

**PERANAN PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* DI TANGGAL KEMBAR
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE TERHADAP *FINANCIAL WELL-BEING*
GEN Z PEKERJA DI KALIMANTAN SELATAN**

Skripsi

**Diajukan guna memenuhi sebagian syarat
Untuk memperoleh derajat Sarjana Psikologi
Universitas Lambung Mangkurat**



Oleh

Nasywa Anindya Putri

2110914320028

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS KEDOKTERAN DAN ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Juni, 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

PERANAN PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* DI TANGGAL KEMBAR PADA
E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP *FINANCIAL WELL-BEING* GEN Z
PEKERJA DI KALIMANTAN SELATAN

dipersiapkan dan disusun oleh

Nasywa Anindya Putri

telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 24 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain

Dr. Ermina Istiqomah, M.Si., Psikolog
NIP. 197009192005012002

Risna Febriani, S.Psi, M.Si
NIP. 199402082025062006

Pembimbing Pendamping

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

Ainun Alkaff, M.Psi., Psikolog
NIP. 199406012025062004

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

Dr. Silvia Kristanti Dwi Febriana, M.Psi., Psikolog
NIP. 198302472008122001
Koran Jurusan 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, 3 Juli 2025



Nasywa Anindya Putri
NIM 2110914320028

ABSTRAK

PERANAN PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* DI TANGGAL KEMBAR PADA *E-COMMERCE* SHOPEE TERHADAP FINANCIAL WELL-BEING GEN Z PEKERJA DI KALIMANTAN SELATAN

Nasywa Anindya Putri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan perilaku *impulsive buying* pada saat promo tanggal kembar di *e-commerce* Shopee terhadap *financial well-being* Generasi Z pekerja di Kalimantan Selatan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh fenomena meningkatnya perilaku konsumtif dan rendahnya kesejahteraan finansial di kalangan Generasi Z akibat kemudahan akses belanja daring dan godaan promosi besar-besaran. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Sampel penelitian sebanyak 105 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: Generasi Z, telah bekerja, berdomisili di Kalimantan Selatan, dan pernah melakukan pembelian impulsif pada tanggal kembar di Shopee. Instrumen yang digunakan adalah skala *impulsive buying* dan skala *financial well-being* yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat peranan yang signifikan antara perilaku *impulsive buying* terhadap *financial well-being* ($p > 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku impulsif saat belanja pada momen promo tidak secara langsung memengaruhi persepsi kesejahteraan finansial pada responden. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami perilaku belanja daring dan implikasinya terhadap kondisi finansial Generasi Z, serta mendorong peningkatan literasi keuangan dan kontrol diri dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Kata kunci: *Financial well-being*, *impulsive buying*, tanggal kembar

ABSTRACT

THE ROLE OF IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR DURING SHOPEE'S DOUBLE-DATE PROMOTIONS ON FINANCIAL WELL-BEING AMONG WORKING GEN Z INDIVIDUALS IN SOUTH KALIMANTAN

Nasywa Anindya Putri

This study aims to examine the role of impulsive buying behavior during Shopee's double-date promotions on financial well-being among working Generation Z individuals in South Kalimantan. The study is motivated by the growing trend of consumerism and the declining financial well-being among Gen Z, driven by the ease of online shopping and the lure of massive promotional campaigns on e-commerce platforms such as Shopee. A quantitative approach with a causal associative design was employed. The study involved 105 respondents selected through purposive sampling, with the criteria: being Gen Z, currently employed, residing in South Kalimantan, and having made impulsive buying during Shopee's double-date promotions. The instruments were validated and reliable scales of the impulsive buying scale and the financial well-being scale. Data were analyzed using the simple linear regression. The findings reveal no significant role of impulsive buying behavior on financial well-being ($p > 0.05$). This suggests that impulsive buying during promotional events does not directly affect respondents' perceptions of their financial well-being. The study contributes to a deeper understanding of online shopping behavior and its implications for the financial condition of Gen Z, highlighting the need to promote financial literacy and self-control in consumption decision-making.

Keywords: financial well-being, impulsive buying, double-date promotions

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, Tuhan Semesta Alam atas berkat, rahmat serta taufik dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Peranan Perilaku *Impulsive Buying* di Tanggal Kembar pada *E-Commerce* Shopee terhadap *Financial Well-being* Gen Z Pekerja di Kalimantan Selatan". Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi, Universitas Lambung Mangkurat. Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih, khususnya kepada:

1. Dekan Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Prof. Dr.dr. Syamsul Arifin, M.Pd., FISPH., FISCM yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam melaksanakan penelitian ini.
2. Ketua Jurusan Psikologi, Dr.Silvia Kristanti Tri Febriana, M.Psi.,Psikolog yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan fasilitas dalam melaksanakan penelitian ini.
3. Dosen pembimbing utama, Ibu Dr.Ermina Istiqomah, M.Si.,Psikolog yang membantu telah Penulis menyelesaikan skripsi dengan baik dengan memberi saran, masukan, dukungan, dan bimbingan.
4. Dosen pembimbing pendamping, Ibu Rooswita Santia Dewi, M.Si. Psikolog yang telah membantu Penulis menyelesaikan skripsi dengan baik dengan memberi saran, masukan, dukungan, dan bimbingan.

5. Dosen Penguji 1, Ibu Risna Febriani, S.Psi,M.Si yang telah bersedia memberikan saran, masukan dan kritik pada skripsi ini sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Dosen Penguji 2, Ibu Ainun Alkaff, M.Psi.,Psikolog yang telah bersedia memberikan saran, masukan dan kritik pada skripsi ini sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Dosen pembimbing akademik, Bapak Rendy Alfiannor Achmad, S.Psi.,MA yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan nasihat, masukan, dan semangat kepada Penulis.
8. Kedua orang tua Penulis, Bapak Samsuri dan Ibu Hanik Sutini yang telah memberikan seluruh segala fasilitas dan dukungan dalam bentuk apapun dari awal perkuliahan hingga sekarang dalam bentuk apapun sehingga Penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Kakak Penulis, Nimas Nur Fauzia yang telah menjadi *support system* dan tempat berkeluh kesah serta memberikan seluruh dukungan dari awal perkuliahan hingga sekarang dalam bentuk apapun sehingga Penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Baday's Gurls: Alisya Aulia Fitri, Naomi Ashima, Syifa Najla Ufairah, Siti Khusnul Azizah, sahabat yang telah kebersamai Penulis sejak memutuskan untuk menjalani pendidikan sarjana Psikologi Universitas Lambung Mangkurat hingga bersama-sama berjuang untuk menyelesaikan pendidikan di program studi ini.

11. Salit Nanan's Group: Miftahul Jannah, Naomi Ashima, Rusda Indriyani, Shadiq Maulana Putra, selaku teman sekelompok LKMMD hingga menjadi sahabat dekat sampai sekarang, yang selalu menjadi *moodbooster* dan tempat berbagi tawa.
12. *Last but not least*, tidak lupa terima kasih dan apresiasi sebesar-besarnya kepada diri sendiri yang telah berjuang untuk menyelesaikan penelitian ini hingga akhir dan selalu bangkit berusaha melawan masalah dan cobaan yang tidak mudah.

Selama melakukan penelitian Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sehingga Penulis mengharapkan pemberian kritik dan saran yang membangun guna penelitian kuantitatif yang lebih baik kedepannya.

Banjarbaru, 5 Juni 2025

Nasywa Anindya Putri

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Signifikansi dan Keunikan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 <i>Financial Well-being</i>	10
2.1.1 Definisi/pengertian <i>Financial Well-being</i>	10
2.1.2 Indikator <i>Financial Well-being</i>	12
2.1.3 Faktor <i>Financial Well-being</i>	14
2.2 <i>Impulsive Buying</i>	16
2.2.1 Definisi/pengertian <i>Impulsive Buying</i>	16
2.2.2 Indikator <i>Impulsive Buying</i>	18

2.2.3 Faktor <i>Impulsive Buying</i>	19
2.3 Tanggal Kembar.....	21
2.4 Peranan <i>Impulsive Buying</i> terhadap <i>Financial Well-being</i>	23
2.5 Landasan Teori.....	24
2.6 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Identifikasi, Konseptualisasi, dan Operasionalisasi Variabel Penelitian ..29	
3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian	29
3.2.2 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian	29
3.3 Subjek dan Tempat Penelitian.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Instrumen Penelitian.....	32
3.4.2 Pelaksanaan Uji Coba.....	35
3.4.3 Seleksi Aitem, Validitas, dan Reliabilitas Alat Ukur.....	36
3.5 Analisis Data	40
3.5.1 Uji Asumsi.....	41
3.5.2 Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	43
4.2 Pelaksanaan Penelitian.....	44
4.3 Hasil Penelitian	46
4.3.1 Deskripsi Data Penelitian	46
4.3.2 Hasil Analisis Data Penelitian	48
4.4 Pembahasan.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	60
5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	60
5.2.2 Bagi Generasi Z	60

DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Blueprint Skala <i>Financial Well-being</i>	34
Tabel 3.2 Blueprint Skala <i>Impulsive Buying</i>	35
Tabel 3.3 Blueprint Skala <i>Impulsive Buying</i> Setelah Uji Coba.....	37
Tabel 3.4 Penomoran Ulang Skala <i>Impulsive Buying</i>	38
Tabel 3.5 Kriteria Koefisien Reliabilitas.....	39
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Financial Well-being</i>	40
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Impulsive Buying</i>	40
Tabel 4.1 Rincian Gambaran Subjek Penelitian.....	43
Tabel 4.2 Rumus Perhitungan Skor Hipotetik Variabel Penelitian.....	46
Tabel 4.3 Perbandingan Skor Hipotetik dan Skor Empirik Variabel Penelitian...	46
Tabel 4.4 Rumus Norma Kategorisasi.....	47
Tabel 4.5 Rumusan Kategorisasi Variabel Penelitian.....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis Regresi Sederhana.....	51
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Nilai Konstanta.....	52

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Skema Peranan *Impulsive Buying* dengan *Financial Well-being* 26

Gambar 4.1 Sebaran Data *Impulsive Buying* dan *Financial Well-being*50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Skala Penelitian	67
A1. Permintaan Izin Penggunaan Skala.....	67
A2. Skala Orisinil Impulsive Buying	68
A3. Skala Penelitian Impulsive Buying Setelah Dimodifikasi bersama <i>Expert Judgement</i>	70
A4. Skala Orisinil Financial Well-being	71
A5. Skala Penelitian Financial Well-being Setelah Dimodifikasi bersama <i>Expert Judgement</i>	72
A6. Skala Penelitian Impulsive Buying.....	73
A7. Skala Penelitian Financial Well-being.....	74
A8. Tampilan Form Uji Coba.....	75
A9. Tampilan Form Penelitian	75
B. Surat Pernyataan Kesiapan Membimbing	76
B1. Kesiapan Membimbing Dosen Utama	76
B2. Kesiapan Membimbing Dosen Pendamping	77
C. Kartu Bimbingan Skripsi.....	78
C1. Kartu Kuning.....	78
C2. Lembar Bimbingan dengan Penguji.....	79
D. Form Skrinning Etik.....	80
E. Formulir Cek Referensi	84

E1. Cek Referensi Pertama	84
E2. Cek Referensi Kedua.....	85
F. Data Uji Coba	86
F1. Data Uji Coba <i>Financial Well-being</i>	86
F2. Data Uji Coba <i>Impulsive Buying</i>	87
G. Hasil Uji Reliabilitas dan Seleksi Aitem.....	88
G1. Hasil Uji Reliabilitas dan Seleksi Aitem <i>Financial Well-being</i>	88
G2. Hasil Uji Reliabilitas dan Seleksi Aitem <i>Impulsive Buying</i>	88
H. Data Penelitian	89
I. Analisis Data Penelitian.....	95
I1. Analisis Deskriptif	95
I2. Uji Normalitas Residual	95
I3. Uji Linearitas	95
I4. Uji Regresi Sederhana	95
J. Setifikat Uji Plagiasi	97
K. Formulir Lulus Uji Format.....	98