

***IMPULSIVE BUYING* PADA GENERASI MILENIAL DI  
KABUPATEN JEMBER**

**Skripsi**

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Strata 1 (S-1) Sarjana Psikologi Pada Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Jember**



**Oleh :**

**Wifi Pinki Damayanti**

**NIM 1610811020**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana Satu (S1) Psikologi

Pada Tanggal, 20 Januari 2021



Mengesahkan  
Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Jember  
Dekan

Dr. Nurlaela Widyaningrum, S.Psi., M.Si  
NIP. 197505292005012001

**Dewan Penguji**

**Tanda Tangan**

Erna Ipak Rahmawati S.Psi.,MA

NIP.197805072005012001



Siti Nur Aini, S.Psi., M.Si.

NIP.197702122005012002

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Wifi Pinki Damayanti

Nim : 1610811020

Dengan disaksikan oleh tim penguji skripsi, menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh.

Jember, 20 Januari 2021

Yang Menyatakan



Wifi Pinki Damayanti

## **MOTTO**

“Push your limit until you break it, break it until you make it, make it until you become it”

– **Djarum Foundation**

“Dalam hidup kita harus memiliki visi, karna visi itu hidup dan menghidupi. Visi hidup oleh tekad dan usaha kita untuk mewujudkannya. Visi pun menghidupi kita dengan harapan akan masa depan yang lebih baik dan bermanfaat”

– **Analisa Widyaningrum**



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan kasih sayang serta memberikan keberkahan sehingga dapat menyelesaikan karya ini. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Karya ini merupakan suatu perjuangan dalam hidup penulis serta memberikan cambuk tersendiri bagi penulis dengan segala dinamika proses pembelajaran yang sangat berarti bagi kehidupan. Karya ini terwujud dengan suatu keterbatasan serta dengan bantuan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis secara khusus mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Nurlaela Widyarini, S.Psi., M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember, yang menjadi “ibu” bagi seluruh mahasiswa Psikologi di Unmuh Jember. Terimakasih atas bimbingan dan dukungan selama penulis menuntut ilmu di fakultas ini.
2. Ibu Siti Nur’Aini, S.Psi., M.Si., selaku dosen pembimbing 1 dan “ibu” tercinta bagi angkatan 2016, terimakasih atas bimbingan, motivasi, semangat dan nasihat untuk penulis menjadi lebih baik, terimakasih ibu telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan banyak memberikan dan membangun pemahaman terkait materi skripsi, di tengah kesibukan ibu, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terimakasih atas bimbingan bu ani, tanpa membatasi diri penulis untuk mandiri dalam mengerjakan.
3. Bapak Danan Satriyo Wibowo, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan pemahaman dan ilmu baru terhadap penulis, terimakasih atas bimbingan dan semangatnya. Terimakasih telah membimbing penulis dengan sangat sabar dan teliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Erna Ipak Rahmawati S.Psi., MA., selaku dosen penguji yang selalu memberikan semangat dan masukan terhadap menulis. Terimakasih selama masa perkuliahan ibu selalu memberi dukungan terhadap penulis, ketika penulis merasa berada di titik terendah, sehingga penulis dapat bangkit dan berani untuk melangkah kembali.

5. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberikan dan berbagi ilmu, pengalaman, dan kebahagiaan.
6. Staf Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember, khususnya bapak sumarsono yang telah banyak membantu dalam proses administrasi selama penulis belajar di Fakultas Psikologi Unmuh Jember.
7. Seluruh teman diskusi selama proses skripsi, Lulu, Mayawi, Hofia dan Fanny. Terimakasih telah menjadi teman berkeluh kesah, bertukar pikiran, dan teman menangis bersama, saling menghibur dan menyemangati, saling membantu. Terimakasih, semoga nantinya kita bisa sukses di jalan kita masing – masing.
8. Sahabatku tercinta Fina Razana dan Fida Magfirah Ramadani, yang selalu memberikan semangat dan menghibur penulis, terimakasih telah menjadi “*human diaryku*”. Semoga kita dapat menggapai cita – cita kita.
9. Seluruh teman teman angkatan 2016, khususnya Lintang mahardikawati, Maya regista, Lina ningtyas yang telah memberi warna dan dinamika pertemanan selama perkuliahan. Terimakasih telah berbagi kebahagiaan.
10. Ayah dan Ibu, yang tidak pernah putus mendoakan penulis dan memberikan semangat setiap waktu.
11. Reza Fauzan Trias Sugiharto, terimakasih telah banyak membantu selama penulis berproses diperkuliahan sampai dengan tersusunnya karya kecil ini.



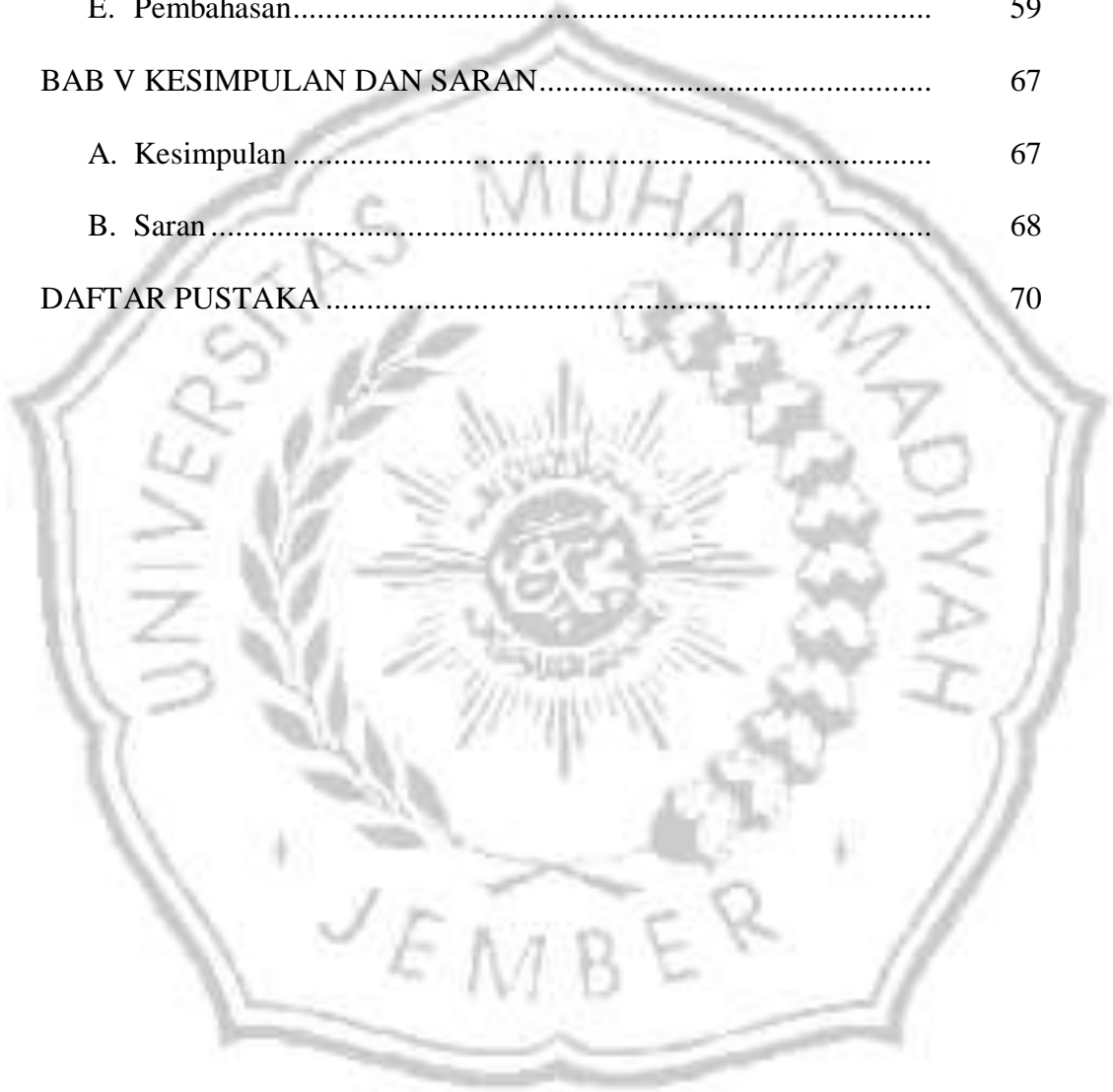
## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL .....                             | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                        | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN.....                         | iii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                       | iv   |
| HALAMAN MOTTO .....                             | v    |
| PRAKATA .....                                   | vi   |
| DAFTAR ISI .....                                | viii |
| HALAMAN DAFTAR TABEL.....                       | xi   |
| HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....                   | xii  |
| INTISARI.....                                   | xiii |
| ABSTRACT .....                                  | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                         | 1    |
| A. Latar Belakang .....                         | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                        | 15   |
| C. Tujuan Penelitian.....                       | 15   |
| D. Manfaat Penelitian.....                      | 16   |
| 1. Manfaat Teoritis.....                        | 16   |
| 2. Manfaat Praktis.....                         | 16   |
| a. Bagi Konsumen Generasi <i>Milenial</i> ..... | 16   |
| E. Keaslian Penelitian .....                    | 17   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                   | 21   |
| A. <i>Impulsive Buying</i> .....                | 21   |

|   |           |
|---|-----------|
| 1. Pengertian <i>Impulsive Buying</i> .....                                   | 21        |
| 2. Aspek Aspek <i>Impulsive Buying</i> .....                                  | 23        |
| 3. Karakteristik <i>Impulsive Buying</i> .....                                | 25        |
| 4. Faktor faktor yang mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i> .....              | 25        |
| 5. Jenis jenis <i>Impulsive Buying</i> .....                                  | 30        |
| B. Generasi <i>Milenial</i> .....   | 32        |
| C. <i>Impulsive Buying</i> Pada Generasi <i>Milenial</i> Di Kab. Jember ..... | 34        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....  | <b>38</b> |
| A. Jenis Penelitian .....   | 38        |
| B. Identifikasi Variabel .....  | 38        |
| C. Populasi dan Sampel.....   | 38        |
| D. Definisi Operasional.....  | 40        |
| E. Metode Pengambilan Data.....   | 42        |
| F. Metode Analisa Data .....  | 43        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....                           | <b>47</b> |
| A. Orientasi kanchah .....  | 47        |
| B. Persiapan Pelaksanaan Penelitian.....                                      | 48        |
| C. Pelaksanaan Penelitian.....  | 48        |
| D. Hasil Analisa Data.....  | 49        |
| 1. Hasil Uji Coba Penelitian.....   | 50        |
| a. Uji Validitas .....  | 50        |
| b. Uji Reliabilitas .....   | 51        |
| 2. Hasil Uji Data Penelitian.....   | 51        |



|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| a. Uji Validitas .....          | 51 |
| b. Uji Reliabilitas .....       | 52 |
| c. Uji Asumsi .....             | 53 |
| d. Uji Deskriptif .....         | 53 |
| E. Pembahasan.....              | 59 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 67 |
| A. Kesimpulan .....             | 67 |
| B. Saran .....                  | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA .....            | 70 |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. Jumlah Populasi .....   | 39 |
| Tabel 2. <i>Blueprint</i> Skala <i>Impulsive Buying</i> .....                              | 43 |
| Tabel 3. Sebaran Asal Daerah Responden .....   | 49 |
| Tabel 4. Hasil Uji Coba Validitas.....   | 50 |
| Tabel 5. Hasil Uji Coba Reliabilitas .....   | 51 |
| Tabel 6. Hasil Uji Validitas .....   | 51 |
| Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas .....  | 52 |
| Tabel 8. Hasil Uji Normalitas .....  | 53 |
| Tabel 9. Rumus Pengkategorian.....   | 54 |
| Tabel 10. Tingkat <i>Impulsive Buying</i> Secara Keseluruhan .....                         | 54 |
| Tabel 11. Tingkat <i>Impulsive Buying</i> Secara Aspek .....                               | 55 |
| Tabel 12. Tingkat <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Jenis Kelamin dan Aspek              | 56 |
| Tabel 13. Tingkat <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Status Pekerjaan .....               | 57 |
| Tabel 14. Tingkat <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....                | 57 |
| Tabel 15. Tingkat <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Jumlah Penghasilan dan Usia<br>..... | 58 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1. Data Uji Coba .....                     | 74  |
| Lampiran 2. Data Penelitian.....                    | 91  |
| Lampiran 3. Uji Validitas Uji Coba.....             | 143 |
| Lampiran 4. Uji Reliabilitas Uji Coba .....         | 148 |
| Lampiran 5. Uji Validitas.....                      | 149 |
| Lampiran 6. Uji Reliabilitas .....                  | 157 |
| Lampiran 7. Uji Normalitas.....                     | 157 |
| Lampiran 8. Alat Ukur <i>Impulsive Buying</i> ..... | 158 |

