

**HUBUNGAN MINAT BELI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
IMPULSIVE BUYING FOLLOWERS AKTIF GRIYA PUTRI AMALIA
PENGGUNA TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
untuk memenuhi sebagian Persyaratan memperoleh
Gelar Derajat Sarjana (S-1) Psikologi



Oleh:

Dina Putri Amalia

F 100 160 162

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN MINAT BELI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
IMPULSIVE BUYING FOLLOWERS AKTIF GRIYA PUTRI AMALIA
PENGGUNA TIKTOK SHOP**

Oleh :

Dina Putri Amalia

F 100 160 102

Telah disetujui untuk dipertahankan
di depan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh:

Pembimbing



Susatyo Yuwono, S.Psi., M.Si., Psikolog
NIK.NIDN: 838/0624067301

27 Juni 2023

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN MINAT BELI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
IMPULSIVE BUYING FOLLOWERS AKTIF GRIYA PUTRI AMALIA
PENGGUNA TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

Diajukan oleh :

Dina Putri Amalia

F 100 160 162

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal

16 Juni 2023

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Penguji Utama


Susatyo Yuwono, S.Psi., M.Si., Psikolog

Penguji Pendamping I


Dr. Daliman, SU

Penguji Pendamping II

Wisnu Sri Hertinjung, S.Psi., M.Psi., Psikolog



Surakarta, 27 Juni 2023

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Psikologi
Dekan,

Prof. Faufik, S.Psi., M.Si., Ph.D

NIK/NIDN: 799/0629037403

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrohmanirrohim,

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dina Putri Amalia

NIM : F 100 160 162

Fakultas : Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Judul : HUBUNGAN MINAT BELI DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP IMPULSIVE BUYING FOLLOWERS AKTIF
GRIYA PUTRI AMALIA PENGGUNA TIKTOK SHOP

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya juga menyatakan bahwa hasil karya ini adalah benar-benar karya saya pribadi, sama sekali tidak melakukan plagiat ataupun meminta jasa pembuatan skripsi dari pihak lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan. Apabila dilain waktu ditemukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan saya, maka saya bersedia menerima konsekuensinya.

Yang Menyatakan,

Surakarta, 8 Juni 2023



Dina Putri Amalia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	viii
PENDAHULUAN.....	9
METODE.....	22
HASIL.....	25
PEMBAHASAN.....	28
KESIMPULAN.....	33
DAFTAR PUSTAKA.....	34
LAMPIRAN.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kategori Jawaban Rincian skor berdasarkan kategori jawaban.....	23
Tabel 2 Kategorisasi <i>Impulsive buying</i>	26
Tabel 3 Kategorisasi Minat Beli	27
Tabel 4 Kategorisasi Persepsi Harga.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Blueprint	37
Lampiran 2 Validitas.....	41
Lampiran 4 Data Penelitian.....	43
Lampiran 5 Reliabilitas	45
Lampiran 6 Uji Asumsi Normalitas	52
Lampiran 7 Uji Asumsi Linearitas	52
Lampiran 8 Uji Asumsi Multikolinearitas	55
Lampiran 9 Uji Asumsi Heteroskedastisitas	56
Lampiran 10 Uji Hipotesis	56
Lampiran 11 Kategorisasi	59

HUBUNGAN MINAT BELI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP IMPULSIVE BUYING FOLLOWERS AKTIF GRIYA PUTRI AMALIA PENGUNTA TIKTOK SHOP

Dian Putri Amalia
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Saat ini perkembangan dunia teknologi mampu memudahkan manusia untuk melakukan berbagai hal, termasuk dalam melakukan transaksi jual beli melalui aplikasi-aplikasi berbasis *e-commerce* untuk melakukan *online shopping*. Hanya dengan memasang koneksi internet pada *gadget*, seseorang dengan mudah dapat berselancar di internet dan melakukan *online shopping* di *e-commerce* yang dia kehendaki. Tidak perlu keluar rumah dan mengunjungi toko secara langsung, produk yang sudah dibeli akan dikirim langsung ke alamat rumah pengguna *gadget* yang melakukan transaksi jual beli. Adanya kemudahan ini membuat minat beli dan persepsi akan sebuah harga tinggi. Tujuan dari penelitian ini yaitu menguji hubungan antara minat beli dan persepsi harga terhadap pembelian impulsif (*Impulsive buying*). Hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat hubungan antara minat beli dengan persepsi harga terhadap impulsif buying pada *followers* griya putri amalia pengguna tiktok. Subjek dalam penelitian ini adalah *followers* intagram griya putri amalia yang berjumlah kurang dengan menggunakan teknik *random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dan pengambilan data dilakukan dengan survei dengan menggunakan kuesioner yang berisi skala minat beli, persepsi harga, dan *impulsive buying*. Analisis yang digunakan yaitu korelasi regresi berganda dengan hasil signifikansi sebesar 0.000 ($p < 0,05$) yang berarti terdapat hubungan yang sangat signifikan antara minat beli dan persepsi harga dengan *impulsive buying*.

Kata kunci: *Impulsive buying* , Minat Beli, Persepsi Harga, *Tiktok shop*

Abstract

Currently, the development of the world of technology is able to make it easier for humans to do various things, including making buying and selling transactions through e-commerce based applications to do *online shopping*. Only by installing an internet connection on the *gadget*, someone can easily surf the internet and do *online shopping* at the e-commerce he wants. No need to leave the house and visit the store in person, the products that have been purchased will be sent directly to the home address of the *gadget* user who is making a buying and selling transaction. The convenience of this makes buying interest and the perception of a high price. The purpose of this study is to examine the relationship between purchase intention and price perceptions of *impulsive buying*. The hypothesis in this study is that there is a relationship between buying interest and price perceptions of *impulsive buying* among Griya Putri Amalia *followers* who use tiktok. The subjects in this study were Griya Putri Amalia's Instagram *followers*, which numbered less by using a random sampling technique. This study uses a correlational quantitative method and data collection is carried out by survey using a questionnaire containing a scale of buying interest, price perception, and *impulsive buying*. The analysis used is multiple regression correlation with a significance value of 0.000 ($p < 0.05$) which means that there is a very significant relationship between purchase intention and perceived price with *impulsive buying*.

Keywords: *Impulsive buying*, Purchase Intention, Perceived Price, *Tiktok shop*