

**PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* MELALUI TOKO *ONLINE* PADA MAHASISWA DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO**



SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Mencapai Derajat Sarjana S-1
Bidang Psikologi**

**Oleh :
KHAULA ANNAFI ADRIANA
1707010008**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
PURWOKERTO, 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* MELALUI TOKO *ONLINE* PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

Yang diajukan oleh:

KHAULA ANNAFI ADRIANA
1707010008

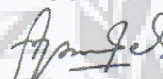
Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 05 Agustus 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua



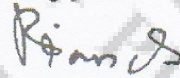
Imam Faisal Hamzah., S.Psi., M.A
NIK/NIP 2160740

Penguji I



Dr. Nur'aeni, S. Psi., M.Si
NIK/NIP. 2160205

Penguji III



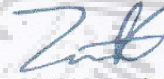
Dyah Astorini Wulandari, S.Psi., M.Si
NIK/NIP. 2160185

Sekretaris



Imam Faisal Hamzah., S.Psi., M.A
NIK/NIP 2160740

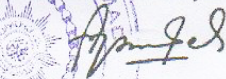
Penguji II



Zaldhi Yusuf Akbar., S.Psi., M.Psi
NIK /NIP 2160895

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Dr. Nur'aeni, S. Psi., M.Si
NIK/NIP. 2160205

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khaula Annafi Adriana
Tempat / Tanggal Lahir : Banyumas, 29 Agustus 1999
NIM : 1707010008
Fakultas / Jurusan : Psikologi / Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* MELALUI TOKO *ONLINE* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO”

Demikian pernyataan ini saya buat, dan apabila di kemudian hari ditemukan ada unsur penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, Agustus 2021

Yang menyatakan



Khaula Annafi Adriana

NIM.1707010008

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya”

(Qs. Al-Baqarah 286)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, dengan segala lika-liku perjalanan baik suka maupun duka, tangis maupun tawa, dan dengan ucapan syukur Alhamdulillah yang setulus tulusnya kepada sang pencipta Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada “Ibu Nenis Agus Ambarsari, Bapak Djoni Mochamad Fari, Mohammad Arief Andriawan, dan Muhammad Fikri Arrafi”



KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirrabil'amin, puji syukur penulis panjatkan sepenuhnya kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis mendapatkan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa kita panjatkan kepada junjungan Nabi Besar Nabi Muhammad SAW semoga kita semua dapat menjadi umat beliau hingga yaumul akhir.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini adalah karena ridho dan bantuan dari Allah SWT serta dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak terkait baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang setulus tulusnya kepada :

1. Dr. Nur Aeni S. Psi, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto
2. Gisella Arnis Graffiyana S. Psi, M.A selaku Ka Prodi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto
3. Dr. Ugung Dwi Ario Wibowo S. Psi., M.Si selaku pembimbing akademik kelas A angkatan 2017 Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

4. Dyah Astorini Wulandari S.Psi, M.Si selaku pembimbing skripsi. Terima kasih penulis ucapkan karena telah memberikan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberikan nasehat dan masukan kepada penulis.
5. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan ilmu, pelajaran, dan pengalaman yang berharga serta bermanfaat bagi penulis
6. Staff TU dan karyawan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah membantu penulis selama perkuliahan.
7. Teman – teman seperjuangan kelas A angkatan 2017 yang telah memberikan warna – warni perkuliahan, yang selalu mengajarkan berbagai hal, yang selalu memberikan pengalaman paling mengesankan di perkuliahan ini.
8. Khoirul Musyafa yang selalu menjadi support sistem andalan dan selalu menjadi tempat penulis untuk berkeluh kesah.
9. Anggota aktif UKM Mapala yang terus menghasut penulis agar tidak lulus tepat waktu sehingga penulis termotivasi untuk dapat membuktikan bahwa anggota Mapala juga dapat lulus tepat waktu.
10. Martabak Unyil teman sejak sekolah yang tidak henti – hentinya memberikan motivasi serta dukungan.
11. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi sehingga terselesaikannya skripsi ini. Semoga doa yang tulus dari kalian akan Allah SWT berikan pula kepada kalian.

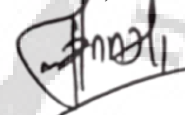
12. Dan yang terakhir penulis ucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang senantiasa tetap bertahan, selalu berusaha memberikan yang terbaik. Penulis yakin apapun rintangannya apapun masalahnya dan apapun ujiannya, penulis pasti mampu melampauinya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga segala bentuk kritik dan saran akan sangat berharga bagi penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Purwokerto, Agustus 2021

Penulis,



Khaula Annafi Adriana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. <i>Impulsive Buying</i>	13
1. Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	13
2. Factor – Faktor yang mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	15
3. Aspek – aspek <i>Impulsive Buying</i>	17
B. Konformitas Teman Sebaya	19
1. Pengertian Konformitas Teman Sebaya.....	19
2. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Konformitas teman sebaya	21
3. Aspek – Aspek Konformitas Teman Sebaya	22
C. Mahasiswa	24
D. Universitas Muhammadiyah Purwokerto	25
E. Kerangka Berfikir	27
F. Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. Identifikasi Variabel Penelitian	30
B. Definisi Operasional Variabel	30
1. <i>Impulsive Buying</i>	30
2. Konformitas Teman Sebaya.....	30
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
1. Populasi Penelitian.....	31
2. Sampel Penelitian.....	32
D. Metode Pengumpulan Data.....	33
1. Skala <i>Impulsive Buying</i>	34

2. Skala Konformitas Teman Sebaya.....	35
E. Validitas dan Reliabilitas.....	37
1. Validitas	37
2. Reliabilitas	37
F. Metode Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Persiapan Penelitian.....	39
1. Orientasi Kancah.....	39
2. Try Out Alat Ukur Penelitian.....	41
3. Pelaksanaan Uji Coba Skala	45
4. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas.....	46
B. Pelaksanaan Penelitian.....	49
1. Subjek Penelitian	49
2. Penyusunan Alat Pengumpulan Data.....	49
C. Deskripsi Data	51
D. Analisis Data.....	56
1. Uji Asumsi	56
2. Uji Hipotesis	58
E. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto	31
Tabel 2. Sistem Skor Kuisisioner Skala <i>Impulsive Buying</i>	34
Tabel 3. Blue Print Skala <i>Impulsive Buying</i>	34
Tabel 4. Sistem Skor Kuisisioner Skala Konformitas Teman Sebaya.....	36
Tabel 5. Blue Print Skala Konformitas Teman Sebaya.....	36
Tabel 6. Jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto	40
Tabel 7. Sebaran aitem Skala Konformitas Teman Sebaya	47
Tabel 8. Sebaran aitem Skala <i>Impulsive Buying</i>	48
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 10. Skala <i>Impulsive Buying</i>	50
Tabel 11. Skala Konformitas Teman Sebaya.....	50
Tabel 12. Sebaran Subjek per Fakultas.....	51
Tabel 13. Sebaran subjek berdasarkan jenis kelamin.....	51
Tabel 14. Sebaran subjek Berdasarkan Usia	51
Tabel 15. Penggunaan Aplikasi Toko Online Subjek	52
Tabel 16. Deskripsi Data <i>Impulsive Buying</i>	53
Tabel 17. Deskripsi Data <i>Impulsive Buying</i> berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 18. Deskripsi Data Konformitas Teman Sebaya.....	54
Tabel 19. Deskripsi Konformitas Teman Sebaya Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 20. Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 21. Hasil Uji Linearitas	57
Tabel 22. Koefisien Determinasi.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alur Kerangka Berfikir..... 29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala Tryout	68
Lampiran 2. Data Kasar Tryout	80
Lampiran 3. Skala Penelitian	85
Lampiran 4. Data Hasil Penelitian	92
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	102
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas	109
Lampiran 7. Hasil Uji Linearitas	111
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis	113
Lampiran 9. Distribusi Frekuensi	115



PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* MELALUI TOKO *ONLINE* PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh konformitas teman sebaya terhadap *impulsive buying* melalui toko *online* pada mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penelitian ini menggunakan responden mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto dengan jumlah 100 mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik regresi linier sederhana. Metode pengumpulan data menggunakan skala yaitu skala konformitas teman sebaya dan Skala Impulsive Buying. Hasil Uji Reliabilitas Skala Konformitas Teman Sebaya sebesar 0,759 dan Skala Impulsive Buying sebesar 0,826.

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan teknik regresi linear sederhana. Hasil taraf signifikansi 5% diperoleh nilai probabilitas sig. (p) = 0,000 ($p < 0,05$). Uji berikutnya adalah uji statistic F, model dapat dikatakan signifikan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $31,852 > 3,94$ dan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $5,644 > 1,984$, terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap *impulsive buying*. Hasil dari persamaan regresi ($y = a + bx$) yaitu $y = 53,024 + 0,943x$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *impulsive buying* akan memiliki pengaruh sebesar 0,943 untuk setiap perubahan yang terjadi pada konformitas teman sebaya. Koefisien determinasi R_{square} sebesar 0,245, nilai tersebut mengandung arti bahwa di dalam penelitian ini konformitas teman sebaya memberikan sumbangan positif sebesar 24,5% terhadap *impulsive buying*, sedangkan 75,5% merupakan sumbangan factor lain (faktor yang tidak diteliti).

Kata Kunci : *Impulsive Buying, Konformitas Teman Sebaya, Toko Online*