

**PENGARUH TIPE KEPERIBADIAN *BIG FIVE* TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION
MELALUI *E-COMMERCE* (S) PADA PEREMPUAN DEWASA
AWAL.**



Disusun Oleh :

Nico Sugiarto

1801618114

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh

Gelar Sarjana Psikologi

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

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

“PENGARUH TIPE KEPRIBADIAN BIG FIVE TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION MELALUI E-COMMERCE (S)
PADA PEREMPUAN DEWASA AWAL.”

Nama Mahasiswa : Nico Sugiarto
 Nomor Registrasi : 1801618114
 Jurusan/Program Studi : Psikologi
 Tanggal Ujian : 1 Agustus 2022

Pembimbing I





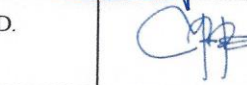
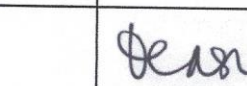
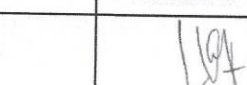
Dwi Kencana Wulan, M.Psi
 NIP. 198212122014042001

Pembimbing II



Adhissa Qonita, M.Psi
 NIP. 199211032020122016

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Tandatangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Si (Penanggungjawab)*		8 sept 2022
Dr. Gungum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)**		7 sept 2022
Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D. (Ketua Penguji)**		31 Agustus 2022
Deasyanti, Ph.D. (Anggota)****		31 Agustus 2022
Lupi Yudhaningrum, M.Psi (Anggota)****		31 Agustus 2022

Catatan:

*Dekan FPPsi

**Wakil Dekan I

***Ketua Penguji

****Dekan Fakultas Psikologi

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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

Nama : Nico Sugiarto

NIM : 1801618114

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Pengaruh Tipe Kepribadian Big Five terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion melalui *E-commerce* (S) pada Perempuan Dewasa Awal” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Februari sampai dengan bulan Agustus 2022.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

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

Jakarta, 10 September 2022

Yang Membuat Pernyataan



(Nico Sugiarto)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al- Insyirah: 5-6)

“It,s not selfish to love yourself, take care of yourself, and make your happiness a priorit. It,s necessary.”

(Mandy Hale)

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, keluarga, dan orang-orang terkasih di sekeliling saya yang selama ini selalu memberikan kasih sayang tiada henti, selalu ada untuk menyemangati, memotivasi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini .

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nico Sugiarto
NIM : 1801618114
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 Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“ Pengaruh Tipe Kepribadian Big Five terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion melalui *E-commerce* (S) pada Perempuan Dewasa Awal”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 : 10 September 2022

Yang menyatakan



(Nico Sugiarto)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



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 : Nico Sugiarto
NIM : 1801618114
Fakultas/Prodi : Psikologi
Alamat email : nicosugiarto91131@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh Tipe Kepribadian Big Five terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion melalui E-commerce (S) pada Perempuan Dewasa Awal

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif 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, 10 September 2022

Penulis



(Nico Sugiarto)

NICO SUGIARTO

PENGARUH TIPE KEPRIBADIAN BIG FIVE TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION MELALUI E-COMMERCE (S)
PADA PEREMPUAN DEWASA AWAL.

SKRIPSI

Jakarta: Program Studi Psikologi

Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Tipe Kepribadian *Big five* terhadap Pembelian Impulsif Pada Perempuan Dewasa Awal yang berbelanja di *e-commerce* (S). Subjek penelitian ini berjumlah 206 responden yang berusia 20-40 tahun dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner yang terdiri dari dua alat ukur, yaitu tipe *kepribadian big five* diukur menggunakan *instrumen Big Five Inventory* yang disusun oleh Neila Ramdhani (2012) dan untuk mengukur pembelian impulsif diukur menggunakan *instrumen The Impulse Buying Tendency Scale* yang disusun oleh Verplanken dan Herabadi (2001). Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa *trait conscientiousness* berpengaruh negatif terhadap perilaku pembelian impulsif. Sedangkan pada *trait neuroticism, extraversion, openness to experience*, dan *agreeableness* tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif. *Trait Conscientiousness* berpengaruh terhadap pembelian impulsif dengan nilai r sebesar 0.128.

Kata kunci : Pembelian Impulsif, tipe kepribadian *big five*, dewasa awal.

NICO SUGIARTO

**THE INFLUENCE OF BIG FIVE PERSONALITY TYPES ON IMPULSIVE
PURCHASE BEHAVIOR OF FASHION PRODUCTS THROUGH E-
COMMERCE (S) IN EARLY ADULT WOMEN.**

Thesis

Jakarta: Psychology Study Program

Faculty of Psychology Education, Jakarta State University

2022

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the Big Five Personality Type on Impulsive Purchases in Early Adult Women who shop at e-commerce (S). The subjects of this study amounted to 206 respondents aged 20-40 years using purposive sampling technique. Data collection was carried out using a questionnaire consisting of two measuring tools, namely the big five personality type measured using the Big Five Inventory instrument compiled by Neila Ramdhani (2012) and to measure impulse buying was measured using the Impulse Buying Tendency Scale instrument compiled by Verplanken and Herabadi. (2001). Data analysis in this study using multiple linear regression analysis showed that the conscientiousness trait has a negative effect on impulsive buying behavior. Meanwhile, the neuroticism, extraversion, openness to experience, and agreeableness traits have no effect on impulse buying. Trait Conscientiousness has an effect on impulse buying with an r value of 0.128.

Keywords: Impulsive buying, Big Five Personality Type, Early Adulthood.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat berhasil untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi berjudul “PENGARUH TIPE KEPERIBADIAN *BIG FIVE* TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK FASHION MELALUI *E-COMMERCE* (S) PADA PEREMPUAN DEWASA AWAL” ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Psikologi di Universitas Negeri Jakarta.

Dalam Penyusunan dan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa tidak terlepas dari keterlibatan banyak pihak yang bersedia memberikan bantuan, membimbing, meluangkan waktu, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi selaku Dekan Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gungum Gumelar, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D Wakil Dekan II Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, dan Ibu Mira Ariyani, Ph.D selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi selaku Kepala Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dwi Kencana Wulan, M.Psi selaku Dosen Pembimbing I yang sangat sabar memberikan saran, motivasi dan semangat selama proses penyelesaian skripsi.
5. Ibu Adhissa Qonita, M.Psi selaku Dosen Pembimbing II yang sangat sabar memberikan saran, dan semangat selama proses penyelesaian skripsi

6. Ibu Santi Yudhistira, M. Psi selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan informasi, masukan, dan dukungan selama masa perkuliahan di Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta..

7. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.

8. Bapak dan Ibu staf tata usaha dan administrasi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu berbagai keperluan administrasi dan surat menyurat selama menjalani perkuliahan.

9. Kepada keluarga penulis yaitu Ibu, Bapak, Mas Andri, Mba Lina, dan Mba Ratna yang selalu mendengarkan keluh kesah, mendoakan, memberi restu, semangat, motivasi, dukungan materi dan memberikan kasih sayang kepada penulis. Tiada hentinya penulis bersyukur kepada keluarga yang selalu memberikan *support* selama menempuh pendidikan.

10. Kepada Akbar Aditya A, Muhammad Rifky Fatihah, Immanuel Nehemia, Muhammad Salman Alfarisi, dan Danta Arkana, terima kasih atas segala waktu, bantuan, canda tawa, sudah membantu melewati segala kegiatan dalam suka dan duka selama perkuliahan. Terima kasih karena sudah menjadi tempat untuk bertukar pikiran, serta banyaknya memori dan pengalaman yang di berikan penulis belajar banyak hal dari kalian semua.

11. Sahabat terkasih, Farah Annisa Putri, yang selalu ada untuk saya dan membantu saya untuk senantiasa berkembang menjadi individu yang lebih baik.

12. Kepada teman seperbimbingan dan sepayungan skripsi yaitu Raihan Nadhif, Bustomi Heryanto, Tasya Nabillah, Tifanny, Faradina, Julius, Fanni, Sarah, dan Nadhira, terima kasih atas semangat, keluh kesah, dan *support* dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Teman-teman angkatan 2018 yang telah menjadi tempat peneliti untuk berkembang, berbagi pengalaman serta berproses selama masa perkuliahan.

14. Kakak-abang angkatan 2017 dan 2016 yang telah membantu peneliti, meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman dan menjawab pertanyaan peneliti terkait penelitian.

15. Seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan menyebarkan kuesioner penelitian ini.

16. Kepada teman-teman dimasa sekolah Fathan Fauzi, Fiqih Habibie, Maulana Yusuf, Patrick Aruan, Muhammad Alif Fauzan dan Welly refaldo terima kasih atas segala waktu, bantuan, canda tawa, sudah membantu melewati segala kegiatan dalam suka dan duka selama saya Menyusun skripsi. Terima kasih karena sudah menjadi tempat untuk bertukar pikiran, serta banyaknya memori dan pengalaman yang di berikan.

17. Kepada seluruh pihak yang tanpa disadari terlibat membantu menyelesaikan skripsi ini yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu.

Bekasi, 27 Juli 2022

Nico Sugiarto

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pembelian Impulsif	8
2.1.1 Definisi Pembelian Impulsif	8
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif	9
2.1.3 Karakteristik Pembelian Impulsif	10
2.1.4 Dimensi Pembelian Impulsif	11

2.1.5	Tipe-tipe Pembelian Impulsif.....	12
2.2	Kepribadian	13
2.2.1	Definisi Kepribadian	13
2.2.2	Tipe Kepribadian <i>Big Five</i>	14
2.2.3	Trait Tipe Kepribadian Big Five	15
2.3	Dewasa Awal.....	18
2.3.1	Definisi Dewasa Awal	18
2.3.2	Ciri-ciri Dewasa Awal.....	19
2.3.3	Tugas Perkembangan Dewasa Awal.....	20
2.4	Hubungan Pembelian Impulsif dan Kepribadian	22
2.5	Kerangka Pemikiran	23
2.6	Hipotesis Penelitian.....	25
2.7	Hasil Penelitian yang Relevan.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Tipe Penelitian.....	28
3.2	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	28
3.2.1	<i>Identifikasi Variabel Penelitian</i>	28
3.2.1.1	<i>Variabel Terikat (Dependent)</i>	28
3.2.1.2	<i>Variabel Bebas (Independent)</i>	29
3.2.2	Definisi Konseptual.....	29
3.2.2.1	<i>Pembelian Impulsif</i>	29
3.2.2.2	<i>Tipe Kepribadian Big Five</i>	29
3.2.3	Definisi Operasional	29
3.2.3.1	<i>Pembelian Impulsif</i>	29
3.2.3.2	<i>Tipe Kepribadian Big Five</i>	30
3.3	Populasi dan Sampel atau Subjek Penelitian.....	30
3.3.1	Populasi.....	30
3.3.2	Sampel.....	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1	<i>Instrumen Penelitian</i>	32
3.4.1.1	<i>Instrumen Pembelian Impulsif</i>	32

3.4.1.2	<i>Instrumen Penelitian Tipe Kepribadian Big Five</i>	33
3.4.2	Uji Coba Reliabilitas dan Validitas <i>Instrumen Penelitian</i>	35
3.4.2.1	<i>Uji Coba Reliabilitas dan Validitas Instrumen Pembelian Impulsif</i> 35	
3.4.2.2	<i>Uji Coba Reliabilitas dan Validitas Instrumen Tipe Kepribadian Big Five</i> 38	
3.5	Analisis Deskriptif.....	44
3.5.1	Uji Normalitas.....	45
3.5.2	Uji Linieritas	45
3.5.3	Uji Multikolonieritas.....	45
3.5.4	Uji Korelasi.....	45
3.5.5	Uji Analisis Regresi	46
3.5.6	Uji Hipotesis	46
BAB IV	PEMBAHASAN.....	48
4.1	Gambaran Responden Penelitian.....	48
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.2.	Gambaran Responden Berdasarkann Domisili.....	49
4.1.3.	Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	50
4.2	Prosedur Penelitian.....	51
4.2.1.	Persiapan Penelitian	51
4.2.2.	Pelaksanaan Penelitian	52
4.3.	Hasil Analisis Data Penelitian.....	53
4.3.1	Data Deskriptif Pembelian Impulsif.....	53
4.3.1.1	Kategorisasi Pembelian Impulsif.....	54
4.3.2	Data Deskriptif Tipe Kepribadian <i>Big Five</i>	55
4.3.2.1	Kategorisasi Tipe Kepribadian Big Five.....	59
4.3.3	Uji Normalitas.....	61
4.3.4	Uji Linieritas	62
4.3.5	Uji Multikolinearitas	63
4.3.6	Uji Korelasi	64
4.3.7	Uji Hipotesis	66
4.4	Pembahasan	69

4.5	Keterbatasan Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Implikasi.....	72
5.3	Saran.....	73
5.3.1	Saran untuk responden penelitian.....	73
5.3.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	73
DAFTAR PUSTAKA		74
DAFTAR LAMPIRAN		78



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Costa and McCrae's Five Factor Model of Personality	17
Tabel 3.1 Norma Skor Instrumen Pembelian Impulsif	32
Tabel 3.2 Blue Print Pembelian Impulsif	33
Tabel 3. 3 Norma Skor Instrumen Tipe Kepribadian Big Five	34
Tabel 3. 4 Blue Print Tipe Kepribadian Big Five	34
Tabel 3. 5 Tabel Kaidah Reliabilitas Guildford	36
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Instrumen Pembelian Impulsif	36
Tabel 3. 7 Hasil Uji Daya Validitas Instrumen Pembelian Impulsif	37
Tabel 3. 8 Blueprint final instrumen Impulsive Buying Tendency	38
Tabel 3. 9 Kaidah Reliabilitas Guildford	39
Tabel 3. 10 Uji Reliabilitas Instrumen Tipe Kepribadian Big five	40
Tabel 3. 11 Hasil Uji Coba Validitas	40
Tabel 3. 12 Blueprint final instrumen Tipe Kepribadian Big Five	44
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Domisili	49
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	50
Tabel 4.4 Data Deskriptif Pembelian Impulsif	53
Tabel 4.5 Kategorisasi Pembelian Impulsif	54
Tabel 4.6 Data Deskriptif Tipe Kepribadian Big Five	55
Tabel 4. 7 Kategorisasi Tipe Kepribadian Big Five	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas trait Kepribadian big five	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas	62
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Korelasi	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Berganda	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Persamaan Regresi	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinisasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	49
Gambar 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Domisili	50
Gambar 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	51
Gambar 4.4 Histogram Pembelian Impulsif.....	54
Gambar 4.5 Grafik Histogram Trait Neuroticism.....	56
Gambar 4.6 Grafik Histogram Trait Extraversion	57
Gambar 4.7 Grafik Histogram Trait Openness to Experience	57
Gambar 4.8 Grafik Histogram Trait Agreeableness	58
Gambar 4.9 Grafik Histogram Trait Conscientiousness.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Pembelian Impulsif dan Tipe Kepribadian Big Five	78
Lampiran 2 Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas Tipe Kepribadian Big Five	78
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pembelian Impulsif	83
Lampiran 4 Uji Normalitas	84
Lampiran 5 Uji Linearitas	85
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas	86
Lampiran 7 Uji Korelasi	86
Lampiran 8 Kategorisasi Tipe Kepribadian Big Five dan Pembelian Impulsif	87
Lampiran 9 Uji Hipotesis	88
Lampiran 10 Tabel Deskriptif Tipe Kepribadian Big Five dan Pembelian Impulsif	90
Lampiran 11 Gambaran Responden	90
Lampiran 12 Riwayat Hidup	92

