

**HUBUNGAN SELF MONITORING DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF  
PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

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



**KISWA KAMILIYA**

**NIM 201469110029**

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

**2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kiswa Kamiliya  
NIM : 201469110029  
Program Studi : Psikologi  
Fakultas : Psikologi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 09 Juli 2018

Yang membuat pernyataan

Tanda tangan



Kiswa Kamiliya

**Lampiran 1. Curriculum Vitae**

**CURRICULUM VITAE**

Nama : Kiswa Kamiliya  
NIM : 201469110029  
Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 16 April 1995  
Alamat : Desa Ketegan, Kecamatan Rejoso, Kabupaten  
Pasuruan

**Pendidikan**

1. TK. DHARMA WANITA
2. SDN. KETEGAN
3. SMPU AL-YASINI
4. MAN KRATON AL-YASINI



## TANDA PENGESAHAN

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

HARI : Selasa  
TANGGAL : 17 Juli 2018  
JAM : 09.00 WIB  
JUDUL : HUBUNGAN *SELF-MONITORING* DENGAN PEMBELIAN  
IMPULSIF PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM

## DINYATAKAN LULUS


MAJELIS PENGUJI

PENGUJI UTAMA




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

PENGUJI I



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

PENGUJI II



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

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Psikologi



## ABSTRAKSI

Kiswah Kamelia. Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan, 16 April 2018. Hubungan *Self-Monitoring* Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswi Pengguna Instagram.

Konsumsi barang melalui *online* pada mahasiswi saat ini merupakan fenomena nyata yang terus hangat dibicarakan pada kalangan mahasiswi, salah satunya adalah media online instagram. Banyak mahasiswi yang melakukan transaksi belanja melalui media online tersebut. Namun, jika pembelian itu dilakukan hanya untuk memenuhi sebuah keinginan, belanja menjadi tidak wajar. Pembelian yang dilakukan tanpa rencana dan tiba-tiba merupakan pembelian impulsif. Berbagai *trend* yang terdapat di instagram juga akan membuat mahasiswi mempunyai *self-monitoring* atau berkecenderungan untuk merubah perilaku mereka sesuai *trend* yang sedang terjadi, sehingga hal tersebut akan mengakibatkan pembelian impulsif pada mahasiswi. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *self-monitoring* dengan pembelian impulsif pada mahasiswi pengguna instagram.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan *self-monitoring* dengan pembelian impulsif pada mahasiswi pengguna instagram.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi UMM Malang yang berjumlah sekitar 3475 mahasiswi, dengan 100 responden yang dipilih dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan skala self-monitoring terdiri dari 23 aitem valid, dengan koefisien korelasi *product moment* antara 0,307 sampai 0,558 dan skala aitem pembelian impulsif terdiri dari 32 aitem valid, dengan koefisien korelasi *product moment* antara 0,342 sampai 0,71. Uji korelasi menggunakan teknik analisis varians regresi satu prediktor.

Hasil penelitian menunjukkan variabel *self-monitoring* berada dalam kategori sedang, sedangkan pembelian impulsif juga berada dalam kategori sedang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan ada hubungan *self-monitoring* dengan pembelian impulsif pada mahasiswi pengguna instagram diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan analisis regresi satu prediktor yang memperoleh data dengan koefisien korelasi sebesar  $R_{xy} = 0,20248$  dengan koefisien determinan sebesar 4,1% F tabel 5% pada frekuensi  $N = 100$  sebesar 0,195. Hal ini menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara *self-monitoring* dengan pembelian impulsif. Pada perhitungan regresi dengan metode skor kasar juga diketahui  $F_{reg} = 4,181$  dengan F tabel 5% = 3,84. Dengan  $F_{reg}$  sebesar 4,181 menunjukkan bahwa garis regresi signifikan. Sehingga *self-monitoring* juga dapat memprediksikan pembelian impulsif dengan kemampuan meramalkan sebesar 4,1%. *Self-monitoring* memiliki sumbangan sebesar 4,1% pada tingkat pembelian impulsif, sedangkan 95,9% kemungkinan dimiliki dari faktor lain, seperti karakteristik produk, karakteristik pemasaran, dan karakteristik situasional, dan lain-lain.

Kata Kunci : *Self-monitoring*, Pembelian impulsif

## ABSTRACT

Kiswah Kamelia. Psychology Study Program Psychology Faculty Yudharta University Pasuruan, April 16, 2018. Relationship Self-Monitoring With Impulsive Purchase On Student Instagram Users.

Consumption of goods through online at the current student is a real phenomenon that continues to be warmly discussed among the female students, one of which is an online media instagram. Many female students who make shopping transactions through the online media. However, if the purchase is done just to fulfill a desire, shopping becomes unnatural. Purchases made without a plan and suddenly are impulsive purchases. The various trends in instagram will also make students have self-monitoring or tendency to change their behavior according to current trend, so that will result impulsive purchasing at student. The purpose of this study is to determine the relationship between self-monitoring with impulsive purchases in female students instagram.

The purpose of this study to determine the relationship of self-monitoring with impulsive purchases in female students instagram.

This research is a quantitative research. The population in this study were UMM Malang students, amounting to about 3475 female students, with 100 respondents selected by accidental sampling technique. The data collection using self-monitoring scale consists of 23 valid items, with product moment correlation coefficient between 0,307 until 0,558 and impulse purchasing scale consist of 32 valid items, with product moment correlation coefficient between 0,342 until 0,71. The correlation test used a single-predictor regression variance analysis technique.

The results showed the self-monitoring variables were in the medium category, while impulsive purchases were also in the medium category. The results showed that the hypothesis that there is a self-monitoring relationship with impulsive purchases in female students instagram users accepted. This can be seen from the calculation of regression analysis of one predictor that obtained data with correlation coefficient of  $R_{xy} = 0,20248$  with determinant coefficient of 4.1% F table 5% at frequency  $N = 100$  of 0.195. This suggests a significant correlation between self-monitoring and impulsive buying. In the calculation of regression with the method of coarse score also known  $F_{reg} = 4.181$  with F table 5% = 3.84. With  $F_{reg}$  of 4,181 indicates that the regression line is significant. So self-monitoring can also predict impulsive purchases with predictability of 4.1%. Self-monitoring has a contribution of 4.1% at the impulse purchase rate, while 95.9% is likely to be possessed from other factors, such as product characteristics, marketing characteristics, and situational characteristics, and so on.

Keywords: Self-monitoring, Impulsive Purchase

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	10
C. Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Pembelian Impulsif .....	11
B. <i>Self-Monitoring</i> .....	21
C. Hubungan <i>Self-Monitoring</i> dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Pengguna Instagram.....	28
D. Hipotesis .....	32
BAB III. METODE PENELITIAN.....	33
A. Rancangan Penelitian .....	33
B. Lokasi Penelitian .....	33
C. Populasi Dan Sampel .....	33
D. Sumber Data.....	34
E. Instrumen Penelitian .....	34

F.Pengumpulan Data.....	43
G.Analisis Data.....	45
BAB IV. HASIL PENELITIAN .....	46
A.Deskripsi Data & Pengujian Hipotesis .....	46
B.Pembahasan.....	48
BAB V. PENUTUP.....	53
A.Kesimpulan.....	53
B.Saran .....	53

DAFTAR PUSTAKA

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel Keterangan</b>	<b>hal</b>
3.1: <i>Blue Print</i> Skala Pembelian Impulsif.....	36
3.2: <i>Blue Print</i> Skala <i>Self-Monitoring</i> .....	40
3.3: Formula Analisis Regresi.....	45
4.1: Data kategori kelompok pada skala Pembelian Impulsif.....	46
4.2: Data kategori kelompok pada skala <i>Self-Monitoring</i> .....	46
4.4: Perhitungan korelasi.....	48
4.5: Ringkasan Analisis Regresi .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar Keterangan	hal
4.3: Pengelompokan berdasarkan kriteria norma standar deviasi...	47

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran Keterangan</b>	<b>hal</b>
1 : Curriculum Vitae.....	55
2 : Skala Pembelian Impulsif .....	56
3 : Skala <i>Self-Monitoring</i> .....	59
4 : Data Hasil Skala Pembelian Impulsif .....	61
5 : Data Hasil Skala <i>Self-Monitoring</i> .....	63
6 : Frekuensi Jawaban Responden .....	65
7 : Hasil Uji Validitas Skala Pembelian Impulsif .....	66
8 : Hasil Uji Validitas Skala <i>Self-Monitoring</i> .....	68
9 : Hasil Uji Reliabilitas Skala Pembelian Impulsif.....	70
10 : Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Self-Monitoring</i> .....	72
11 : Hasil Uji Regresi Satu Prediktor .....	76
12 : Hasil Perhitungan Data Wawancara .....	82

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Hubungan *Self-Monitoring* dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswi Pengguna Instagram”. terselesaikannya Skripsi ini tidak terlepas tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Saifullah, M.HI selaku Rektor Universitas Yudharta
2. Ibu Dra. Estalita Kelly, M.Si selaku Dekan Fakultas psikologi Universitas Yudharta Pasuruan dan Dosen pembimbing yang telah banyak membantu selama proses penulisan laporan ini, baik berupa waktu, tenaga, dan ilmunya. Serta tidak pernah lelah dalam memberikan dukungan dan semangatnya.
3. Bapak Drs. Abdul Amin, M.Psi selaku Kaprodi Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan yang senantiasa membimbing kami dengan penuh kesabaran
4. Romo KH. Sholeh Bahruddin selaku Pengasuh Pondok Pesantren Ngalah.
5. Kedua orang tua saya yang tiada hentinya memanjatkan do'a dan terus memberikan semangat dalam menyelesaikan laporan ini.
6. Adik saya yang selalu meluangkan waktu ketika saya meminta bantuan darinya

7. Teman spesial saya Mira, Tika, Ima, Ica yang terus menemani dalam suka duka selama mengerjakan laporan ini dan saling memberikan dukungan satu sama lain.
8. Teman saya Firda di UMM yang selama ini membantu saya untuk meminjam buku di perpustakaan.
9. Teman-teman angkatan 2014 yang telah memberikan semangat serta motivasi untuk terselesaikannya laporan ini.

Semoga segala pertolongan dan kebaikan semuanya mendapatkan berkah dari Allah SWT. Akhirnya dengan memohon taufiq serta rahmat dari Allah SWT, penulis berharap Skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak yang memerlukan. Penulis mohon maaf karena masih banyak kekurangan dalam segi penulisan Skripsi ini.

Penulis