhammad Raihan. 201810515035. *Impulsive Buying Differences in Student Online Shopping in terms of Gender.* This research was conducted to examine differences in impulsive buying in online shopping between male and female students. The purpose of this research is whether there are differences in impulsive buying behavior in online shopping students in terms of gender. The subjects of this study amounted to 120 people with details of 59 men and 61 women with an age range of 18-30 years. The sampling technique of quota sampling is sampling that aims to take as many samples as possible that are able to reflect the characteristics of the population. The results of hypothesis testing using the independent sample T-test Levene's Test for Equality of Variances with a significance result of $0.982 > 0.05$ show that there is no significant difference between impulsive buying in student online shopping in terms of gender.

Keywords: *Impulsive buying, online shopping, gender.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah swt atas segala rahmat, hidayah, dan karunia yang diberikan-Nya. Sehingga saya sebagai peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti melibatkan banyak pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan kontribusi yang nyata dan telah membantu peneliti untuk mewujudkan penyusunan skripsi ini.

Segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih khususnya kepada :

1. Bapak Dede Rahmat Hidayat, M.Psi.,PhD selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Ditta Febrieta, S.Psi., M.A. dan Ibu Yulia Fitriani, S.Psi., M.A selaku Pembimbing I dan II
3. Bapak Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi., M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik.
4. Para staff sekretaris dari fakultas Teknik, Hukum, Psikologi, Ilmu Komunikasi, Ilmu Pendidikan dan Ekonomi dan bisnis. Yang telah membantu dan mempersilahkan untuk melakukan penelitian.
5. Para Teman saya Gethruda Linia Hia, S.Psi dan Nurika Safitri, S.psi selaku mentor untuk membantu memberikan saran dan masukan agar mempermudah penyusunan skripsi.
6. Doa Papa dan Mama dalam memberikan support dalam proses kelulusan peneliti.

Peneliti menyadari bahwa segala bentuk kekurangan dan kesalahan yang disengaja maupun tidak disengaja akan menjadi bahan renungan dan perbaikan untuk peneliti selanjutnya. Peneliti berharap semoga penelitian ini memberikan manfaat bagi setiap pembaca.

Jakarta, 25 April, 2023



Muhammad Raihan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ixx
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Impulsive Buying	11
2.2 Alat Ukur Perilaku Impulsive buying.....	13
2.3 Perbedaan Perilaku Impulsive Buying Berdasarkan Jenis Kelamin	14
2.4 Hipotesis Penelitian	14
2.5 Kerangka Berfikir Penelitian	15
BAB III	16
METODE PENELITIAN	16
3.1 Tipe penelitian	16
3.2 Identifikasi variabel.....	16
3.3 Definisi Operasional Variabel	17
3.3.1 Perilaku Impulsive buying	17

3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	17
3.4.1	Populasi Penelitian	17
3.4.2	Sampel dan Sampling	17
3.4.2.1	Sampel	17
3.4.2.2	Sampling	18
3.5	Teknik Pengumpulan Data	19
3.5.1	Instrument Penelitian	19
3.5.2	Skala Perilaku Impulsive Buying	19
3.6	Validitas dan Reliabilitas	20
3.6.1	Validitas	20
3.6.2	Reliabilitas	20
3.7	Analisis data.....	21
	BAB IV	23
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1	Profil Responden Penelitian.....	23
4.2	Pelaksanaan Penelitian.....	24
4.3	Hasil Penelitian	26
4.4	Diskusi dan Pembahasan	29
	BAB V	32
	KESIMPULAN DAN SARAN	32
5.1	Kesimpulan	32
5.2	Saran	32
	DAFTAR PUSTAKA	34
	LAMPIRAN	34

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Blueprint impulsive buying	20
Tabel 3. 2 Kriteria Reliabilitas	21
Tabel 4. 1 Profil Responden Penelitian	23
Tabel 4. 2 Hasil uji validitas Skala impulsive buying	25
Tabel 4. 3 Hasil Reliabilitas setelah uji validitas.....	26
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas dan homogenitas.....	26
Tabel 4. 5 Kategorisasi subjek berdasarkan rentang skor	27
Tabel 4. 6 Hasil Uji Independent Sample T-Test	28
Tabel 4. 7 Hasil uji perbedaan komponen berdasarkan jenis kelamin	28
Tabel 4. 8 Hasil uji korelasi pearson antar variabel	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	15
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Riset.....	39
Lampiran 2 Lembar Bimbingan.....	41
Lampiran 3 Skala Penelitian <i>Impulsive Buying</i>	43
Lampiran 4 Lampiran Isi G Form.....	45
Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian.....	55
Lampiran 6 Tabel Distribusi Nilai r_{tabel}	60
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Skala <i>Impulsive Buying</i>	61
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas.....	64
Lampiran10 Hasil Uji Homogenitas.....	65
Lampiran11 Hasil Uji Beda <i>Independent Sample T-test</i>	66
Lampiran12 Hasil Uji Komponen Variabel	67
Lampiran13 Hasil Uji Korelasi Pearson Dimensi <i>Impulsive Buying</i>	67