

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF
(*IMPULSIVE BUYING*) PRODUK PAKAIAN PADA MAHASISWI
UIN MALIKI MALANG**

S K R I P S I



Oleh

**Lina Khoirotun Nisa'
NIM. 11410078**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2015**

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF
(*IMPULSIVE BUYING*) PRODUK PAKAIAN PADA MAHASISWI
UIN MALIKI MALANG**

S K R I P S I

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh

Lina Khoirotun Nisa'
NIM. 11410078

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2015**

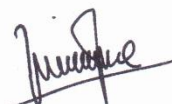
**HUBUNGAN KONSEP DIRI DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF
(IMPULSIVE BUYING) PRODUK PAKAIAN PADA MAHASISWI
UIN MALIKI MALANG**

SKRIPSI

Oleh

Lina Khoirotn NiSa'
11410078

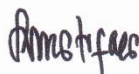
Telah Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing



Dr. Retno Mangestuti, MSi
NIP. 19750220 2003122 004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag
NIP. 19730710 200003 1 002

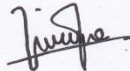
SKRIPSI

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF
(IMPULSIVE BUYING) PRODUK PAKAIAN PADA MAHASISWI
UIN MALIKI MALANG**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 1 Juli 2015

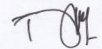
Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing

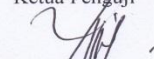


Dr. Retno Mangestuti, M.Si
NIP. 19750220 20031 2 004

**Anggota Penguji Lain
Penguji Utama**



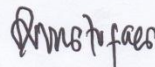
Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M. Si
NIP. 1960512 200312 1 002
Ketua Penguji



Muallifah, M.A
201402012419

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi
Tanggal, 7 Juli 2015

**Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



Dr. H.M. Lutfi Musthofa M.Ag
NIP: 19730710 200003 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lina Khoirotn Nisa'
NIM : 11410078
Fakultas/Jurusan : Psikologi/Psikologi
Judul Skripsi : Hubungan Konsep Diri dengan Pembelian Impulsif
(*Impulsive Buying*) Produk Pakaian Pada Mahasiswi
UIN MALIKI Malang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi tersebut adalah karya saya sendiri dan bukan karya orang lain. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan kecurangan di dalam skripsi, saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Malang, 10 Juni 2015



Lina Khoirotn Nisa'
NIM. 11410078

PERSEMBAHAN

Hari takkan indah tanpa mentari dan rembulan, begitupun juga hidup takkan indah tanpa tujuan, harapan serta tantangan. Meski berat, namun manisnya hidup justru akan terasa, apabila semuanya terlalui dengan baik, meski harus memerlukan pengorbanan

Kupersembahkan karya terindah ini, untuk cahaya hidupku yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi, saat kulemah tak berdaya

- Ayah dan Ibu tercinta yang selalu memanjatkan doa kepada putri Mu tercinta dalam setiap sujudnya.
- Adikku tersayang, dan seluruh keluarga besar. Terimakasih atas segala kasih sayang, dukungan dan doa kalian yang tiada henti.
- Sahabatku dan Teman-teman seperjuanganku
- Orang yang selalu memberi support dan selalu ada

Terima Kasih atas dukungan dan do'a kalian semua.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah nasibnya”

(Ar-Ra’du :11)

“Kesulitan-kesulitan dan tantangan-tantangan hari ini adalah harga yang harus kita bayar untuk prestasi dan kemenangan hari esok”

(William J. H. Boetcker)

“Hari kemarin adalah pengalaman, hari ini adalah perjuangan, hari esok adalah harapan

(penulis)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan atas berkat rahmat dan ridho Allah SWT yang telah memberikan ide tanpa batas sehingga peneliti dapat menyusun sebuah karya ilmiah. Sungguh besar karunia yang telah engkau berikan lewat ide, daya dan upaya untuk melakukan penelitian dan merumuskannya dalam sebuah skripsi berjudul “Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*) Terhadap Produk Pakaian Pada Mahasiswi UIN Malang di Tinjau Dari Konsep Diri”. Tak lupa pula shalawat serta salam Peneliti hanturkan kehadiran Baginda Rasulullah SAW. Berkat beliau kita semua bisa keluar dari zaman jahiliah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang saya rasakan saat ini.

Keberhasilan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari semua pihak yang senantiasa ikhlas membantu memberikan bimbingan, dukungan, dorongan yang tak henti-henti demi kelancaran pembuatan skripsi ini. Dengan segala hormat peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Dosen Wali beserta jajaran Dekanat Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Ibu Retno Mangestuti, M.Si, selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas segala waktu, tenaga, perhatian, kesabaran dan masukan yang telah diberikan selama penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tuaku (Bapak Zainuri dan Ibu Mudayanah). Terimakasih atas do'a, motivasi, kasih sayang serta dukungan baik moril maupun materiil yang diberikan selama ini.
5. Adikku tersayang Kurniawan Edi Saputra dan Seluruh Keluarga serta kerabatku, terimakasih atas segala kasih sayang, dukungan dan doa kalian semua.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Seluruh Mahasiswi UIN Malang sebagai responden penelitian yang telah menyediakan waktu untuk memberikan informasi yang peneliti perlukan demi kelancaran proses penelitian.
8. Terima kasih buat sahabat-sahabat ku, Fita, Mbak Mirva, Lukman, Anton, Omi, Desy, Salis, Mis-Cimeng, Havidh, yazid dan Ria
9. Teman-teman Seperjuanganku Mas'ul, Maryam, Neni, Shofi, Vida, Anisa, Ummu, Nurul, fina, ella, kak Pipit, Kak Nevy, Kak Bara, Ifa, virda,. Terima kasih atas waktu dan kenangan indah yang sudah kita lewati bersama.
10. Terima kasih buat orang yang selalu suport dan selalu ada Kak A'an, Deny, Kak Bustakul, Om Nuril, dan Om Hadi.
11. Teman-teman di Fakultas Psikologi UIN Malang angkatan 2011, terima kasih atas segala dukungan dan kebersamaan kita

12. Serta semua pihak yang membantu peneliti dalam proses penelitian ini baik secara langsung dan tidak langsung.

Peneliti berharap Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca umumnya dan Peneliti khususnya. Baik untuk dosen sebagai bahan mengajar serta mahasiswa sebagai bahan pengetahuan. Peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya bila terdapat suatu kesalahan dalam pengerjaan skripsi ini.

Malang, 10 Juni 2015

Peneliti

Lina Khoirotun Nisa'

11410078

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv

BAB I:

PENDAHULUAN.....	ii
A. Latar Belakang	14
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	15

BAB II:

LANDASAN TEORI.....	16
A. Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	16
1. Pengertian pembelian impulsif (<i>Impulsive buying</i>).....	17
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif (<i>Impulsive buying</i>).....	18
3. Tipe-tipe Pembelian Impulsif (<i>Impulsive buying</i>).....	18
4. Karakteristik pembelian impulsif (<i>Impulsive buying</i>).....	20
5. Motivasi Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>).....	21
6. Pembelian Impulsif (<i>impulsive buying</i>) perpekstif islam.....	24
B. Konsep Diri.....	25

1. Pengertian Konsep Diri	25
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri	27
3. Dimensi-dimensi dalam Konsep Diri.....	28
4. Karakteristik Konsep Diri	30
5. Aspek-aspek Konsep Diri	32
6. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Individu	33
7. Konsep Diri perspektif islam	34
C. Remaja Akhir	37
D. Hubungan antara Konsep Diri dengan Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	40
E. Hipotesis	42
BAB III:	
METODE PENELITIAN	44
A. Rancangan Penelitian	44
B. Identifikasi Variabel Penelitian	44
C. Definisi Operasional.....	45
D. Subyek Penelitian	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	47
E. Metode Pengumpulan Data	48
1. Skala Konsep diri	51
2. Skala Pembelian Impulsive (<i>Impulsive Buying</i>)	52
F. Validitas dan Reliabilitas.....	52
1. Validitas	52
2. Reliabilitas	53
G. Uji Validitas Aitem.....	54
H. Uji Reliabilitas Aitem.....	57
I. Metode Analisa Data	57
1. Uji Normalitas	57
2. Uji Heteroskedastisitas.....	58
3. Uji Linier	59

4. Analisis Korelasi	59
BAB IV:	
ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	62
A. Pelaksanaan Penelitian	62
1. Gambaran Lokasi Penelitian	62
3. Waktu dan Tempat	66
4. Keadaan Demografis Subjek	66
B. Hasil Penelitian	69
1. Hasil Uji Validitas	69
2. Hasil Uji Realibilitas	70
3. Uji Normalitas	70
4. Uji Heteroskedastisitas	72
5. Uji Linieritas	73
6. Deskripsi Tingkat Pembelian Impulsif	74
7. Deskripsi Tingkat Konsep Diri	75
8. Uji Hipotesis	79
D. Analisis Data	78
1. Tingkat Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>) Mahasiswi UIN Malang terhadap Produk Pakaian	78
2. Tingkat Konsep Diri Mahasiswi UIN Malang	81
3. Hubungan Konsep Diri dengan Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	84
BAB V:	
PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

3.1 Penentuan Nilai Skala	51
3.2 Blue Print Skala Konsep Diri.....	52
3.3 Blue Print Skala Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	55
3.4 Uji Validitas Konsep diri	56
3.5 Uji Validitas Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	57
3.7 Uji Realibilitas Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)dan Konsep Diri.....	58
4.1 Umur subjek Penelitian.....	67
4.2 Fakultas subjek penelitian.....	68
4.3 Hasil Uji Validitas Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>).....	69
4.4 Hasil Uji Validitas Konsep Diri.....	69
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kedua Skala	70
4.6 Hasil Uji Normalitas	73
4.7 Hasil Uji Linieritas.....	74
4.8 Kategorisasi Penelitian.....	75
4.9 Kategorisasi Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>).....	75
4.10 Kategorisasi Penelitian.....	76
4.11 Kategorisasi Konsep Diri	76
4.12 Hasil Uji Korelasi.....	79

DAFTAR GAMBAR

1. Skema Uji Normalitas	70
2. Skema Heteroskedastisitas	73
3. Diagram kategorisasi tingkat pembelian impulsif (<i>Impulsive buying</i>)	75
4. Diagram kategorisasi tingkat Konsep diri.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

1. Bukti Konsultasi
2. Surat Keterangan Penelitian
3. Angket Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*) dan Konsep diri
4. Data Kasar Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*) dan Konsep diri
5. Hasil Uji Validitas Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)
6. Hasil Uji Validitas Konsep Diri
7. Hasil Uji Reliabilitas Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)
8. Hasil Uji Reliabilitas Konsep Diri
9. Hasil Uji Normalitas
10. Skema Heteroskedastisitas
11. Hasil Uji Linieritas
12. Hasil Skor Angket dan Kategorisasi Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)
13. Hasil Skor Angket dan Kategorisasi Konsep Diri
14. Hasil Uji Korelasi

ABSTRAK

Lina Khoirotun Nisa',1140078 *Hubungan Konsep Diri dengan Pembelian Impulsif (Impulsive Buying) Produk Pakaian Pada Mahasiswa UIN MALIKI Malang, Skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang.2015

Kemajuan dunia pakaian (*fashion*) yang semakin pesat dan beragam, membuat mahasiswa sekarang ini memiliki ketertarikan yang cukup besar untuk mengikuti mode yang beredar dipasaran yang menyebabkan mahasiswa membeli tanpa memperhatikan kegunaan barang tersebut, atau dengan kata lain adanya kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah karakteristik konsumen yang meliputi kepribadian terkait dengan konsep diri, yang mana konsep diri dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pembelian impulsif (*impulsive buying*) produk pakaian pada mahasiswa UIN MALIKI MALANG, untuk mengetahui konsep diri pada mahasiswa UIN MALIKI MALANG, serta untuk mengetahui ada tidaknya hubungan konsep diri dengan pembelian impulsif (*impulsive buying*) terhadap produk pakaian pada mahasiswa UIN MALIKI MALANG

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Subjek penelitian adalah seluruh mahasiswa UIN MALIKI MALANG angkatan 2012-2013, sampel sebanyak 317 mahasiswa. Instrumen penelitian ini menggunakan skala pembelian impulsif (*impulsive buying*) dan skala konsep diri

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Tingkat pembelian impulsif terhadap produk pakaian pada mahasiswa UIN MALIKI Malang menunjukkan pada kategori sedang dengan prosentase sebesar 42%, sebanyak 130 mahasiswa. 2). Konsep diri mahasiswa UIN Malang berada pada kategori sedang dengan prosentase 49%, sebanyak 154 mahasiswa. 3). Ada hubungan negatif antara konsep diri dengan pembelian impulsif (*impulsive buying*) pada mahasiswa UIN MALIKI MALANG terhadap produk pakaian. Dengan korelasi sebesar -0,609 dengan nilai signifikan 0,000. Artinya semakin positif konsep diri pada mahasiswa maka pembeli impulsif (*impulsive buying*) rendah, sebaliknya semakin negatif konsep diri pada mahasiswa maka pembelian impulsif (*impulsive buying*) akan semakin tinggi. Adapun besar sumbangan efektif konsep diri dalam mempengaruhi pembelian impulsif (*impulsive buying*) terhadap produk pakaian adalah 37,9%.

Kata Kunci : Konsep Diri, Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*),