

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PADA PENGGUNA PINJAMAN *ONLINE* DI KALIMANTAN SELATAN**

Skripsi

Diajukan guna memenuhi sebagian syarat

Untuk memperoleh derajat Sarjana Psikologi

Universitas Lambung Mangkurat



Oleh

Teasare Defa Freinoldy

2010914310003

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Juni, 2024

Skripsi

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PADA PENGGUNA PINJAMAN *ONLINE* DI KALIMANTAN SELATAN**

dipersiapkan dan disusun oleh

Teasare Defa Freinoldy

telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 24 Juni 2024

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



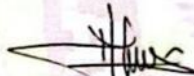
Firdha Yuserina, M.Psi., Psikolog
NIP. 199204192019032019

Anggota Dewan Penguji Lain



Rooswita Santia Dewi, M.Si., Psikolog
NIP. 197409082008122001

Pembimbing Pendamping



Jehan Safitri, M.Psi., Psikolog
NIP. 198506092014042001



Dr. Silya Kristanti Tri Febriana, M.Psi., Psikolog
NIP. 198302172008122001

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi



Sukma Noor Akbar, M.Psi., Psikolog
NIP. 198104212008121005
Koordinator Program Studi Psikologi

HALAMAN PERNYATAAN

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banjarbaru, 24 Juni 2024



Teasare Defa Freinoldy

2010914310003

ABSTRAK

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA PENGGUNA PINJAMAN *ONLINE* DI KALIMANTAN SELATAN

Teasare Defa Freinoldy

Saat ini teknologi berkembang yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap bagaimana manusia memperoleh informasi serta fitur elektronik, diantara fitur elektronik yang naik daun di Indonesia yaitu *financial technology (fintech)* (Iwan Krisnadi, 2019). Pengembangan *fintech* membuahkan *fintech* berbasis *p2p lending* (pinjaman *online*) yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia dikarenakan kepraktisan serta kemudahan yang diberikan (Setiyowati & SM, 2023). Sistem pembayaran *paylater* pada pinjaman *online* dapat memberikan pengaruh negatif, yaitu menimbulkan perilaku *impulsive buying* pada seseorang (Firdaus dkk., 2023). Sebanyak 177.833 entitas peminjam di Kalsel yang terjerat pinjaman *online* (Rohmah, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying* pada pengguna pinjaman *online* di Kalimantan Selatan. Subjek berjumlah 166 berdasarkan hasil perhitungan rumus Slovin dengan margin error 100%. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling jenis *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan secara *online*. Hasil dari penelitian ini yaitu tidak terdapat pengaruh *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying* pada pengguna pinjaman *online* di Kalimantan Selatan.

Kata kunci : *shopping lifestyle, impulsive buying, pinjaman online*

ABSTRACT

INFLUENCE SHOPPING LIFESTYLE TO IMPULSIVE BUYING ON LOAN USERS ONLINE IN SOUTH KALIMANTAN

Teasare Defa Freinoldy

Currently, technology is developing which indirectly influences how humans obtain information and electronic features, one of the electronic features that is becoming popular in Indonesia is financial technology (fintech) (Iwan Krisnadi, 2019). The development of fintech has resulted in fintech based on p2p lending (online loans) which is loved by Indonesian people because of the practicality and convenience provided (Setiyowati & SM, 2023). The paylater payment system for online loans can have a negative influence, namely causing impulsive buying behavior in someone (Firdaus et al., 2023). A total of 177,833 borrowing entities in South Kalimantan were caught up in online loans (Rohmah, 2023). This research aims to find out whether there is an influence between shopping lifestyle and impulsive buying among online loan users in South Kalimantan. There were 166 subjects based on the results of the Slovin formula calculation with a margin of error of 100%. The research method used is a quantitative method with sampling using a non-probability sampling technique, purposive sampling type and data collection carried out online. The results of this research are that there is no influence of shopping lifestyle on impulsive buying among online loan users in South Kalimantan.

Keywords : shopping lifestyle, impulsive buying, online loans

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai syarat untuk menyelesaikan program S1 di Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Lambung Mangkurat. Dengan penuh rasa syukur, penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul "*Pengaruh Shopping Lifestyle terhadap Impulsive Buying pada Pengguna Pinjaman Online di Kalimantan Selatan*" sebagai hasil dari perjalanan intelektual dan spiritual penulis dalam memahami ilmu psikologi.

Dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa limpahan karunia dan petunjuk dari Allah SWT, penulis tidak akan mampu menyelesaikan perjalanan ini dengan baik. Semoga penelitian ini dapat menjadi sebuah amal jariyah yang bermanfaat bagi dunia ilmiah dan peradaban manusia. Adapun, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Ibu Dr. dr. Istiana, M.Kes yang telah memberikan fasilitas dalam melaksanakan penelitian.
2. Koordinator Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Bapak Sukma Noor Akbar, M.Psi., Psikolog yang telah memberikan izin pelaksanaan penelitian ini.

3. Ibu Firdha Yuserina, M.Psi., Psikolog dan Ibu Jehan Safitri S.Psi, M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Rooswita Santia Dewi, M.Si., Psikolog dan Ibu Dr. Silvia Kristanti Tri Febriana, M. Psi., Psikolog selaku dosen penguji yang telah membantu memberikan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Ermina Istiqomah, M.Si., Psikolog selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dari awal perkuliahan hingga sampai tahap penyelesaian skripsi ini,
6. Kedua Orang Tua, Mbah Uti, adik, serta Keluarga yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat agar tetap konsisten dalam mengerjakan tugas akhir skripsi.
7. Teman Payung Dheya Hidayati yang selalu memotivasi dan memberi dukungan dalam mengerjakan hingga menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. Elya Hafizhah yang selalu membantu, menjadi keluh kesah, memotivasi, serta menjadi sandaran, menemani suka maupun duka bahkan hingga tahap penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
9. Responden dan partisipan penelitian yang telah turut serta dalam penelitian ini.
10. Rekan Seadanya haja Dendy, Fikri, Gede, Wahyu, Beny, Mnuy, Mahfuzh, serta Adep yang senantiasa berada disisi penulis walau senang maupun duka dalam memotivasi dalam pengerjaan skripsi ini.

Semoga segala bantuan, dukungan, dan doa yang telah diberikan menjadi amal baik yang senantiasa mendatangkan keberkahan bagi semua pihak yang terlibat. Terima kasih atas perhatian, doa, dan kerjasama yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi semua.

Banjarbaru, 19 April 2024

Teasare Defa Freinoldy

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Signifikansi dan Keunikan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 <i>Impulsive Buying</i>	14
2.1.1 Definisi <i>Impulsive Buying</i>	14
2.1.2 Aspek <i>Impulsive buying</i>	15
2.1.3 Faktor yang mempengaruhi <i>Impulsive buying</i>	17
2.2 <i>Shopping Lifestyle</i>	20

2.2.1	Definisi <i>Shopping Lifestyle</i>	20
2.2.2	Dimensi <i>Shopping Lifestyle</i>	22
2.2.3	Indikator <i>Shopping Lifestyle</i>	22
2.2.4	Faktor yang mempengaruhi <i>Shopping Lifestyle</i>	24
2.3	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	26
2.4	Landasan Teori	28
2.5	Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Rancangan Penelitian.....	32
3.2	Identifikasi, Konseptualisasi, dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	32
3.2.1	Identifikasi Variabel Penelitian	32
3.2.2	Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.3	Subjek dan Tempat Penelitian	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1	Instrumen Penelitian.....	38
3.4.2	Seleksi Item, Validitas, dan Reliabilitas.....	41
3.4.3	Pelaksanaan Uji Coba.....	44
3.5	Analisis Data.....	47
3.5.1	Uji Asumsi Dasar.....	47
3.5.2	Uji Hipotesis	48
BAB IV PEMBAHASAN.....		50
4.1.	Gambaran Subjek Penelitian.....	50
4.2.	Pelaksanaan Penelitian.....	51
4.3.	Hasil Penelitian.....	53

4.3.1. Deskripsi Data Penelitian	53
4.3.2. Hasil Analisis Data	57
4.4. Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1. Kesimpulan.....	66
5.2. Saran	66
5.2.1. Bagi Subjek.....	66
5.2.2. Bagi Peneliti Lain	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 <i>Blue Print Skala Shopping Lifestyle</i>	39
Tabel 3.2 <i>Blue Print Skala Impulsive Buying</i>	41
Tabel 3.3 <i>Indikator Penilaian Uji Keterbacaan Shopping Lifestyle Scale</i>	43
Tabel 3.4 <i>Kriteria Uji Keterbacaan</i>	43
Tabel 3.5 <i>Kategori Skor Reliabilitas</i>	44
Tabel 3.6 <i>Hasil Seleksi Aitem Skala Shopping Lifestyle</i>	46
Tabel 3.7 <i>Hasil Seleksi Aitem Skala Impulsive Buying</i>	47
Tabel 4.1 <i>Gambaran Subjek</i>	51
Tabel 4.2 <i>Perhitungan Skor Hipotetik Variabel Penelitian</i>	53
Tabel 4.3 <i>Perbandingan Skor Hipotetik dan Skor Empirik Variabel Penelitian</i> ...	53
Tabel 4.4 <i>Rumus Norma Kategorisasi</i>	55
Tabel 4.5 <i>Rumus Norma Kategorisasi Variabel shopping lifestyle</i>	56
Tabel 4.6 <i>Kategorisasi Data Variabel shopping lifestyle</i>	56
Tabel 4.7 <i>Rumus Norma Kategorisasi Variabel Impulsive buying</i>	57
Tabel 4.8 <i>Kategorisasi Data Variabel Impulsive Buying</i>	57
Tabel 4.9 <i>Hasil Uji Normalitas</i>	58
Tabel 4.10 <i>Hasil Uji Linearitas</i>	59
Tabel 4.11 <i>Hasil Uji Heterokedastisitas</i>	60
Tabel 4.12 <i>Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Shopping Lifestyle terhadap Impulsive Buying</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. <i>Informed Consent</i> studi pendahuluan dan <i>Guide</i> wawancara	77
A1. <i>Informed Consent</i>	77
A2. <i>Guide</i> Wawancara <i>Shopping Lifestyle</i>	78
A3. <i>Guide</i> Wawancara <i>Impulsive Buying</i>	80
B. Kuesioner Penelitian.....	84
C. Uji Keterbacaan Alat Ukur <i>Shopping Lifestyle</i>	89
C1. <i>Gform</i> Uji Keterbacaan.....	89
C2. Lembar <i>Expert Judgment</i> Skala.....	87
C3. Hasil Uji Keterbacaan.....	92
C4. Skor Hasil Uji Keterbacaan	95
D. Bukti Perizinan Penggunaan Alat Ukur	96
D1. Bukti Perizinan Alat Ukur <i>Shopping Lifestyle</i>	96
D2. Bukti Perizinan Alat Ukur <i>Impulsive Buying</i>	96
E. Form Skrining Awal Penilaian Etik Penelitian	97
E1. Form Skrining Awal Penilaian Etik Penelitian Pembimbing Utama	97
E2. Form Skrining Awal Penilaian Etik Penelitian Pembimbing Pendamping	100
F. Kartu Bimbingan.....	103
G. Bimbingan Skripsi.....	105
G1. Formulir Bimbingan Skripsi Pembimbing Utama.....	105

G2. Formulir Bimbingan Skripsi Pembimbing Pendamping	106
H. <i>Informed Consent</i> Studi Pendahuluan Subjek.....	107
H1. <i>Informed Consent</i> Subjek	107
H2. <i>Informed Consent</i> Subjek	108
H3. <i>Informed Consent</i> Subjek	109
I. Dokumentasi Studi Pendahuluan	110
J. Lembar Bimbingan Revisi Sempro/Semhas.....	112
K. Uji Coba Alat Ukur	113
K1. Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	113
K2. Variabel <i>Impulsive Buying</i>	115
K3. Hasil Uji Coba Alat Ukur <i>Shopping Lifestyle</i>	118
K4. Hasil Uji Coba Alat Ukur <i>Impulsive Buying</i>	119
K5. Dokumentasi Uji Alat Ukur.....	121
L. Penelitian	122
L1. Skala Final Untuk Pengembalian Data Penelitian	122
L2. Dokumentasi Penelitian	128
L3. Variabel <i>Shopping Lifestyle</i>	129
L4. Variabel <i>Implusive Buying</i>	134
M. Hasil Analisis Data Penelitian	139
M1. Hasil Uji Normalitas 1	139
M2. Hasil Uji Normalitas 2	139
M3. Hasil Uji Linearitas	140

M4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	140
M5. Uji Hipotesis	140
N. Uji Referensi	141
N1. Uji Referensi Pertama.....	141
N2. Uji Referensi Kedua	142
O. Uji Plagiasi	143