

**HUBUNGAN PENERIMAAN SOSIAL DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF
PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR
SARJANA (S1)**



AISYAH

NIM 201469110042

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2018

MOTTO

*Jika dirimu malas,
ingatlah pengorbanan dan kerja keras orang tuamu dan
jadikan cambukan untuk "SEMANGATMU"*

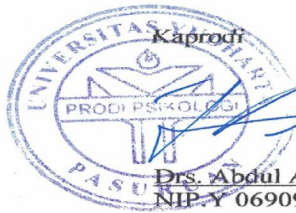
Jangan katakan tidak mampu dan tidak bisa,
jika usaha yang kau lakukan belum maksimal !

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Hubungan Penerimaan Sosial Dengan Pembelian
Impulsif Pada Mahasiswa Pengguna Instagram
Disusun Oleh : Aisyah
NIM : 201469110042
Fakultas : Psikologi
Program Studi : Psikologi
Konsentrasi : Psikologi Pendidikan

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan didepan penguji
Pasuruan, 17 Juli 2018

Mengetahui & menyetujui.



Drs. Abdul Amin, S.Psi., M.Psi.
NIP.Y 0690904017

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Nanik Kholifah', is written over the text.

Nanik Kholifah, S.Psi., M.Si.
NIP.Y 0691109022

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN, PADA:

HARI : Selasa

TANGGAL : 17 Juli 2018

JAM : 13.00 WIB

JUDUL : HUBUNGAN PENERIMAAN SOSIAL DENGAN
PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA PENGGUNA
INSTAGRAM


DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI
PENGUJI UTAMA



(Dra. Esy Suraeni Yuniwati, M.Si)
NIDN : 072.00.66.101

PENGUJI I



(Drs. Abdul Amin, S.Psi., M.Si.)
NIP. Y : 069.09.04.017

PENGUJI II



(Nanik Kholifah, S.Psi., M.Si)
NIP. Y : 069.11.09.022



MENGESAHKAN,
Dekan Fakultas Psikologi



(Dra. Estalita Kelly, M.Si)
NIP.Y : 069.02.04.003

*Skripsi ini saya persembahkan kepada:
Bapak saya tersayang, yang selalu bekerja keras
serta tidak pernah mengenal lelah
untuk mewujudkan cita-cita anaknya*

*Keluargaku tercinta, yang selalu memberikan
semangat dan motivasi untuk menjadikan
diriku menjadi lebih baik,*

*Ibu Nanik Kholifah, S.Psi., M.Si.
Selaku pembimbing yang selalu
memberikan motivasi dan bimbingan untuk saya,
hingga skripsi bisa terselesaikan tepat waktu.*

*Sahabat-sahabatku tersayang, dan
calon pendamping di masa depan yang selalu memberi
semangat dan memberi banyak bantuan untuk penelitian ini.*

ABSTRAKSI

AISYAH. Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan, 04 Juli 2018. Hubungan Penerimaan Sosial Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Pengguna Instagram.

Pembelian impulsif mengekspresikan simbol identitas diri. Identitas diri ini merujuk pada suatu penerimaan sosial. Remaja akan mempunyai identitas diri yang cukup baik ketika memberikan penampilan yang menarik dan dari situlah remaja akan menerima penerimaan sosial yang positif. Untuk menerima penampilan yang menarik seorang individu akan mewujudkannya dengan cara apapun, hal inilah yang akan membuat individu melakukan pembelian impulsif karena untuk menunjang identitas diri di lingkungan sosialnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan penerimaan sosial dengan pembelian impulsif pada mahasiswa pengguna instagram.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa pengguna aktif media sosial instagram di Universitas Muhammadiyah Malang. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa dengan teknik *sample accidental*. Pengumpulan data menggunakan skala pembelian impulsif, dengan korelasi product moment pearson antara 0.355 sampai 0.669 dan koefisien reliabilitas sebesar 0.9. sedangkan skala penerimaan sosial, dengan koefisien korelasi product moment pearson antara 0.309 sampai 0.438 dan koefisien reabilitas sebesar 0.8.

Dari hasil penelitian menjelaskan bahwasannya perhitungan korelasi dari r-teoritik didapatkan r tab 1% pada frekuensi N = 100 sebesar = 0.256, karena harga rxy lebih besar dari r tab 1% sebesar = -0.3365, maka dapat dikatakan sangat signifikan antara penerimaan sosial dengan pembelian impulsif. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dinyatakan bahwasannya hipotesis yang di ajukan oleh peneliti diterima yaitu ada hubungan negatif antara penerimaan sosial dengan pembelian impulsif. Artinya semakin rendah tingkat penerimaan sosial semakin tinggi perilaku pembelian impulsif begitu sebaliknya.

Kata kunci: Pembelian Impulsif, Penerimaan Sosial

ABSTRACTION

AISYAH. Psychology Study Program Faculty of Psychology Yudharta University Pasuruan, 04 July 2018. Relationship Social Acceptance With Impulsive buying On Student Instagram Users.

Impulsive buying expresses the identity symbol. This self-identity refers to a social acceptance. Teenagers will have a pretty good self-identity when giving an attractive appearance and from which teenagers will receive positive social acceptance. To receive an attractive appearance an individual will make it happen in any way, this is what will make individuals make impulsive buyings because to support the identity of themselves in the social environment.

This research aims to knowing the presence or absence of social acceptance relationship with Impulsive buying on student instagram user.

Population in this research is student of active social media user of instagram at University of Muhammadiyah Malang. While the sample used as many as 100 students with accidental sample technique. Data collection using impulse buying scale, with product moment pearson correlation between 0.355 to 0.669 and reliability coefficient of 0.9. while the social acceptance scale, with product moment pearson correlation coefficient between 0.309 to 0.438 and the reliability coefficient of 0.8.

From the research result explain that the calculation of correlation from r-theoretical is obtained r tab 1% at frequency $N = 100$ equal to $= 0.256$, because rxy price bigger than r tab 1% equal to 0.3365, hence can be said very signifikan between social acceptance with impulsive buying. Based on these calculations can be stated that the hypothesis proposed by the researcher accepted that there is a negative relationship between social acceptance with impulsive buyings. This means that the lower the level of social acceptability the higher the impulse buying behavior vice versa.

Keywords: Impulsive Buying, Social Acceptance

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Penerimaan Sosial Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Pengguna Instagram” dengan baik.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1). Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. KH. Sholeh Bahruddin, selaku pengasuh Pon-Pes Ngalah Pasuruan, yang mengajarkan kami betapa pentingnya hidup saling bertoleransi
2. Dr. H. Safulah, MHI., selaku rektor Universitas Yudharta Pasuruan
3. Ibu Dra. Estalita Kelly, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi
4. Bapak Drs. Abdul Amin, S.Psi., M.Psi. selaku Kepala Program Studi Psikologi
5. Ibu Nanik Kholifah, S.Psi., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, ketegasan, ketelitian, dan kecermatan beliau sangat membantu untuk cepat menyelesaikan laporan dengan baik dan benar.
6. Ibu dan Bapak Dosen Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan
7. Bapak saya, selaku orang tua tunggal yang tidak pernah mengeluh dan pekerja keras. Semua ini berkatmu, tanpamu aku tidak akan menjadi apa-apa. Kerja kerasmu menginspirasi sekaligus menjadi cambukan untukku agar tetap bisa mengerjakan tugas maupun laporan dengan baik dan tepat waktu.
8. Saudara yang mendukung agar laporan cepat selesai, keponakan yang menjadi penghibur saat saya mulai merasa penat dan mata perih saat melihat layar laptop terlalu lama.
9. Sahabat, dan teman-teman yang saling mensupport, yang mau mondar-mandir kesana kemari bersama untuk mencari buku referensi.
10. Ucapan terima kasih saya khususnya pula kepada ketiga sahabat saya Faizatur Rahmawati, Kamalul Fajri dan Alfiyah. Terima kasih karena kalian sudah membantu mencarikan responden dalam penelitian ini, apalagi berbarengan dengan bulan suci ramadhan. Terima kasih atas ketulusan kalian berjalan mencari responden di Universitas Muhammadiyah yang luasnya

berhektar-hektar meskipun lapar dan dahaga kalian tetap rela membantu sampai selesai. Semoga yang Maha Kuasa membalas ketulusan kalian.

11. Terima kasih pula kepada Yayasan Pendidikan Roudlotul Karomah yang menyediakan printer, yang membantu saya menghemat pengeluaran saat proses skripsi
12. Lukman, sebagai orang yang penting pula karena rela mengantar kesana kemari untuk mencari buku agar skripsi cepat selesai dan selalu memberi semangat.
13. Paman, yang selalu sedia meminjamkan sepedanya selama mencari referensi buku.

Pasuruan, 04 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN MOTTO	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAKSI.....	i
<i>ABSTRACTION</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Teoritik	11
2. Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Pembelian Impulsif.....	12
1. Pengertian Pembelian Impulsif.....	12
2. Aspek-aspek Pembelian Impulsif	14
3. Tipe-tipe Pembelian Impulsif	15
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif.....	16
5. Karakteristik-Karakteristik Pembelian Impulsif.....	19
6. Indikator-indikator Pembelian Impulsif.....	21

B.	Penerimaan Sosial.....	22
1.	Definisi Penerimaan Sosial.....	22
2.	Ciri-ciri Penerimaan Sosial.....	24
3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Sosial.....	26
4.	Kategori Penerimaan Sosial.....	29
5.	Dampak Penerimaan dan Penolakan Sosial.....	31
6.	Indikator-indikator Penerimaan Sosial.....	33
C.	Hubungan Penerimaan Sosial dengan Pembelian Impulsif.....	33
BAB	III METODE PENELITIAN.....	38
A.	Rancangan Penelitian.....	38
B.	Lokasi Penelitian.....	38
C.	Populasi dan Sampel.....	38
1.	Populasi.....	38
2.	Sampel.....	39
D.	Sumber Data.....	40
E.	Instrumen Penelitian.....	40
F.	Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	41
1.	Variabel Penelitian.....	41
2.	Pengukuran.....	41
a.	Pembelian Impulsif.....	41
1)	Definisi Teoritik.....	41
2)	Definisi Operasional.....	41
3)	Blue Print skala Pembelian Impulsif.....	42
4)	Skoring Skala Pembelian Impulsif.....	42
5)	Uji Coba Skala Pembelian Impulsif.....	43
6)	Uji Validitas Skala Pembelian Impulsif.....	44
7)	Uji Reabilitas Skala Pembelian Impulsif.....	45
b.	Penerimaan Sosial.....	46
1)	Definisi Teoritik.....	46
2)	Definisi Operasional.....	46
3)	Blue Print Skala Penerimaan Sosial.....	47
4)	Skoring Skala Penerimaan Sosial.....	47
5)	Uji Coba Skala Penerimaan Sosial.....	48
6)	Uji Validitas Skala Penerimaan Sosial.....	48
7)	Uji Reabilitas Skala Penerimaan Sosial.....	50
G.	Pengumpulan Data.....	51
F.	Analisis Data.....	51
BAB	IV PEMBAHASAN.....	54
A.	Hasil Penelitian.....	54
B.	Pembahasan.....	57
BAB	V PENUTUP.....	62
A.	Kesimpulan.....	62

B. Saran	63
1. Bagi Mahasiswa	63
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	63

DAFTAR PUSTAKA

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel Keterangan	hal
3.1 : <i>Blue Print</i> skala Pembelian Impulsif.....	42
3.2 : Penskoran Skala Pembelian Impulsif.....	43
3.3 : Nomer Aitem Valid dan Gugur Skala Pembelian Impulsif.....	45
3.4 : <i>Blue Print</i> Penerimaan Sosial	47
3.5 : Penskoran Skala Penerimaan Sosial	47
3.6 : Nomer Aitem Valid dan Gugur Skala Penerimaan Sosial	49
3.7 : Rumus Skor kasar dengan satu-prediktor.....	52
4.1 : Data Kategori Kelompok Pada Skala Penerimaan Sosial	54
4.2 : Data kategori kelompok pada skala pembelian impulsif.....	54
4.3 : Perhitungan Korelasi.....	55
4.4 : Tabel Ringkasan Analisis Regresi	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar Keterangan	hal
4.1 : Pengelompokkan Berdasarkan Kriteria Norma Standar	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Keterangan	hal
1 : Skala Pembelian Impulsif Sebelum Uji Coba	64
2 : Data Induk Skala Pembelian Impulsif.....	66
3 : Validitas Uji Coba Skala Pembelian Impulsif.....	68
4 : Reabilitas Uji Coba Skala Pembelian Impulsif	70
5 : Skala Penerimaan Sosial Sebelum Uji Coba	73
6 : Data Induk Skala Penerimaan Sosial	75
7 : Validitas Uji Coba Skala Penerimaan Sosial.....	77
8 : Reabilitas Uji Coba Skala Penerimaan Sosial	79
9 : Skala Pembelian Impulsif Penelitian	82
10 : Skala Penerimaan Sosial Penelitian	84
11 : Perhitungan Analisis Regresi.....	86
12 : Frekuensi Jawaban Responden	94