

**PERBEDAAN TINGKAT PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT DALAM MELAKUKAN *LIVE*  
*STREAMING SHOPPING* DITINJAU DARI JENIS KELAMIN**

**Skripsi**

**Diajukan guna memenuhi sebagian syarat  
untuk memperoleh derajat Sarjana Psikologi**

**Universitas Lambung Mangkurat**



Oleh

Rahma Majidah.

NIM. 1810914220048

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

**Desember, 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

**PERBEDAAN TINGKAT PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT DALAM MELAKUKAN *LIVE*  
*STREAMING SHOPPING* DITINJAU DARI JENIS KELAMIN**

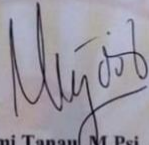
dipersiapkan dan disusun oleh

**Rahma Majidah**

telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 19 Desember 2024

**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing Utama



**Meydisa Utami Tanau, M.Psi., Psikolog**  
NIPPPK. 19910520 202321 2 044

Anggota Dewan Penguji Lain




**Rika Vira Zwagery, M.Psi., Psikolog**  
NIP. 19870901 201504 2 004



**Firdha Yaserina, M.Psi., Psikolog**  
NIP. 19920419 201903 2 019

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



**Dr. Silvia Kristanti, T. Febriana, M.Psi., Psikolog**  
NIP. 19630217 200812 2 001

Koordinator Program Studi Psikologi

## 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 lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banjarbaru, 19 Desember 2024



Rahma Majidah  
NIM. 1810914220048

## ABSTRAK

### PERBEDAAN TINGKAT PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT DALAM MELAKUKAN *LIVE STREAMING SHOPPING* DITINJAU DARI JENIS KELAMIN

Rahma Majidah

Meningkatnya penggunaan internet mendorong pertumbuhan *e-commerce* dan fitur *live streaming* sebagai alternatif pemasaran baru yang memudahkan proses jual-beli secara *online*. Fitur ini dapat meningkatkan kepercayaan pembeli karena terjadinya interaksi *real-time* antara penjual dan pembeli sehingga memicu perilaku pembelian secara spontan atau pembelian impulsif, terutama pada kategori pakaian dan kosmetik. Studi ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat pembelian impulsif mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat berdasarkan jenis kelamin dalam konteks *live streaming shopping* dengan menggunakan metode kuantitatif. Subjek penelitian berjumlah 82 mahasiswa yang terdiri dari 41 pria serta 41 wanita yang dikumpulkan dengan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh menggunakan *impulsive buying tendency scale* yang telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia. Analisis data menggunakan *independent sample t-test* dengan hasil nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) dan *t* hitung sebesar ( $7,704 > 1,664$ ) artinya terdapat perbedaan tingkat pembelian impulsif antara mahasiswa berjenis kelamin pria dan wanita di Universitas Lambung Mangkurat dalam melakukan *live streaming shopping* dengan nilai *mean* kelompok wanita lebih besar dibandingkan kelompok pria ( $51,75 > 44,04$ ).

Kata Kunci: Pembelian Impulsif, Mahasiswa, *Live Streaming Shopping*, Jenis Kelamin

## **ABSTRACT**

### **DIFFERENCES IN IMPULSE BUYING BEHAVIOR AMONG STUDENTS OF LAMBUNG MANGKURAT UNIVERSITY IN LIVESTREAM SHOPPING VIEWED FROM GENDER**

*Rahma Majidah*

*The increasing use of the internet has driven the growth of e-commerce and live streaming feature as a new marketing alternative that facilitates the online buying and selling processes. The feature can increase buyer confidence due to the real-time interaction between sellers and buyers, triggering spontaneous buying or impulse buying behavior, especially for the clothing and cosmetics categories. Using a quantitative method this study aims to determine the differences in impulse buying behavior among students of Lambung Mangkurat University viewed from gender in the context of livestream shopping. The study subjects were 82 students consisting of 41 men and 41 women who were selected using the purposive sampling technique. Data were collected using an impulse buying tendency scale that has been adapted into Indonesian. Data were analyzed using the independent sample t-test with the results of significance value ( $0.000 < 0.05$ ) and t count ( $7.704 > 1.664$ ), indicating that there was a difference in impulse buying behavior between male and female students at Lambung Mangkurat University in conducting livestream shopping with the mean value of the female group being greater than that of the male group ( $51.75 > 44.04$ ).*

*Keywords: Gender, Livestream Shopping, Students, Impulse Buying*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis mendapatkan kesempatan serta kemampuan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perbedaan Tingkat Pembelian Impulsif pada Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat dalam Melakukan *Live Streaming Shopping* ditinjau dari Jenis Kelamin”. Tak lupa sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada junjungan kita, Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah menuntun umat manusia dari zaman kebodohan sampai pada zaman penuh ilmu ini.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh derajat Sarjana Psikologi pada Universitas Lambung Mangkurat, Banjarbaru. Penulis menyadari bahwasannya penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dr. Syamsul Arifin, M.Pd., FISPH., FISCM, selaku Dekan Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam proses pelaksanaan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Silvia Kristanti Tri Febriana, M. Psi., Psikolog, selaku koordinator Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) Universitas Lambung Mangkurat yang senantiasa memberikan izin serta kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan penelitian.

3. Ibu Meydisa Utami Tanau, M.Psi., Psikolog, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, motivasi serta pembelajaran yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Ibu Rika Vira Zwagery, M.Psi., Psikolog dan Ibu Firdha Yuserina, M.Psi., Psikolog, selaku dosen penguji yang telah menguji dan memberikan saran serta arahan dalam penulisan skripsi ini agar selesai dengan lebih baik lagi.
5. Ibu Dr. Ermina Istqomah, M.Si., Psikolog, selaku dosen pembimbing akademik yang selama ini telah bersedia membimbing, memberikan motivasi, arahan dan nasehat dari semester awal perkuliahan hingga semester akhir perkuliahan.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Psikologi Universitas Lambung Mangkurat yang telah membantu penulis untuk memberikan informasi, semangat, serta ilmu yang bermanfaat dalam proses kelancaran penelitian.
7. Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
8. Secara khusus, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada orangtua tercinta yaitu Ibu Rosita dan Bapak Masjidi yang senantiasa melangitkan segala doa tanpa henti, dukungan yang tiada putusnya, kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang tak terhingga.
9. Tak lupa, penulis sampaikan juga rasa terima kasih kepada adik-adik tersayang yaitu Samantha Majid dan Rihhadatul Aisyah Majid yang selalu

menjadi sumber semangat serta pengingat untuk terus berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Sahabat terbaik penulis dari masa sekolah yaitu Rahmiya, Rahmi Rahmayanti, dan Widyawati yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dalam proses ini serta senantiasa memberikan semangat, bantuan juga saran.
11. Teman-teman seperjuangan dari awal perkuliahan yaitu Widya, Suhai, Cai, Ica, Aulia, Dessy, Melly, Maydinie, Ifit, Nadya dan seluruh mahasiswa Program Studi Psikologi angkatan 2018 yang telah kebersamai penulis.
12. Teman-teman virtual penulis yaitu Nawel, Emil, Jeevi, Wafa, Irssa, Zerine, Joy, Rani, dan Jeril yang secara tulus bersedia berbagi pengalaman, ilmu, keluh kesah, saran serta semangat meskipun tanpa mengetahui identitas asli satu sama lain.

Dan teruntuk semua pihak yang telah berkontribusi namun belum penulis sebutkan disini, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan serta dukungan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Banjarbaru, 19 Desember 2024

Rahma Majidah

## DAFTAR ISI

|  | <i>Halaman</i> |
|--|----------------|
| HALAMAN PENGESAHAN.....  | ii             |
| PERNYATAAN.....  | iii            |
| ABSTRAK.....   | iv             |
| <i>ABSTRACT</i> .....  | v              |
| KATA PENGANTAR.....  | vi             |
| DAFTAR ISI.....  | ix             |
| DAFTAR TABEL.....  | xii            |
| DAFTAR GAMBAR.....   | xiv            |
| 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.....  | 9              |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....  | 9              |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....   | 9              |
| 1.5. Signifikansi dan Keunikan Penelitian.....                         | 10             |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....   | 16             |
| 2.1 Pembelian Impulsif.....  | 16             |
| 2.1.1 Definisi Pembelian Impulsif.....                                 | 16             |
| 2.1.2 Aspek-aspek Pembelian Impulsif.....                              | 17             |
| 2.1.3 Tipe-Tipe Perilaku Pembelian Impulsif.....                       | 18             |
| 2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif..... | 20             |

|                                 |   |    |
|---------------------------------|---|----|
| 2.2                             | <i>Live Streaming Shopping</i> .....  | 22 |
| 2.2.1                           | Definisi <i>Live Streaming Shopping</i> .....                                 | 22 |
| 2.2.2                           | Karakteristik <i>Live Streaming Shopping</i> .....                            | 23 |
| 2.3                             | Jenis Kelamin .....   | 25 |
| 2.3.1                           | Definisi Jenis Kelamin .....  | 25 |
| 2.4                             | Keterkaitan Pembelian Impulsif Dengan Jenis Kelamin .....                     | 26 |
| 2.5                             | Landasan Teori .....  | 28 |
| 2.6                             | Hipotesis Penelitian.....   | 29 |
| BAB III METODE PENELITIAN ..... |   | 30 |
| 3.1                             | Rancangan Penelitian .....  | 30 |
| 3.2                             | Identifikasi, Konseptualisasi, dan Operasionalisasi Variabel Penelitian ..... | 30 |
| 3.2.1                           | Identifikasi Variabel Penelitian .....  | 30 |
| 3.2.2                           | Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian .....                          | 31 |
| 3.3                             | Subjek dan tempat penelitian .....  | 32 |
| 3.3.1                           | Subjek Penelitian.....  | 32 |
| 3.4                             | Teknik Pengumpulan Data.....  | 34 |
| 3.4.1                           | Instrumen Penelitian .....  | 34 |
| 3.4.2                           | Pelaksanaan Uji Coba .....  | 35 |
| 3.4.3                           | Seleksi Item, Validitas, dan Reliabilitas Alat Ukur .....                     | 36 |
| 3.4.4                           | Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, dan Seleksi Item .....                     | 39 |
| 3.5                             | Analisis Data .....   | 41 |
| 3.5.1                           | Uji Asumsi.....   | 41 |
| 3.5.2                           | Uji Hipotesis .....   | 42 |
| BAB IV PEMBAHASAN.....          |   | 44 |
| 4.1                             | Gambaran Subjek Penelitian .....  | 44 |

|                                 |  |    |
|---------------------------------|--|----|
| 4.2                             | Pelaksanaan Penelitian .....             | 46 |
| 4.3                             | Hasil Penelitian .....                   | 47 |
| 4.3.1                           | Deskripsi Data Penelitian .....          | 47 |
| 4.3.2                           | Hasil Uji Asumsi Dasar .....             | 50 |
| 4.3.3                           | Hasil Uji Hipotesis .....                | 52 |
| 4.4                             | Pembahasan.....                          | 53 |
| 4.5                             | Kendala dan Keterbatasan Penelitian..... | 58 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... |  | 60 |
| 5.1                             | Kesimpulan .....                         | 60 |
| 5.2                             | Saran.....                               | 60 |
| 5.2.1                           | Bagi Mahasiswa Selaku Konsumen .....     | 60 |
| 5.2.2                           | Bagi Pelaku Bisnis .....                 | 61 |
| 5.2.3                           | Bagi Peneliti Selanjutnya .....          | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA .....            |  | 63 |
| LAMPIRAN.....                   |  | 68 |

## DAFTAR TABEL

Halaman

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabel 3. 1</b> <i>Blue Print Skala Pembelian Impulsif</i> .....   | 35 |
| <b>Tabel 3. 2</b> <i>Pengkodean jenis kelamin</i> .....  | 35 |
| <b>Tabel 3. 3</b> <i>Rincian Skala Pembelian Impulsif Setelah Uji Coba</i> .....                                 | 40 |
| <b>Tabel 3. 4</b> <i>Susunan Skala Pembelian Impulsif Setelah Uji Coba</i> .....                                 | 41 |
| <b>Tabel 4. 1</b> <i>Gambaran Data Demografi Berdasarkan Usia</i> .....  | 44 |
| <b>Tabel 4. 2</b> <i>Gambaran Data Demografi Berdasarkan Domisili</i> .....                                      | 44 |
| <b>Tabel 4. 3</b> <i>Gambaran Data Demografi Berdasarkan Fakultas</i> .....                                      | 45 |
| <b>Tabel 4. 4</b> <i>Rumus dan Skor Hipotetik Pembelian Impulsif</i> .....                                       | 48 |
| <b>Tabel 4. 5</b> <i>Perbandingan skor hipotetik dan empirik pembelian Impulsif antara pria dan wanita</i> ..... | 48 |
| <b>Tabel 4. 6</b> <i>Tabel Rumus Kategorisasi</i> .....  | 49 |
| <b>Tabel 4. 7</b> <i>Kategorisasi pembelian impulsif pada pria</i> .....   | 50 |
| <b>Tabel 4. 8</b> <i>Kategorisasi pembelian impulsif pada wanita</i> .....                                       | 50 |
| <b>Tabel 4. 9</b> <i>Hasil uji normalitas</i> .....  | 51 |
| <b>Tabel 4. 10</b> <i>Hasil uji homogenitas</i> .....  | 52 |
| <b>Tabel 4. 11</b> <i>Hasil independent sample t-test</i> .....  | 53 |
| <b>Tabel 4. 12</b> <i>Perbandingan nilai rata-rata pembelian impulsif pada pria dan wanita</i> .....             | 53 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  | <i>Halaman</i> |
|--|----------------|
| A. Pertanyaan Studi Pendahuluan .....                                | 69             |
| B. Penjelasan Penelitian .....                                       | 70             |
| C. Informed Consent .....  | 72             |
| D. Kuesioner Pembelian Impulsif (Original Aitem) .....               | 73             |
| E. Kuesioner Pembelian Impulsif (Setelah Penyesuaian) .....          | 75             |
| F. Surat Pernyataan Kediaan Dosen Pembimbing Utama .....             | 77             |
| G. Lembar Persetujuan Seminar Proposal .....                         | 78             |
| H. Lembar Persetujuan Seminar Hasil .....                            | 79             |
| I. Perhitungan G*Power .....   | 80             |
| J. Bukti Studi Pendahuluan .....                                     | 81             |
| K. Verbatim Studi Pendahuluan .....                                  | 82             |
| L. Bukti Perizinan Menggunakan Skala Penelitian .....                | 85             |
| M. Bukti Bimbingan .....   | 86             |
| N. Lembar Pengesahan Proposal .....                                  | 87             |
| O. Form Skrining Etika Penelitian .....                              | 88             |
| P. Lembar Bimbingan Revisi Seminar Proposal .....                    | 89             |
| Q. Data Mentah Uji Coba Skala Pembelian Impulsif .....               | 90             |
| R. Seleksi Aitem dan Uji Reliabilitas Skala Pembelian Impulsif ..... | 91             |
| S. Kuesioner Pembelian Impulsif (Setelah Uji Coba) .....             | 94             |

|  |     |
|--|-----|
| T. Tampilan Gform Penelitian.....                | 96  |
| U. Tabulasi Data Penelitian.....                 | 99  |
| V. Hasil Data Penelitian (SPSS Versions 22)..... | 101 |
| W. Surat Izin Uji Coba Penelitian.....           | 104 |
| X. Surat Izin Penelitian .....                   | 105 |
| Y. Dokumentasi .....                             | 106 |
| Z. T Tabel .....                                 | 109 |
| AA. Lampiran Cek Referensi.....                  | 110 |
| BB. Sertifikat Uji Plagiasi.....                 | 110 |