

**HUBUNGAN SELF-MONITORING DENGAN
PEMBELIAN IMPULSIF DALAM BERBELANJA *ONLINE* PRODUK
FESYEN PADA KONSUMEN USIA DEWASA AWAL**



Oleh:
Agung Wiyogo
1125160573
Psikologi

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Psikologi**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

Hubungan Self-Monitoring dengan Pembelian Impulsif dalam Berbelanja Online Produk Fesyen pada Konsumen Usia Dewasa Awal

Nama Mahasiswa	:	Agung Wiyogo
Nomor Registrasi	:	1125160573
Jurusan/Program Studi	:	Psikologi
Tanggal Ujian	:	6 Agustus 2020

Pembimbing I

Dr. Gumgum Gumelar, M.Si
NIP. 197704242006041001

Pembimbing II

Dr. R.A. Fadhallah, M.Si.
NIDN. 0012017902

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Tandatangan	Tanggal
Dr. Gantina Komalasari, M.Psi (Penanggungjawab)*		<i>25/08/2020</i>
Dr. Gumgum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)**		<i>25/08/2020</i>
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Ketua Penguji)***		21 Agustus 2020
Irma Rosalinda Lubis, M.Si. (Anggota)****		21 Agustus 2020
Ermita Zakiyah, M.Psi. (Anggota)		21 Agustus 2020

Catatan:

*Dekan FPPSi

**Wakil Dekan I

***Ketua Penguji

****Dosen Penguji selain pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Agung Wiyogo

NIM : 1125160573

Prodi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Hubungan *Self-Monitoring* dengan Pembelian Impulsif dalam Berbelanja *Online* Produk Fesyen pada Konsumen Usia Dewasa Awal” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2020.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi atau karya inovasi yang pernah dibuat oleh orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menganggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 6 Agustus 2020



Agung Wiyogo

NIM. 1125160573

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik program studi psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Wiyogo
NIM : 1125160573
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Pendidikan Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Hubungan *Self-Monitoring* dengan Pembelian Impulsif dalam Berbelanja Online Produk Fesyen pada Konsumen Usia Dewasa Awal

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 6 Agustus 2020





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Agung Wiyogo
NIM : 1125160573
Fakultas/Prodi : Fakultas Pendidikan Psikologi/Psikologi
Alamat email : 2706agung@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

“Hubungan *Self-Monitoring* dengan Pembelian Impulsif dalam Berbelanja *Online*
Produk Fesyen pada Konsumen Usia Dewasa Awal”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 September 2020

Penulis.

(Agung Wiyogo)



AGUNG WIYOGO

HUBUNGAN SELF-MONITORING DENGAN
PEMBELIAN IMPULSIF DALAM BERBELANJA ONLINE PRODUK FESYEN
PADA KONSUMEN USIA DEWASA AWAL

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi

Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta

2020

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara *self-monitoring* dengan pembelian impulsif dalam berbelanja *online* produk fesyen pada konsumen usia dewasa awal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti menggunakan *Revised Self Monitoring Scale* oleh Lennox & Wolfe dan *Impulse Buying Tendency* oleh Verplanken & Herabadi. Sampel berjumlah 226 orang, pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan pengujian hipotesis melalui uji korelasi dengan menggunakan SPSS ver. 25,0. Hubungan antara RSMS dan IBT bersifat positif dengan nilai $P (0,000) < \alpha (0,05)$. Hal ini mengindikasikan semakin tinggi *self-monitoring* maka semakin tinggi pula pembelian impulsif.

Kata kunci: *self-monitoring*, pembelian impulsif, belanja *online*, produk fesyen, dewasa awal.

AGUNG WIYOGO

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-MONITORING AND
IMPULSE BUYING IN ONLINE-SHOPPING OF FASHION PRODUCTS**
IN EARLY ADULT

Thesis

Jakarta: Psychology Study Program

Faculty of Psychological Education, State University of Jakarta

2020

ABSTRACT

This study was conducted to determine the relationship between self-monitoring and impulse buying in online-shopping of fashion products in early adult. The research method used is quantitative approach. Researchers used the Revised Self Monitoring Scale by Lennox and Wolfe, and the Impulse Buying Tendency by Verplanken and Herabadi. Samples totaling 226 people and the sampling is done by purposive sampling method. The processing data method is using hypothesis examination through correlation test, done with SPSS ver. 25,0.. The relationship between RSMS and IBT is positive with a value of $P (0,000) < \alpha (0,05)$. This indicates that the higher the self-monitoring, the higher the impulsive buying.

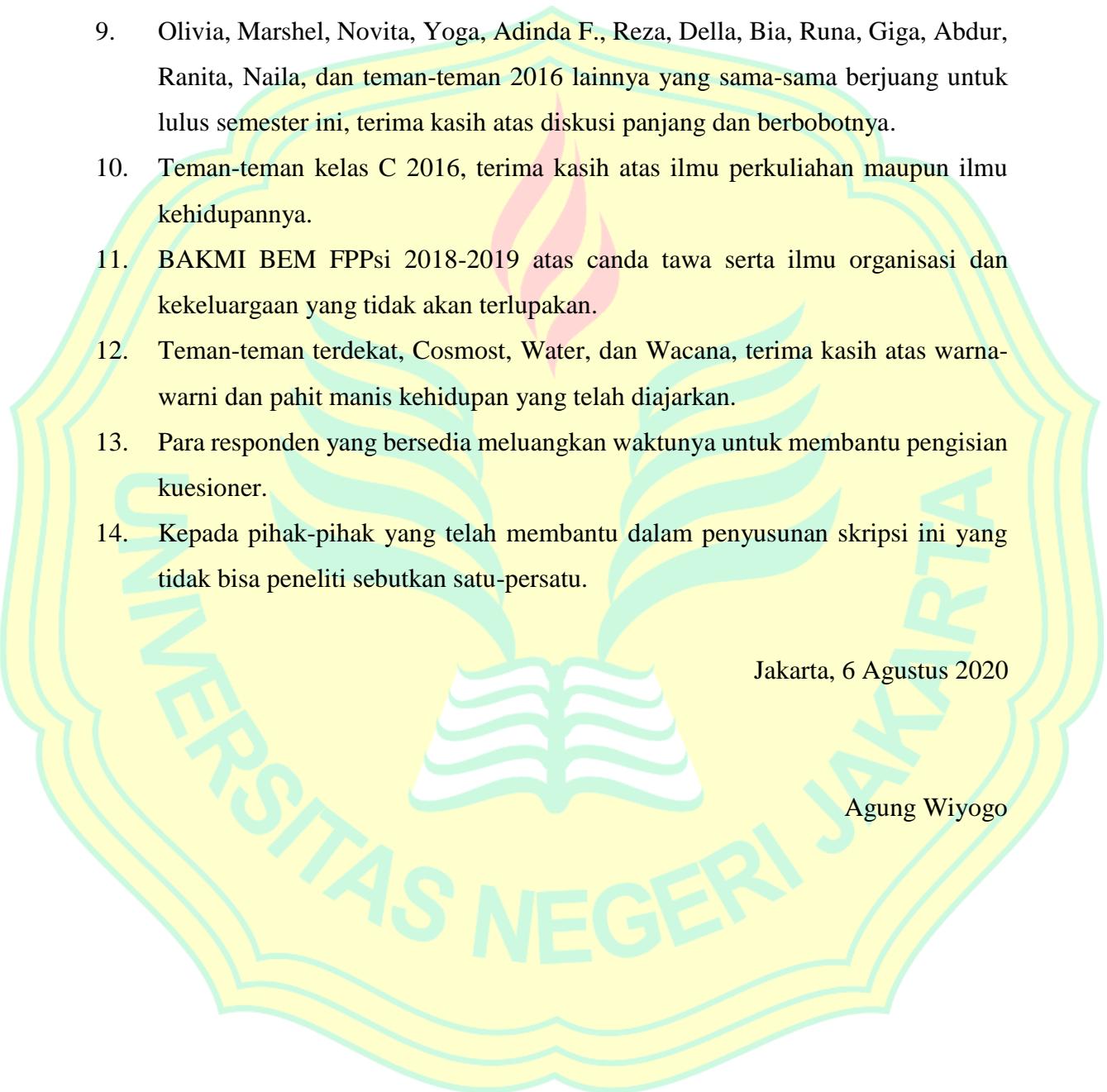
Keywords: *self-monitoring, impulse buying, online shopping, fashion, early adult.*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur selalu dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, ridho, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Hubungan *Self-Monitoring* dengan Pembelian Impulsif dalam Berbelanja *Online* Produk Fesyen pada Konsumen Usia Dewasa Awal” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi (S.Psi) di Universitas Negeri Jakarta. Penulis sangat terbuka atas kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak yang dapat menyempurnakan penelitian ini.

Penyusunan dan penulisan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Gantina Komalasari, M.Psi selaku Dekan Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gumgum Gumelar F. R., M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing satu yang telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
3. Ibu Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi selaku Kepala Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dr. R.A. Fadhalah, M.Si selaku dosen pembimbing kedua yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi arahan bagi peneliti.
5. Seluruh jajaran dosen serta staff administrasi dan karyawan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
6. Papa, Mamah, dan Kak Ita yang selalu memberikan doa dan dukungan bagi peneliti.
7. Hanifah Pusparini Nursatya yang selalu bersedia dihubungi untuk bertukar pikiran dan mendengarkan keluh kesah serta memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi.

- 
8. Firlita Sazqia Putri, M. Faizal, Septian Dwi Rangga, M. Ilham Kamil, Raymond Gilbert, Theresia Widhia, Ragita Pundi, dan Catur Indri yang berperan besar atas penyelesaian skripsi ini, terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.
 9. Olivia, Marshel, Novita, Yoga, Adinda F., Reza, Della, Bia, Runa, Giga, Abdur, Ranita, Naila, dan teman-teman 2016 lainnya yang sama-sama berjuang untuk lulus semester ini, terima kasih atas diskusi panjang dan berbobotnya.
 10. Teman-teman kelas C 2016, terima kasih atas ilmu perkuliahan maupun ilmu kehidupannya.
 11. BAKMI BEM FPPsi 2018-2019 atas canda tawa serta ilmu organisasi dan kekeluargaan yang tidak akan terlupakan.
 12. Teman-teman terdekat, Cosmost, Water, dan Wacana, terima kasih atas warna-warni dan pahit manis kehidupan yang telah diajarkan.
 13. Para responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk membantu pengisian kuesioner.
 14. Kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Jakarta, 6 Agustus 2020

Agung Wiyogo

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBERAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pembelian Impulsif	8
2.1.1 Definisi Pembelian Impulsif	8
2.1.2 Dimensi-dimensi Pembelian Impulsif.....	9
2.1.3 Tipe-tipe Pembelian Impulsif	9
2.1.4 Karakteristik Pembelian Impulsif	10

2.1.5	Faktor-faktor yang Memengaruhi Pembelian Impulsif	11
2.2	<i>Self-Monitoring</i>	13
2.2.1	Definisi <i>Self-Monitoring</i>	13
2.2.2	Aspek-aspek <i>Self-Monitoring</i>	14
2.2.3	Bentuk-bentuk <i>Self-Monitoring</i>	15
2.2.4	Komponen-komponen <i>Self-Monitoring</i>	16
2.2.5	Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Self-Monitoring</i>	16
2.3	Produk Fesyen	17
2.3.1	Definisi Produk Fesyen	17
2.4	Kaitan Antar Variabel.....	18
2.5	Kerangka Pemikiran	20
2.6	Hipotesis	21
2.7	Hasil Penelitian yang Relevan.....	21
2.6.1	Penelitian oleh Ni Made Desi Ernayanti & Adijanti Marheni (2019).....	21
2.6.2	Penelitian oleh Mira Prabasita Pudyastari (2019)	22
2.6.3	Penelitian oleh Ferlinda Rindy Febrianty (2019)	22
2.6.4	Penelitian oleh W. Maryati, S. Hartini dan G.C. Premananto (2019).....	23
2.6.5	Penelitian oleh Christine Devita (2015).....	23
2.6.6	Penelitian oleh Ayunda Dewi Triana, Sri Fatmawati, dan Andi Supandi Suaid Koentary (2014).....	24
	BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1	Tipe Penelitian	25
3.2	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	25
3.2.1	Definisi Konseptual.....	26
3.2.2	Definisi Operasional.....	26
3.3	Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1	Populasi	27
3.3.2	Sampel	27
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	27

3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.4.1	Instrumen <i>Self-Monitoring</i>	29
3.4.2	Instrumen Pembelian Impulsif	30
3.5	Uji Coba Instrumen	31
3.5.1	Uji Coba Instrumen <i>Self-Monitoring</i>	32
3.5.2	Uji Coba Instrumen Pembelian Impulsif	34
3.6	Analisis Data.....	35
3.6.1	Uji Statistik.....	35
3.6.2	Hipotesis Statistik.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37	
4.1	Gambaran Subjek Penelitian	37
4.1.1.	Gambaran Subjek Berdasarkan Usia	37
4.1.2.	Gambaran Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.1.3.	Gambaran Subjek Berdasarkan Domisili.....	40
4.1.4.	Gambaran Subjek Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.1.5.	Gambaran Subjek Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	42
4.1.6.	Gambaran Subjek Berdasarkan <i>Platform</i> yang paling sering digunakan	43
4.1.7.	Gambaran Subjek Berdasarkan Jangka Waktu Berbelanja .. di <i>E-Commerce/Onlineshop</i>	45
4.2	Prosedur Penelitian	46
4.2.1.	Persiapan Penelitian	46
4.2.2.	Pelaksanaan Penelitian	47
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian.....	48
4.3.1.	Data Deskriptif <i>Self-Monitoring</i>	48
4.3.2.	Data Deskriptif Pembelian Impulsif	56
4.3.3.	Uji Normalitas	65
4.3.4.	Uji Linearitas.....	66
4.3.5.	Uji Korelasi	67

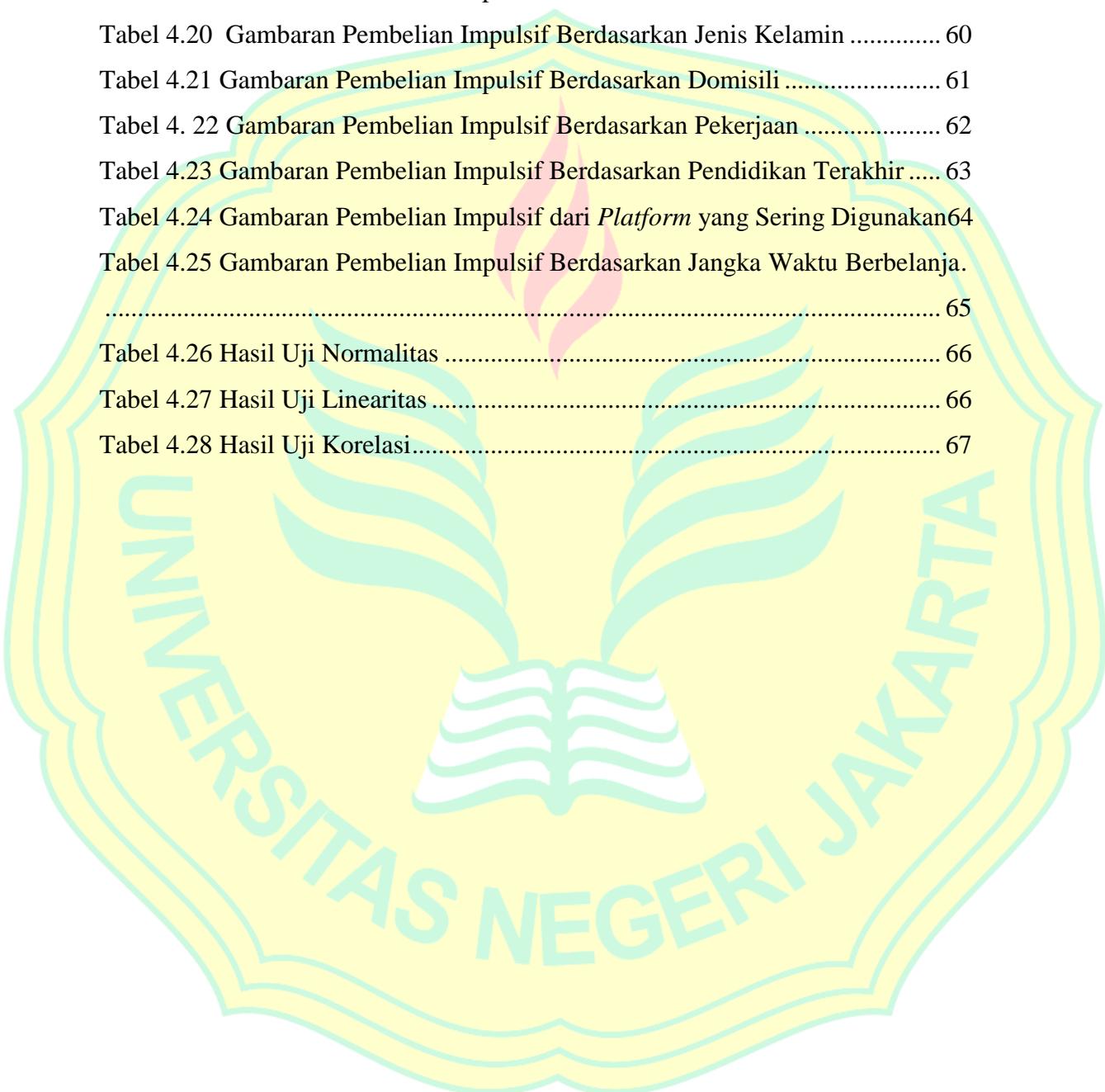
4.3.6. Uji Hipotesis.....	68
4.4 Pembahasan	68
4.5 Keterbatasan Penelitian	70
BAB V KESIMPULAN IMPLIKASI DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Implikasi	72
5.3 Saran	72
5.3.1 Bagi Usia Dewasa Awal	73
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	80



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Keterangan Jawaban Instrumen <i>Self-Monitoring</i>	29
Tabel 3.2 Kisi-kisi Skala Pengukuran (Blue print) <i>Self-Monitoring</i>	30
Tabel 3.3 Keterangan Jawaban Instrumen Pembelian Impulsif	31
Tabel 3.4 Kisi-kisi Skala Pengukuran (Blue print) Pembelian Impulsif	31
Tabel 3.5 Kaidah Reliabilitas oleh Guilford	32
Tabel 3.6 Kisi-kisi Uji Coba Instrumen <i>Self-Monitoring</i>	33
Tabel 3.7 Kisi-kisi Final Instrumen <i>Self-Monitoring</i>	33
Tabel 3.8 Kisi-kisi Uji Coba Instrumen Pembelian Impulsif	34
Tabel 3.9 Kisi-kisi Final Instrumen Pembelian Impulsif.....	35
Tabel 4.1 Distribusi Usia Subjek Penelitian	37
Tabel 4. 2 Distribusi Jenis Kelamin Subjek Penelitian.....	39
Tabel 4.3 Distribusi Domisili Subjek Penelitian.....	40
Tabel 4.4 Distribusi Pekerjaan Subjek Penelitian.....	41
Tabel 4.5 Distribusi Pendidikan Terakhir Subjek Penelitian.....	42
Tabel 4.6 Distribusi Platform yang paling sering digunakan Subjek Penelitian ...	44
Tabel 4.7 Distribusi Subjek Berdasarkan Intensitas Berbelanja.....	45
Tabel 4.8 Distribusi Deskriptif <i>Self-Monitoring</i>	48
Tabel 4.9 Kategorisasi Skor <i>Self-Monitoring</i>	50
Tabel 4.10 Gambaran <i>Self-Monitoring</i> Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.11 Gambaran <i>Self-Monitoring</i> Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.12 Gambaran <i>Self-Monitoring</i> Berdasarkan Domisili	52
Tabel 4.13 Gambaran <i>Self-Monitoring</i> Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.14 Gambaran <i>Self-Monitoring</i> Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Tabel 4. 15 Gambaran <i>Self-Monitoring</i> dari <i>Platform</i> yang Sering Digunakan....	55
Tabel 4.16 Gambaran <i>Self-Monitoring</i> Berdasarkan Jangka Waktu Berbelanja...	55

Tabel 4.17 Distribusi Desktipsif Pembelian Impulsif.....	56
Tabel 4.18 Kategorisasi Skor Pembelian Impulsif	58
Tabel 4.19 Gambaran Pembelian Impulsif Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.20 Gambaran Pembelian Impulsif Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.21 Gambaran Pembelian Impulsif Berdasarkan Domisili	61
Tabel 4. 22 Gambaran Pembelian Impulsif Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.23 Gambaran Pembelian Impulsif Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.24 Gambaran Pembelian Impulsif dari <i>Platform</i> yang Sering Digunakan	64
Tabel 4.25 Gambaran Pembelian Impulsif Berdasarkan Jangka Waktu Berbelanja.	
.....	65
Tabel 4.26 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.27 Hasil Uji Linearitas	66
Tabel 4.28 Hasil Uji Korelasi.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Usia	39
Gambar 4.2 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Gambar 4.3 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Domisili	41
Gambar 4.4 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Gambar 4.5 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Gambar 4.6 Distribusi Jumlah Responden dari <i>Platform</i> yang Sering Digunakan	44
Gambar 4.7 Distribusi Jumlah Responden Berdasarkan Jangka Waktu Berbelanja.	
.....	46
Gambar 4.8 Data Deskriptif <i>Self-Monitoring</i>	49
Gambar 4.9 Data Deskriptif Pembelian Impulsif	57
Gambar 4.10 Linearitas <i>Self-Monitoring</i> dengan Pembelian Impulsif	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Analisis Uji Coba.....	83
Lampiran 3 Analisis Data.....	85
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	93

