

**HUBUNGAN ANTARA *SELF ESTEEM* DENGAN *IMPULSIVE BUYING*
PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surabaya Untuk
Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi



Oleh :

PUTRI EKA DAMAYANTI

NIM. 20141763027

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURABAYA**

2018

**HUBUNGAN ANTARA *SELF ESTEEM* DENGAN *IMPULSIVE BUYING*
PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

PUTRI EKA DAMAYANTI

NIM. 20141763027

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURABAYA**

2018

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Eka Damayanti

NIM : 20141763027

Fakultas : Fakultas Psikologi

Program Studi : S1 Psikologi

Judul Skripsi : Hubungan Antara *Self Esteem* Dengan *Impulsive Buying*
Pada Mahasiswi di Universitas Muhammadiyah
Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya sendiri, bukan
jiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 07 September 2018



Putri Eka Damayanti

NIM. 20141763027

HUBUNGAN ANTARA *SELS ESTEEM* DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan oleh:

PUTRI EKA DAMAYANTI

NIM. 20141763027

Disetujui untuk diuji:

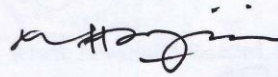
Surabaya, 07 September 2018

Dosen Pembimbing Utama



Dewi Ilma Antawati, M.Psi, Psikolog

Dosen Pembimbing Pendamping



Hetty Murdiyani, S.Psi, M.Kes

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2018

HUBUNGAN ANTARA *SELF ESTEEM* DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan oleh:

PUTRI EKA DAMAYANTI

NIM. 20141763027


Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surabaya dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Pada Tanggal


Surabaya, 07 September 2018


Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Muhammadiyah Surabaya


Dra. Wiwik Juwarini Prihastiwi, M.Si

Dewan Penguji:

Ketua : Agus Poerwanto, S.Psi, M.Kes 

Anggota 1 : Dewi Ilma Antawati, M.Psi, Psikolog 

Anggota 2 : Hetty Murdiyani, S.Psi, M.Kes 

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya jualah penulis dapat dilancarkan selama proses penulisan skripsi ini, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Hubungan antara *Self Esteem* dengan *Impulsive Buying* pada mahasiwi di Universitas Muhammadiyah Surabaya”.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *Self Esteem* dengan *Impulsive Buying* pada mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tentunya banyak kelemahan serta kekurangan dan masih jauh dari sempurna baik dalam bahasa maupun penulisannya. Hal ini dikarenakan masih terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang penulis miliki. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Skripsi ini diajukan dan disusun dalam rangka memenuhi ujian akhir program studi S1 Psikologi Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Demikian pengantar sederhana dari peneliti, semoga berkesan dihati pembaca dan mampu memberikan manfaat bagi semuanya.

Surabaya, 07 September 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	
1. Manfaa Secara Teoritis	7
2. Manfaat Secara Praktisi.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Remaja	
1. Pengertian Remaja	8
2. Tugas Perkembangan Remaja	9
3. Ciri – Ciri Remaja	9
B. <i>Impulsive Buying</i>	
1. Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	11
2. Tipe – Tipe <i>Impulsive Buying</i>	13
3. Aspek – Aspek <i>Impulsive Buying</i>	13
4. Karakteristik <i>Impulsive Buying</i>	14
5. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	15
C. <i>Self Esteem</i>	
1. Pengertian <i>Self Esteem</i>	16
2. Karakteristik <i>Self Esteem</i>	18
3. Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi <i>Self Esteem</i>	19
4. Aspek –Aspek <i>Self Esteem</i>	21
D. Hubungan Antara <i>Self Esteem</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i>	23
E. Kerangka Konseptual	26
F. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian	28
B. Identifikasi Variabel Penelitian	28
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	
1. <i>Impulsive Buying</i>	28
2. <i>Self Esteem</i>	29
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	
1. Populasi	29
2. Sampel	30

3. Teknik Sampling	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	
1. Validitas	34
2. Reliabilitas.....	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
H. Kerangka Kerja	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian	
1. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	39
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian	39
B. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas	41
C. Hasil Uji Asumsi	
1. Uji Normalitas	43
2. Uji Linearitas	45
D. Hasil Analisis Data	47
E. Hasil Kategorisasi Jenjang	48
F. Pembahasan	50

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	54
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA	56
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	58
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skor Skala Variabel <i>Impulsive Buying</i>	31
Tabel 3.2	Skor Skala Variabel <i>Self Esteem</i>	31
Tabel 3.3	<i>Blueprint</i> Skala Variabel <i>Impulsive Buying</i>	32
Tabel 3.4	<i>Blueprint</i> Skala Variabel <i>Self Esteem</i>	33
Tabel 4.1	Distribusi Aitem Skala <i>Impulsive Buying</i>	40
Tabel 4.2	Distribusi Aitem Skala <i>Self Esteem</i>	40
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Impulsive Buying</i>	42
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Self Esteem</i>	42
Tabel 4.5	Hasil Uji Linearitas <i>Self Esteem</i> dan <i>Impulsive Buying</i>	46
Tabel 4.6	Hubungan Antara <i>Self Esteem</i> dengan <i>Impulsive Buying</i>	47
Tabel 4.7	Kategorisasi Data <i>Impulsive Buying</i>	49
Tabel 4.8	Kategorisasi Data <i>Self Esteem</i>	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep	26
Gambar 3.1 Kerangka Kerja	38
Gambar 4.1 Q-Q Plot <i>Impulsive Buying</i>	44
Gambar 4.2 Q-Q Plot <i>Self Esteem</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tabulasi Data <i>Impulsive Buying</i>	58
Lampiran 2 : Tabulasi Data <i>Self Esteem</i>	62
Lampiran 3 : Validitas & Reliabilitas <i>Impulsive Buying</i>	66
Lampiran 4 : Validitas & Reliabilitas <i>Self Esteem</i>	72
Lampiran 5 : Uji Normalitas <i>Impulsive Buying</i>	78
Lampiran 6 : Uji Normalitas <i>Self Esteem</i>	79
Lampiran 7 : Uji Linearitas <i>Impulsive Buying</i> dengan <i>Self Esteem</i>	80
Lampiran 8 : Hasil Analisis Data	83
Lampiran 9 : Kartu konsultasi Skripsi	

DAFTAR PUSTAKA

- A.C Nielsen. (2007). *Survei of Consumer Behaviour and Perception Toward Modern Retail and Traditional Trade Channels*. Jakarta: Departemen Perdagangan Indonesia.
- Anin, Anastasia, B. S. Rasimin, and Nuryati Atamimi. (2008). "Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja." *Jurnal psikologi* 35.2 , 181-193.
- Arifianti, R. Kartini, D. Thumpawana, P.S., & Yunizar. (2010). *Gaya Hidup Hedonis*. Bandung: Unpad Press.
- Astasari, Atika R., and Alimatus Sahrah. (2006). "Hubungan antara konformitas dengan perilaku membeli impulsif pada remaja putri." *Yogyakarta: Fakultas Psikologi-Universitas Wangsa Manggala*.
- Azwar, Saifuddin. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Beatty, S.E., & Ferrell, M.E.,. (1998). *Impulse Buying: Modeling Its Precursors*. *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-Esteem*. San Fransisco: W. H, Freeman And Company.
- Dholakia, U.M. (2000). *Temptation and Resistance: An Integrated Model of Consumption Impuls Formation and Enactment*. *Psychology and Marketing*. John Wiley and Sons, Inc. Vol: 17 (11), 955-986.
- Dhumontheil, I. (2015). *Development of the social brain during adolescence*. *Psicologia Educativa*, 21, 117-124. UK: Department of Psychological Sciences, Brikbeck. University of London.
- Ekowati, D. (2015). *Affective Blibiotherapy untuk meningkatkan Self-Esteem pada anak Slow Earner di SD inklusi*. *Empaty Journal Fakultas Psikologi*, 3, 1.
- Engel, James F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1995). *Perilaku konsumen, Jilid 1 (Edisi ke-enam)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghufron, M.N., & Risnawati, R.S. (2014). *Teori - Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gunarsa, S.D & NY. Singgih, D.G. (2008). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja (cet. 13)*. Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia.

- Heryadi, Afrizal Tri. (2017). *Perbedaan Proporsi Jumlah Siswa Kelas XII SMA Al Islam 1 Surakarta yang Mengalami Depresi pada Kelompok dengan Kualitas Hidup dan Harga Diri Tinggi dan Rendah*. Diss. Universitas Sebelas Maret.
- Hullock, Elizabeth, B. (2003). *psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Kacen, J.J., & Lee, J.A. (2002). *The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior*. *Journal Of Consumer Psychology*, 12(2), 163-176.
- Kanserina, D. (2015). *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA*. *Jurnal Ekonomi*, 5, Nomer 1.
- Lestari, M.R. (2017). *Hubungan Antara harga Diri dengan Impulsive Buying pada Pegawai Wanita di Kantor Dinas Perhubungan Kota Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lestari, P.A. (2009). *"Hubungan antara keyakinan terhadap Motis Kecantikan dan Harga Diri (Self Esteem) dengan Perilaku Mewarnai Rambut"* Universitas Surabaya.
- Loudon, D. & Bitta, A. . (1993). *Consumer behavior (fourth edition)*. NewYork: McGraw-Hil Series Marketing.
- Mangkunegara, A. (2005). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Marettha, B.F. (2013). *"Peran Konformitas dalam Hubungan Antara Harga Diri dan Impulsive Buying pada Remaja Putri"*.
- Monks, F.J., Knoers, A.M., dan Hadianto, Siti R. (2004). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagainya*. Jogjakarta: Gadjah mada University Press.
- Neff, K.D. (2011). *Self-Compassion, Self-Esteem, and Well-Being*. *Social and Personality Psychology Compass*, 5/1.
- Prasetyaningtyas, K. & Indrawati, E.S. (2015). *"Harga Diri dan Intensi Membeli Produk Fashion pada Mahasiswi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis"*, *Jurnal Empati*, Vol: 4 (4), 180-185.
- Pratiwi, E.H. (2010). *"Pelaksanaan Discount dan Pengaruhnya terhadap Pmebelian Impulsif Produk Pakaian pada Ramayana Departement Store"*.
- Rachmawati. (2014). *"Pengaruh Subjective Well-Being, Social influence, Self-Esteem dan faktor Demografis terhadap Impulsive Buying"*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Rook, D.W. (1987). *The Buying Impulse*. *The Journal of Consumer Research*, 14, NO: 2, 189-199.
- Rook, D.W., Hoch, S.J. (1985). *Consuming Impulses: Advances In Consumer Research Vol: 12*, 23-27.
- Rosenberg, M., Schooler, C., & Schoenbach, C. (1989). *Self Esteem and Adolescent Problems: Modeling Resiprocal Effect*. *Sociological Review*, 54, 1004-1018.
- Santrock, J.W. (2007). *Asolescence: Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Saputri, H.R. (2016). *Hubungan Antara Fashion Invelovement Dan Impulsive Buying Dengan Harga Diri (Self Esteem) Pada Remaja di SMAN 2 SAMARINDA*. *eJournal Psikologi*, 4 (3), 249-259.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, dkk. (2012). *Pengantar Psikologi Sosial*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). *Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking*. *European Journal of Personality*, 15: S71-S83.
- Verplanken, B., & Sato, A. (2011). *The Psychology of Impulse Buying: An Integrative Self-Regulation Approach*. *Journal Psychology*, 34: 197-210.
- Yundharini, K.A.E. (2016). *"Hubungan Antara Ethnosentrisme Konsumen dan Kecendrungan Pembelian Impulsif terhadap Produk Fashion Impor pada Remaja"*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Zulkifli, L. (2009). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.