

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PADA PENGGUNA SHOPEE PAYLATER**



Oleh:

Sasikirana Rein

1801621225

PSIKOLOGI

SKRIPSI

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

2025

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PADA PENGGUNA SHOPEE PAYLATER**



Intelligentia - Dignitas

Oleh:

Sasikirana Rein

1801621225

PSIKOLOGI

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana

Psikologi

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

2025

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

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PADA PENGGUNA SHOPEE PAYLATER**

Nama Mahasiswa : Sasikirana Rein
NIM : 1801621225
Program Studi : Psikologi
Tanggal Ujian : 25 Juni 2025

Pembimbing I



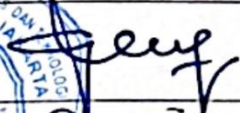
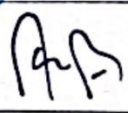
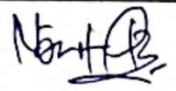
Liza Yudhita Widyastuti, M.Psi, Psikolog
NIP. 199104252022032009

Pembimbing II



Fildzah Rudyah Putri, S.Psi., M.Si
NIP. 199205132022032013

Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Gungum Gumelar, M.Si (Dekan/Penanggung Jawab)		15/7/25
Mira Ariyani, Ph.D (Wakil Dekan/Penanggung Jawab)		21/7/25
Ketua Penguji Dr. Anna Armeini Rangkuti, M.Si		04-07-2025
Dosen Penguji 1 Novitasari R. Damanik, M.Si		4 Juli 2025
Dosen Penguji 2 Syahid Izharuddin, M.Si.		4 Juli 2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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

Nama : Sasikirana Rein

NIM : 1801621225

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Shopee Paylater” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan November sampai dengan bulan Juni 2025.
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, 13 Agustus..... 2025



Sasikirana Rein



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS 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 : Sasikirana Rein
NIM : 1801621225
Fakultas/Prodi : Psikologi / Psikologi
Alamat email : sasikiranarein@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 Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif pada
Pengguna Shopee 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, 13 Agustus 2025

Penulis



nama dan tanda tangan
Sasikirana Rein

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Let go and let God, because everything happens for a reason. Life is not a race-
trust the process, take the risk, and never settle for regret. Always do your best,
and God will do the rest. Dreams stay dreams unless you move, so make it count,
live in peace, and give your all while you still can.”*

- BINI -



Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, serta kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya, sehingga saya dapat berjuang dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

SASIKIRANA REIN

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PADA PENGGUNA SHOPEE PAYLATER**

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas
Negeri Jakarta, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi belanja hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna Shopee PayLater. Layanan PayLater yang memberikan kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran mendorong munculnya perilaku konsumtif yang tidak direncanakan. Dalam konteks ini, penting untuk mengkaji bagaimana dorongan emosional saat berbelanja, seperti motivasi hedonis, dapat memengaruhi kecenderungan melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini melibatkan 300 pengguna aktif Shopee PayLater berusia 18–39 tahun yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen yang digunakan adalah *Hedonic Shopping Motivation Scale (HSMS)* dari Arnold & Reynolds (2003) dan *Impulse Buying Tendency Scale (IBTS)* versi adaptasi dari Herabadi (2003). Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi belanja hedonis memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Artinya, semakin tinggi motivasi hedonis yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berbelanja secara impulsif. Temuan ini menunjukkan pentingnya kesadaran konsumen dalam mengelola dorongan emosional saat berbelanja serta perlunya edukasi finansial dalam penggunaan layanan PayLater.

Kata kunci: motivasi belanja hedonis, pembelian impulsif, Shopee PayLater, pengguna *e-commerce*

SASIKIRANA REIN

**THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING MOTIVATION ON IMPULSIVE
BUYING AMONG SHOPEE PAYLATER USERS**

Ungergraduate Thesis

Jakarta: Major of Psychology, Faculty of Educational Psychology, State

University of Jakarta, 2025

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of hedonic shopping motivation on impulsive buying behavior among Shopee PayLater users. The PayLater service, which offers ease of transactions and flexible payments, can encourage unplanned and excessive consumption behavior. In this context, it is important to explore how emotional drives during shopping, such as hedonic motivation, may influence individuals' tendency to make impulsive purchases. This study involved 300 active Shopee PayLater users aged 18–39 years, selected through purposive sampling. The instruments used were the Hedonic Shopping Motivation Scale (HSMS) by Arnold & Reynolds (2003) and the adapted version of the Impulse Buying Tendency Scale (IBTS) by Herabadi (2003). The results showed that hedonic shopping motivation significantly influenced impulsive buying behavior. In other words, individuals with higher hedonic motivation tend to exhibit a stronger tendency toward impulsive shopping. These findings highlight the importance of consumer awareness in managing emotional shopping triggers and the need for financial literacy in the use of PayLater services.

Keywords: *hedonic shopping motivation, impulsive buying, Shopee PayLater, e-commerce users*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif pada Pengguna Shopee PayLater” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Psikologi pada Program Studi Psikologi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam proses pengerjaan hingga selesai tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dekan Fakultas Psikologi Universitas Negeri Jakarta. Bapak Dr. Gumgum Gumelar F.R., M.Si.
2. Wakil Dekan I, II, dan III. Ibu Mira Ariyani, PhD, Ibu Dr. Lussy Swiutami Wahyuni, M.Pd., dan Bapak Herdiyan Maulana, PhD.
3. Koordinator Program Studi Sarjana Psikologi. Irma Rosalinda Lubis, M.Si., Psikolog.
4. Ibu Liza Yudhita Widyastuti, M.Psi., Psikolog dan Ibu Fildzah Rudyah Putri, S.Psi., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya karena selalu membimbing dan menerima diskusi jika penulis menghadapi kesulitan.
5. Ibu Ratna Dyah Suryaratri, PhD. Selaku dosen penasehat akademik yang telah memberikan bimbingan dan bantuan selama penulis menempuh studi di Fakultas Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak/Ibu dosen di Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu selama proses pembelajaran semasa perkuliahan.
7. Kepada keluarga penulis, yaitu kedua orang tua, kakak, dan kakek yang selalu mendoakan dan selalu memberikan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dan kepada kedua orangtua penulislah skripsi ini

dipersembahkan.

8. Salsabilla dan Dyahtri selaku teman dekat penulis, terimakasih yang sebesar-besarnya karena atas kehadirannya, semangat, dan dukungannya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih karena mau menjadi tempat penulis mengeluh dan selalu meyakinkan penulis bahwa penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada Kanaya Vitto Nabilla, Nashita Citra Safira, dan Eliesa Putri Syodri yang merupakan teman penulis dari sejak penulis duduk dibangku Sekolah Menengah Pertama. Terimakasih yang sebesar-besarnya karena telah menjadi salah satu sumber penyemangat penulis dalam proses pengerjaan skripsi serta selalu menemani penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Ghina Faadhilah Azwir, Frestira Fortuna Hakim, Inayah Asdini Hamsar, Rr. Gendis Putri Kinasih, Vina Siti Avriyani, dan Salamadita Fatima Zahra. Terimakasih banyak sudah menjadi teman seperjuangan selama masa kuliah dari semester tiga sampai sekarang serta suka dan duka yang dilewati bersama. Doa penulis akan selalu menyertai kalian.
11. Kepada Asma Tsalisa dan Tabita Angeline. Terimakasih banyak sudah menjadi teman yang selalu mendukung penulis dan meyakinkan penulis selama proses penyusunan skripsi. Terimakasih banyak karena selalu ada untuk penulis dan membuat kenangan selama masa perkuliahan. Doaku menyertai kalian.
12. Terimakasih banyak kepada Ibu-Ibu Asgar yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu namanya. Terimakasih banyak atas kenangan, suka dan duka, serta dukungannya selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.
13. Kepada Randa Manali, Zuhrah Zulfaa, Bernike Tirsa Safira, dan Rehuel Adonia Dela Abkar. Terimakasih banyak sudah menjadi teman dekat penulis dari sejak menduduki bangku Sekolah Menengah Atas hingga sekarang. Terimakasih untuk semua kenangan manis, caanda tawa, dan dukungannya selama proses penyusunan skripsi.
14. Kepada Monique Malika Az-Zahra, Kayla Aurelya, dan Kayla Julia. Terimakasih banyak sudah menjadi teman pertama penulis pada saat

menduduki semester 1 di Universitas Negeri Jakarta. Terimakasih atas kenangan indah yang telah diberikan, semoga kita memiliki kesempatan untuk berbagi canda tawa kembali. Doaku menyertai kalian.

15. Kepada Daniel, Jeremy, Faras, dan Zyan yang bertemu saat bermain game PUBG Mobile hingga sekarang masih berteman. Terimakasih banyak atas kenangan yang telah dibuat dari saat menunggu pengumuman SBMPTN hingga saat ini terus mendukung penulis dalam proses penyusunan skripsi.
16. Terimakasih banyak kepada teman-teman Kelas D sejak semester satu hingga saat ini yang berjuang bersama-sama untuk penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas memori yang dibuat semasa perkuliahan.
17. Terimakasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
18. Terakhir, untuk penulis yaitu diri saya sendiri. Terimakasih banyak sudah terus berusaha dan tidak menyerah dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih untuk selalu meyakinkan diri sendiri dan terus berjuang dari awal masa perkuliahan hingga saat ini telah menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap segala bentuk kritik dan saran yang konstruktif demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu Psikologi Konsumen, khususnya dalam ranah kajian yang dibahas dalam penelitian ini.

Jakarta, 20 Juni 2025

Sasikirana Rein

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Rumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1. Manfaat Teoritis	9
1.6.2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Pembelian impulsif.....	10
2.1.1. Definisi Pembelian Impulsif	10
2.1.2. Aspek Pembelian impulsif	11
2.1.3. Faktor yang Memengaruhi Pembelian impulsif	11
2.1.4. Alat Ukur Pembelian impulsif	12
2.2. Motivasi Belanja Hedonis.....	13
2.2.1. Definisi Motivasi belanja hedonis.....	13
2.2.2. Dimensi Motivasi Belanja Hedonis.....	14
2.2.3. Faktor yang Memengaruhi Motivasi Belanja Hedonis	15
2.2.4. Alat Ukur Motivasi Belanja Hedonis	16
2.3. Dinamika antara Motivasi Belanja Hedonis dengan Pembelian Impulsif	16
2.4. Kerangka Konseptual	17
2.5. Hipotesis	18
2.6. Penelitian yang Relevan	18
BAB III METODE PENELITIAN	21

3.1.	Tipe Penelitian	21
3.2.	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	21
3.2.1.	Definisi Konseptual.....	21
3.2.2.	Definisi Operasional.....	22
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3.1.	Populasi	22
3.3.2.	Sampel	22
3.4.	Teknik Sampling	23
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.5.1.	Teknik Pengambilan Data.....	24
3.5.2.	Instrumen Penelitian.....	24
3.5.3.	Proses Adopsi Instrumen	27
3.5.4.	Proses Adaptasi Instrumen	28
3.6.	Hasil Uji Coba Instrumen	29
3.6.1.	Uji <i>Corrected Item Total Corellation</i> terhadap Validitas dan Reliabilitas Instrumen	29
3.6.2.	Hasil Uji <i>Corrected Item Total Corellation</i> terhadap Validitas dan Reliabilitas Pembelian Impulsif	30
3.6.3.	Hasil Uji <i>Corrected Item Total Corellation</i> terhadap Validitas dan Reliabilitas Motivasi Belanja Hedonis	32
3.7.	Analisis Data.....	34
3.7.1.	Uji Normalitas.....	34
3.7.2.	Uji Linearitas	34
3.7.3.	Uji Heterokedastisitas.....	34
3.7.4.	Uji Korelasi.....	35
3.7.5.	Uji Analisis Regresi	35
3.8.	Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
4.1.	Gambaran Responden Penelitian	36
4.1.1.	Gambaran Usia Responden.....	36
4.1.2.	Gambaran Jenis Kelamin.....	38
4.1.3.	Gambaran Provinsi Responden.....	38
4.1.4.	Gambaran Pekerjaan	40
4.1.5.	Gambaran Penghasilan	41
4.1.6.	Gambaran Penggunaan Responden Shopee PayLater	42
4.1.7.	Gambaran Transaksi Menggunakan Shopee Paylater	42
4.2.	Prosedur Penelitian.....	43
4.2.1.	Persiapan Penelitian	43
4.2.2.	Pelaksanaan Penelitian	45

4.3.	Hasil Analisis Data Penelitian.....	45
4.3.1.	Hasil Uji Deskriptif	45
4.3.2.	Uji Normalitas.....	46
4.3.3.	Uji Linearitas	47
4.3.4.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
4.3.5.	Hasil Uji Korelasi.....	48
4.3.6.	Hasil Uji Hipotesis	49
4.3.7.	Uji Independent Sample T-Test	50
4.4.	Pembahasan	50
4.5.	Keterbatasan Penelitian	52
BAB V	KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	53
5.1.	Kesimpulan	53
5.2.	Implikasi	53
5.3.	Saran.....	53
5.3.1.	Bagi Penelitian Selanjutnya	53
5.3.2.	Bagi Masyarakat	54
5.3.3.	Bagi Lembaga Pemerintah.....	54
	DAFTAR PUSTAKA	55
	LAMPIRAN	60



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Blueprint <i>Instrumen IBTS</i>	25
Tabel 3.2 Skala Respon IBTS.....	25
Tabel 3.3 <i>Blueprint Instrumen HSMS</i>	26
Tabel 3.4 Skala respon HSMS.....	27
Tabel 3.5 Kategorisasi Realibilitas Azwar	30
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Instumen Pembelian Impulsif	31
Tabel 3.7 Reliabilitas Pembelian Impulsif	32
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Motivasi Belanja Hedonis	32
Tabel 3.9 Reliabilitas Motivasi Belanja Hedonis.....	33
Tabel 4. 1 Gambaran Usia Responden.....	36
Tabel 4. 2 Gambaran Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 3 Gambaran Provinsi Responden.....	39
Tabel 4. 4 Gambaran Pekerjaan Responden.....	40
Tabel 4. 5 Gambaran Penghasilan Responden	41
Tabel 4. 6 Gambaran Penggunaan Responden Shopee PayLater	42
Tabel 4. 7 Gambaran Transaksi Penggunaan Shopee PayLater	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Deskriptif <i>Impulsive Buying</i>	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Deskriptif <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linearitas.....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Korelasi.....	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji Independent Sample T-Test	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	18
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Pembelian Impulsif.....	60
Lampiran 2 Lampiran Instrumen Motivasi Belanja Hedonis.....	62
Lampiran 3 Hasil Expert Judgement Alat Ukur Pembelian Impulsif.....	64
Lampiran 4 Hasil Expert Judgement Alat Ukur Motivasi Belanja Hedonis	65
Lampiran 5 <i>Corrected Item Total Corellation</i> terhadap Validitas Uji Coba	66
Lampiran 6 Lampiran Reliabilitas Uji Coba Instrumen Pembelian Impulsif	66
Lampiran 7 Lampiran <i>Corrected Item Total Corellation</i> terhadap Validitas Uji Coba Instrumen Motivasi Belanja Hedonis	66
Lampiran 8 Lampiran Reliabilitas Uji Coba Instrumen Motivasi Belanja Hedonis	67
Lampiran 9 Lampiran Uji Statistika Dekskriptif.....	67
Lampiran 10 Lampiran Uji Normalitas.....	67
Lampiran 11 Lampiran Uji Coba Linearitas	68
Lampiran 12 Lampiran Uji Coba Heteroskedastisitas	68
Lampiran 13 Lampiran Uji Hipotesis	68
Lampiran 14 Lampiran Uji Regresi Linear	68
Lampiran 15 Lampiran Uji Independent Sample T Test	69