

SKRIPSI

**PENGARUH REGULASI EMOSI TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF MELALUI *E-COMMERCE* PADA PENGGUNA
*PAYLATER***



**SAFIRAH MARIAH SYAHRUL
1504618045**

**PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Regulasi Emosi terhadap Pembelian Impulsif
melalui *E-commerce* pada Pengguna *Paylater*
Penyusun : Safirah Mariah Syahrul
NIM : 1504618045
Pembimbing I : Vania Zulfa, M.Pd
Pembimbing II : Dr. Hamiyati, M.Si
Tanggal Sidang : 16 Juli 2024

Disetujui oleh:
Pembimbing I, Pembimbing II,



Vania Zulfa, S.Pd, M.Pd
NIP 199305142019032025



Dr. Hamiyati, M.Si
NIP 195906041984032001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga



Elmanora, S.Si, M.Si
NIP 199003082019032019

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Regulasi Emosi terhadap Pembelian Impulsif
melalui *E-commerce* pada Pengguna *Paylater*
Penyusun : Safirah Mariah Syahrul
NIM : 1504618045

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Vania Zulfa, S.Pd, M.Pd
NIP 199305142019032025



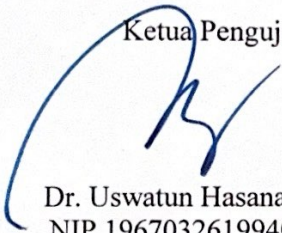
Dr. Hamiyati, M.Si
NIP 195906041984032001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi:

Ketua Penguji,

Anggota Penguji I,

Anggota Penguji II,



Dr. Uswatun Hasanah, M.Si
NIP 196703261994032001



Hurriyyatun Kabbaro, S.Si, M.Si
NIP 199204252022032008



Elmanora, M.Si
NIP 199003082019032019

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga



Elmanora, S.Si, M.Si
NIP 199003082019032019

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Juli 2024
Yang membuat pernyataan



Safirah Mariah Syahrul
Safirah Mariah Syahrul
1504618045



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
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 : Safirah Mariah Syahrul
NIM : 1504618045
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Kesejahteraan Keluarga
Alamat email : sfmariah@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 Regulasi Emosi terhadap Pembelian Impulsif melalui *E-Commerce* pada Pengguna *Paylater*

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, 29 Juli 2024

Penulis

(Safirah Mariah Syahrul)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Regulasi Emosi terhadap Pembelian Impulsif melalui *E-commerce* pada Pengguna *Paylater*”, yang merupakan salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Negeri Jakarta.

Saya menyadari bahwa keberhasilan dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan yang datang dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan rasa hormat dan kerendahan hati, izinkan saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta sekaligus Ketua Penguji yang telah memberikan saran dan masukannya selama sidang skripsi.
2. Elmanora, S.Si, M.Si selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga sekaligus Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan masukannya selama sidang skripsi.
3. Vania Zulfa, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I yang selalu membimbing dan memberikan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Dr. Hamiyati, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang selalu membimbing dan memberikan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Hurriyyatun Kabbaro, S.Si, M.Si selaku Dosen Validator Instrumen sekaligus Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan masukannya selama validasi instrumen dan sidang skripsi.
6. Maya Oktaviani, S.Pd, M.Pd selaku Dosen Validator yang telah memberikan saran dan masukannya selama validasi instrumen.
7. Dosen dan staff Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga yang telah memberikan ilmu dan kelancaran pelayanan dalam urusan akademik dengan ikhlas dan sepuh hati.
8. Kedua orangtua saya dan keluarga yang selalu mendoakan, memberikan motivasi, saran, dan sumber kekuatan untuk mendukung disetiap langkah yang saya jalani.
9. Zefri Kurniawan yang selalu support dan meluangkan waktunya untuk menemani saya selama proses penyusunan skripsi.
10. Seluruh sahabat dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, saran, dan motivasi dalam menyusun proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Demi perbaikan selanjutnya, penulis membutuhkan saran dan kritik yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 26 Juli 2024

Penulis



Safirah Mariah Syahrul
1504618045

PENGARUH REGULASI EMOSI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI *E-COMMERCE* PADA PENGGUNA *PAYLATER*

Safirah Mariah Syahrul

Dosen Pembimbing: Vania Zulfa, S.Pd., M.Pd dan Dr. Hamiyati, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh regulasi emosi terhadap pembelian impulsif. Penelitian dilakukan bulai Mei sampai Juni tahun 2024. Sampel pada penelitian ini berjumlah 150 orang yang ditentukan dengan teknik *nonprobability sampling* metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Instrumen *Difficulties in Emotion Regulation* digunakan untuk mengukur regulasi emosi. Instrumen *Impulsif Buying Tendency Scale* digunakan untuk mengukur pembelian impulsif. Hasil analisis data menunjukkan adanya hubungan antara regulasi emosi dengan pembelian impulsif yang bersifat negatif dengan nilai -0.442. Diperoleh model persamaan regresi $\hat{Y} = 87.354 - 0.386X$, hal ini berarti jika variabel regulasi emosi dinaikan satu satuan, maka variabel pembelian impulsif akan mengalami penurunan sebesar 0.386 pada konstanta 87.354. Kemudian, uji signifikansi persamaan regresi diperoleh sebesar diperoleh $F_{hit} (b/a) = 35.836$ dan $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$ maka diambil keputusan tolak H_0 , terima H_1 . Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara regulasi emosi dengan pembelian impulsif.

Kata Kunci: *e-commerce*, *paylater*, pembelian impulsif, regulasi emosi.

**THE EFFECT OF EMOTIONAL REGULATION ON IMPULSIVE BUYING
VIA E-COMMERCE AMONG PAYLATER USERS.**

Safirah Mariah Syahrul,

Thesis Supervisor: Vania Zulfa, S.Pd., M.Pd and Dr. Hamiyati, M.Si

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of emotional regulation on impulsive buying. The research was conducted from May to June 2024. The sample in this study was 150 people who were determined using a non-probability sampling technique using a purposive sampling method. Data collection uses a questionnaire. The Difficulties in Emotion Regulation instrument is used to measure emotion regulation. The Impulsive Buying Tendency Scale instrument is used to measure impulsive buying. The results of data analysis show that there is a relationship between emotional regulation and negative impulse buying with a value of -0.442. The regression equation model obtained $\hat{Y} = 87.354 - 0.386X$, this means that if the emotional regulation variable is increased by one unit, the impulsive buying variable will decrease by 0.386 at a constant of 87.354. Then, to test the significance of the regression equation, it was obtained that $F_{hit} (b/a) = 35.836$ and $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$, then the decision was taken to reject H_0 , accept H_1 . These results indicate that there is an influence between emotional regulation and impulsive buying.

Keywords: *e-commerce, emotional regulation, impulse buying, paylater.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Kegunaan Hasil Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8
BAB II KAJIAN TEORETIK	9
2.1 Deskripsi Konseptual	9
2.1.1 Definisi Pembelian Impulsif.....	9
2.1.2 Definisi Regulasi Emosi.....	14
2.1.3 Definisi <i>E-Commerce</i>	18
2.1.4 Definisi Dewasa Awal.....	19
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	20
2.3 Kerangka Teoritik	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Tujuan Penelitian.....	25
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.3 Metode Penelitian.....	25
3.4 Populasi dan Sampel	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5.1 Instrumen Pembelian Impulsif	27
3.5.2 Instrumen Regulasi Emosi.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	33
3.6.2 Uji Prasyarat	33
3.6.3 Uji Hipotesis.....	35
3.7 Hipotesis Statistika.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Deskripsi Data	38
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	38
4.1.2 Deskripsi Data Variabel Penelitian	41
4.1.3 Regulasi Emosi dan Pembelian Impulsif Berdasarkan Karakteristik Responden	59
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	71
4.2.1 Uji Normalitas	72
4.2.2 Uji Linearitas	72
4.3 Pengujian Hipotesis	73
4.3.1 Uji Korelasi	73
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi.....	74
4.3.3 Uji Persamaan Regresi	74
4.3.4 Uji Signifikansi Regresi	75
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	75
4.5 Keterbatasan Penelitian	81
 BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	 82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Implikasi.....	82
5.3 Saran.....	82
 DAFTAR PUSTAKA	 83
 LAMPIRAN.....	 87
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	 101

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
3.1	Kisi-kisi instrumen variabel pembelian impulsif	27
3.2	Pedoman skoring menggunakan <i>likert</i> variabel pembelian impulsif	28
3.3	Kisi-kisi instrumen variabel regulasi emosi	30
3.4	Pedoman skoring menggunakan <i>likert</i> variabel regulasi emosi	32
4.1	Sebaran responden berdasarkan tanggapan untuk pernyataan pada dimensi hedonisme	41
4.2	Sebaran responden berdasarkan kategorisasi dimensi hedonisme	42
4.3	Sebaran responden berdasarkan tanggapan untuk pernyataan dimensi kemampuan kognitif	42
4.4	Sebaran responden berdasarkan kategorisasi dimensi kemampuan kognitif	44
4.5	Sebaran responden berdasarkan tanggapan untuk pernyataan dimensi pembelian tidak terencana	44
4.6	Sebaran responden berdasarkan kategorisasi dimensi pembelian tidak terencana	46
4.7	Sebaran responden berdasarkan tanggapan untuk pernyataan kesadaran dalam respons emosi	47
4.8	Sebaran responden berdasarkan kategorisasi dimensi kesadaran dalam respons emosi	48
4.9	Sebaran responden berdasarkan tanggapan untuk dimensi kemampuan dalam menginterpretasi respons emosional	49
4.10	Sebaran responden berdasarkan kategorisasi dimensi kemampuan dalam menginterpretasi respons emosional	50
4.11	Sebaran responden berdasarkan tanggapan untuk dimensi penerimaan terhadap respons emosi	50
4.12	Sebaran responden berdasarkan kategorisasi dimensi penerimaan terhadap respons emosi	51
4.13	Sebaran responden berdasarkan tanggapan untuk pernyataan dimensi kemampuan untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan tujuan	52
4.14	Sebaran responden berdasarkan kategorisasi dimensi kemampuan untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan tujuan	53
4.15	Sebaran responden berdasarkan tanggapan untuk pernyataan dimensi kemampuan mengendalikan dorongan impulsif	54
4.16	Sebaran responden berdasarkan kategorisasi dimensi kemampuan mengendalikan dorongan impulsif	56

4.17	Sebaran responden berdasarkan tanggapan untuk pernyataan dimensi strategi untuk meregulasi emosi dengan efektif	56
4.18	Sebaran responden berdasarkan kategorisasi dimensi strategi untuk meregulasi emosi dengan efektif	58
4.19	Tabulasi silang antara usia dengan pembelian impulsif	59
4.20	Hasil uji chi-square antara usia dengan pembelian impulsif	60
4.21	Tabulasi silang antara jenis kelamin dengan pembelian impulsif	60
4.22	Hasil uji chi-square antara jenis kelamin dengan pembelian impulsif	61
4.23	Tabulasi silang antara kecamatan dengan pembelian impulsif	61
4.24	Hasil uji chi-square antara kecamatan dengan pembelian impulsif	62
4.25	Tabulasi silang antara pekerjaan dengan pembelian impulsif	63
4.26	Hasil uji chi-square antara kecamatan dengan pembelian impulsif	64
4.27	Tabulasi silang antara pendapatan dengan pembelian impulsif	64
4.28	Tabulasi silang antara pendapatan dengan pembelian impulsif	65
4.29	Tabulasi silang antara usia dengan regulasi emosi	65
4.30	Hasil uji chi-square antara usia dengan regulasi emosi	66
4.31	Tabulasi silang antara jenis kelamin dengan regulasi emosi	67
4.32	Hasil uji chi-square antara jenis kelamin dengan regulasi emosi	67
4.33	Tabulasi silang antara kecamatan dengan regulasi emosi	68
4.34	Hasil uji chi-square antara kecamatan dengan regulasi emosi	68
4.35	Tabulasi silang antara pekerjaan dengan regulasi emosi	69
4.36	Hasil uji chi-square antara pekerjaan dengan regulasi emosi	70
4.37	Tabulasi silang antara pendapatan dengan regulasi emosi	71
4.38	Hasil uji chi-square antara pendapatan dengan regulasi emosi	71
4.39	Hasil uji normalitas pembelian impulsif dan regulasi emosi	72

4.40	Hasil uji linearitas	72
4.41	Hasil uji korelasi	73
4.42	Hasil uji koefisien determinasi	74
4.43	Hasil uji persamaan regresi	74
4.44	Hasil uji signifikansi regresi	75



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka teoritik	24
4.1	Diagram batang responden berdasarkan usia	38
4.2	Diagram batang responden berdasarkan jenis kelamin	39
4.3	Diagram batang responden berdasarkan kecamatan	39
4.4	Diagram batang responden berdasarkan pekerjaan	40
4.5	Diagram batang responden berdasarkan pendapatan	40
4.6	Diagram batang pengisian berdasarkan dimensi variabel pembelian impulsif	46
4.7	Diagram batang pengisian berdasarkan dimensi variabel regulasi emosi	58



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
1	Instrumen penelitian	87
2	Kisi-kisi instrumen	91
3	Hasil perhitungan uji coba instrumen	93
4	Surat pernyataan uji validitas	94
5	Data hasil penelitian	96
6	Pengujian persyaratan analisis	98
7	Pengujian hipotesis	100

