

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA
PEGAWAI WANITA DI KANTOR DINAS PERHUBUNGAN KOTA
SURAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana (S-1) Psikologi



Diajukan Oleh :

Mega Reta Lestari

F.100130229

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2017**

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA
PEGAWAI WANITA DI KANTOR DINAS PERHUBUNGAN KOTA
SURAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana (S-1) Psikologi

Diajukan Oleh :

Mega Reta Lestari

F.100130229

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA
PEGAWAI WANITA DI KANTOR DINAS PERHUBUNGAN KOTA
SURAKARTA**

Diajukan Oleh:

Mega Reta Lestari

F100130229

Telah disetujui untuk di pertahankan

Didepan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh :

Pembimbing



Achmad Dwityanto, S.Psi., M.Si

Surakarta, 25 Maret 2017

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA
PEGAWAI WANITA DI KANTOR DINAS PERHUBUNGAN KOTA
SURAKARTA**

Yang diajukan oleh :

MEGA RETA LESTARI

F.100130229

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada hari Sabtu, 1 April 2017

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Penguji Utama

Achmad Dwityanto, S.Psi., M.Si

Penguji Pendamping I

Taufik Kasturi, S.Psi., M.Si., Ph.D

Penguji Pendamping II

Yudhi Satria, SE., S.Psi., M.Si



Surakarta, 1 April 2017

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan

Taufik Kasturi, S.Psi., M.Si., Ph.D

NIK/NIDN. 799/0629037401

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Reta Lestari

NIM : F100130229

Fakultas / Jurusan : Psikologi / Psikologi

Judul : Hubungan Antara Harga Diri Dengan *Impulsive Buying* Pada Pegawai Wanita Di Kantor Dinas Perhubungan Kota Surakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, bukan merupakan skripsi dari jasa pembuatan skripsi. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima sanksi apabila plagiat dalam menyusun karya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan.

Surakarta, 25 Maret 2017

Yang Menyatakan



Mega Reta Lestari

F100130229

MOTTO

Maka sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

(QS. Al-Insyiraah : 6)

Sukses bukanlah akhir dari segalanya, kegagalan bukanlah sesuatu yang fatal. Namun keberanian untuk meneruskan kehidupanlah yang diperhatikan

(Sir Winston Churchill)

VISI DAN MISI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

VISI

Menjadi pusat pendidikan psikologi yang mengedepankan risalah islam dan budaya
Indonesia

MISI

Menyelenggarakan pendidikan psikologi di tingkat sarjana dan magister psikologi
profesi

Mengembangkan penelitian psikologi yang mendasarkan pada risalah islam dan
budaya Indonesia

Mengembangkan pengabdian kepada masyarakat atas dasar tanggung jawab sosial

Menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan, lembaga penelitian, pemerintah,
dunia usaha dan masyarakat

TUJUAN

Pengelolaan prodi sarjana dan magister profesi yang baik

Menggiatkan pusat studi psikologi Islam dan Indigeneous (CIIP)

Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat secara langsung maupun melalui media

Merintis kerjasama dengan lembaga mitra dan universitas luar negeri

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim

Persembahan ini untuk:

- ❖ Kedua orang tua tercinta, Mama dan Bapak yang selalu memberikan do'a, bimbingan, dukungan dan semangat yang tiada henti.
- ❖ Ketiga kakak tercinta yang selalu memberikan do'a, dukungan dan semangat.
- ❖ Sahabat-sahabat tercinta yang selalu memberikan semangat.
- ❖ Almamater Fakultas Psikologi

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatu

Penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Hubungan Antara harga Diri dengan *Impulsive Buying*”.

Selesaiannya skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Taufik, M.Si, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Ibu Dra. Yayah Khisbiyah, MA, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan banyak arahan dan masukan dalam proses akademik penulis.
3. Bapak Achmad Dwityanto, S.Psi, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, arahan, petunjuk demi terselesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu, serta staff tata usaha yang membantu kelancaran penulisan skripsi ini.

5. Mama dan bapak, yang selalu memberikandoa, motivasi, dukungan dan semangat yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan.
6. Ketiga kakak penulis (Lia, Tomy, Mery) yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tiada henti kepada penulis.
7. Sahabat-sahabat tersayang Lauditta, Anggita, dan Farikah terima kasih untuk persahabatan yang luar biasa dari awal kuliah hingga sekarang. Terimakasih sudah mau berbagi suka duka, serta selalu memberikan dukungan dan bantuannya selama ini.
8. Seluruh asisten Mata Kuliah Praktikum Observasi dan Interviu, terima kasih atas dukungannya. Terkhusus untuk Putri dan Nindi, terimakasih untuk berbagi suka duka, doa, dan motivasi yang luar biasa.
9. Teman-teman Dara Dinda, Ikmalia, dan Analla, tempat bertukar pikiran, berbagi ilmu, serta dukungan dan semangatnya.
10. Teman sekaligus keluarga Kost PH, Mba Fika dan Ayu terimakasih untuk semua bantuan dan dukungannya selama ini.
11. Seluruh partisipan yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan data penelitian, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua dalam kehidupan ini. Penulis menyadari bahwa karya tulis ilmiah ini masih jauh dari kata

sempurna. Akhirnya penulis berharap semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan dan bagi pembaca.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatu

Surakarta, 25 Maret 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
VISI DAN MISI FAKULTAS PSIKOLOGI.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1

B. Tujuan Penelitian	5
C. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. <i>Impulsive Buying</i>	7
1. Definisi <i>impulsive buying</i>	7
2. Aspek <i>impulsive buying</i>	9
3. Faktor-faktor <i>impulsive buying</i>	11
B. Harga Diri.....	13
1. Definisi harga diri.....	13
2. Karakteristik harga diri.....	15
3. Aspek harga diri	17
4. Faktor-faktor harga diri	18
C. Hubungan Harga Diri dengan <i>Impulsive Buying</i>	20
D. Hipotesis.....	25
BAB III METODOLOGI.....	26
A. Identifikasi Variabel.....	26
B. Definisi Operasional Variabel.....	26
C. Subjek Penelitian.....	28

D. Metode dan Alat Pengumpulan Data	28
1. Skala harga diri.....	29
2. Skala <i>Impulsive Buying</i>	30
E. Validasi Instrumen	32
1. Validitas.....	32
2. Reliabilitas.....	33
F. Metode Analisis Data	33
BAB IV LAPORAN PENELITIAN	34
A. Persiapan Penelitian	34
1. Orientasi Kancan Penelitian	34
2. Persiapan Alat Pengumpulan Data	35
B. Pelaksanaan Penelitian	38
1. Penentuan Subjek Penelitian	38
2. Pelaksanaan Pengumpulan Data Penelitian.....	38
3. Pelaksanaan Skoring Penelitian.....	39
4. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas	39
C. Analisis Data Penelitian	41
1. Uji Asumsi.....	42

2. Uji Hipotesis.....	42
3. Sumbangan Efektif	43
4. Kategorisasi	43
D. Pembahasan.....	45
E. Kelemahan Penelitian.....	49
BAB V PENUTUP.....	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Skor <i>Favorable</i> dan <i>Unfavorable</i>	29
Tabel 2. Blue Print Skala Harga Diri	30
Tabel 3 Skor <i>Favorable</i> dan <i>Unfavorable</i>	31
Tabel 4 <i>Blue Print</i> Skala <i>Impulsive Buying</i>	31
Tabel 5 <i>Blue Print</i> Skala Harga Diri setelah <i>Expert Judgement</i>	40
Tabel 6 <i>Blue Print</i> Skala <i>Impulsive Buying</i> setelah <i>Expert Judgement</i>	41
Tabel 7 Norma Skala Harga Diri	44
Tabel 8 Norma Skala <i>Impulsive Buying</i>	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 HASIL EXPERT JUDGEMENT UJI VALIDITAS	56
LAMPIRAN 2 SKALA PENELITIAN	61
LAMPIRAN 3 HASIL UJI RELIABILITAS	69
LAMPIRAN 4 HASIL UJIASUMSI (NORMALITAS & LINEARITAS).....	74
LAMPIRAN 5HASIL UJI HIPOTESIS	81
LAMPIRAN 6 NORMA KATEGORISASI.....	85
LAMPIRAN 7 SURAT IZIN DAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN	88

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA
PEGAWAI WANITA DI KANTOR DINAS PERHUBUNGAN KOTA
SURAKARTA**

Mega Reta Lestari

Achmad Dwityanto, S.Psi, M.Si

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

megaretaaa.mr@gmail.com

ABSTRAK

Berbelanja untuk membeli suatu barang kebutuhan sehari-hari merupakan hal yang wajar. Namun kegiatan berbelanja menjadi tidak wajar saat seseorang melakukan pembelian hanya untuk memenuhi keinginannya dan dilakukan secara impulsif atau tanpa perencanaan terlebih dahulu. Proses pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan cenderung merugikan individu, karena biasanya individu yang melakukan pembelian secara impulsif akan membeli barang atau produk yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Salah satu faktor dari pembelian impulsif adalah harga diri. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan *impulsive buying*, (2) mengetahui tingkat harga diri pada pegawai wanita kantor Dinas Perhubungan Kota Surakarta, (3) mengetahui tingkat *impulsive buying* pada pegawai wanita kantor Dinas Perhubungan Kota Surakarta, (4) mengetahui sumbangan efektif harga diri terhadap *impulsive buying*. Subjek penelitian menggunakan studi populasi, yaitu seluruh pegawai wanita di Kantor Dinas Perhubungan Kota Surakarta yang berusia 20-40 tahun. Hipotesis yang diajukan yaitu ada hubungan negatif antara harga diri dengan *impulsive buying*. Teknik analisis data menggunakan uji korelasi *product moment*. Diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar -0,225 dengan signifikansi $p = 0,040$ ($p > 0,05$) yang artinya ada hubungan negatif yang signifikan antara harga diri dengan *impulsive buying*. Sumbangan efektif harga diri terhadap perilaku *impulsive buying* sebesar 5,1% hal ini berarti terdapat 94,9% variabel lain yang mempengaruhi *impulsive buying*, seperti *marketing*, karakteristik konsumen, dan produk yang memiliki karakteristik.

Kata kunci : Harga diri, *impulsive buying*, pegawai wanita

**RELATIONSHIP BETWEEN SELF ESTEEM WITH IMPULSIVE BUYING
EMPLOYEE WOMEN IN THE OFFICE DEPARTMENT OF
TRANSPORTATION CITY OF SURAKARTA**

Mega Reta Lestari

Achmad Dwityanto, S.Psi, M.Si

Faculty of Psychology of the Muhammadiyah University of Surakarta

megaretaaa.mr@gmail.com

ABSTRACT

Shopping to buy of daily needs is a natural thing. But the activity of shopping becomes unnatural when someone makes a purchase only to to buy a wanted things and performed impulsif or without prior planning. The purchase process is carried out without planning tend to harm the individual, because usually people who make purchases on impulse will buy goods or products that are not needed. One of the factors of impulse buying is self-esteem. This study aims to (1) determine the relationship between self-esteem with Impulsive buying, (2) determine the level of self-esteem on the employee women in the office department of transportation Surakarta City, (3) determine the level of Impulsive buying employee women in the office department of transportation Surakarta City, (4) determine the effective contribution of the dignity of the impulsive buying. Subjects of research using population studies, that all female employees in the Office of Transportation Surakarta aged 20-40 years. The hypothesis proposed that there is a negative relationship between self-esteem with impulsive buying. Analyzed data using product moment correlation test. Obtained correlation coefficient of -0.225 with a significance of $p = 0.040$ ($p > 0.05$), which means there is a significant negative correlation between self-esteem with impulse buying. The effective contribution of the self esteem of the impulsive buying behavior of 5.1%, this means that there are 94.9% of other variables that influence buying impusive, for example marketing, characteristics consumer, and products have the characteristics.

Keywords: Self esteem, impulsive buying, employee women