



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**HUBUNGAN ANTARA KECERDASAN EMOSI DENGAN PEMBELIAN  
IMPULSIF PADA MAHASISWA DEWASA AWAL PENGGUNA  
APLIKASI BELANJA *ONLINE* SHOPEE DI UNIVERSITAS X**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana**

**(S1) pada Program Studi Psikologi**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Oleh:

**DEBBIE ARIANDI DJALIM**

**46115120068**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2020**

## **ABSTRACT**

### ***The Correlation Between Emotional Intelligence With Impulsive Buying On Early Adult Student Users Of Shopee Online Shopping Application At X University***

*This study purposes to define the correlation between emotional intelligence with impulsive buying on early adult student users of Shopee online application at x university. The sampling of the study uses accidental sampling with the total subject as many as 302 students. The measurement of this study is an emotional intelligence scale from Djalim with 0,866 reliability coefficient Cronbach alpha and The Impulsive Buying Tendency Scale from Verplanken and Herabadi that have been modified by Novia with 0,905 reliability coefficient Cronbach alpha. The data analysis used in this research was spearman correlation analysis. The result showed that there is a significant negative relationship between emotional intelligence and impulsive buying  $r = -0.618$ ;  $p = 0.000$  which means this study indicates that the higher emotional intelligence score received then the impulsive buying score is lower and vice versa.*

*Keywords: emotional intelligence, impulsive buying online.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

### HUBUNGAN ANTARA KECERDASAN EMOSI DENGAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA DEWASA AWAL PENGGUNA APLIKASI BELANJA *ONLINE* SHOPEE DI UNIVERSITAS X

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan kecerdasan emosi dengan pembelian impulsif pada mahasiswa dewasa awal pengguna aplikasi belanja *online* di universitas X. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling* dengan jumlah subjek sebanyak 302. Alat ukur pada penelitian ini adalah skala kecerdasan emosi dari Djalim dengan koefisien reliabilitas *Cronbach alpha* 0,866 dan *The Impulsive Buying Tendency Scale* dari Verplanken dan Herabadi yang dimodifikasi oleh Novia dengan koefisien reliabilitas *Cronbach alpha* 0,905. Analisis data dengan uji korelasi Spearman. Hasil analisis menunjukkan bahwa kecerdasan emosi berhubungan signifikansi negatif terhadap pembelian impulsif sebesar  $r = -0,618$ ;  $p = 0,000$ . Artinya semakin tinggi kecerdasan emosi maka semakin rendah pembelian impulsif begitu pula sebaliknya.

Kata kunci: kecerdasan emosi, pembelian impulsif *online*.



## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Belanja *Online* Shopee Di Universitas X”**

Nama : Debbie Ariandi Djalim

NIM : 46115120068

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 08 Mei 2020

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 08 Mei 2020



Debbie Ariandi Djalim

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **“Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Belanja *Online* Shopee Di Universitas X”**

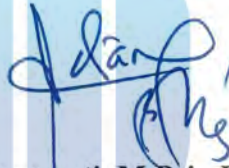
Nama : Debbie Ariandi Djalim

NIM : 46115120068

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 08 Mei 2020

Pembimbing



Dian Misrawati, M.Psi., Psikolog

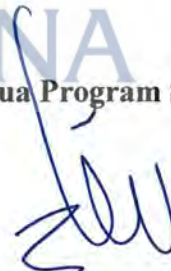
Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi



Muhammad Iqbal, Ph.D

Ketua Program Studi



Dr. Setiawati Intan Savitri, S.P., M.Si

## LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Belanja *Online* Shopee Di Universitas X**” telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana pada tanggal 08 Mei 2020 Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi Psikologi Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 08 Mei 2020



Penguji 1

**Laila M I W, Ph.D**

Penguji 2

**Dr. Irfan Aulia Syaiful, M.Psi., Psikolog**

Pembimbing

**Dian Misrawati, M.Psi., Psikolog**

## KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menganugerahkan rahmat kepada penulis dalam rangka menyelesaikan karya skripsi dengan judul “**Hubungan Antara Kecerdasan Emosi Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Dewasa Awal Pengguna Aplikasi Belanja *Online* Shopee Di Universitas X**” Karya skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada program studi Psikologi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam menyusun skripsi ini penulis merasa bersyukur atas bantuan dan dorongan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi penulis dengan baik. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menganugerahkan rahmat yang melimpah dan kasih setia yang besar sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
2. Ibu Dian Misrawati, M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan senantiasa sabar dan teliti hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan hasil yang maksimal mungkin.
3. Bapak dan ibu beserta seluruh keluarga tercinta yang senantiasa mendoakan serta berbagi tugas memberikan dukungan dalam bentuk apapun untuk penulis selama ini, semoga menjadi ladang pahala untuk kalian.
4. Sahabat – sahabat seperjuangan saya Eka Nia Irmayanti, Intan Permatasari, Sry Natalia Haloho yang selalu saling membantu, saling menyemangati satu sama lain dari awal semester hingga akhir semester.
5. Saudara, teman – teman mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana angkatan 28, serta teman – teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan dukungan moral, doa dan bantuan untuk terus menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmu dan manfaat bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga menjadi pahala tidak pernah putus bagi kalian, Amin.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan kasih setia dan berkatNya, Amin.

Jakarta, 02 Juni 2020



Debbie Ariandi Djalim

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>ABSTRACT</b> .....  | <b>i</b>    |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....                                 | <b>iii</b>  |
| <b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....                            | <b>iv</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI</b> .....                  | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                    | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                      | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                     | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                   | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                                 | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                      | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                     | 6           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                    | 6           |
| 1.4.1 Pengguna Aplikasi Belanja <i>Online</i> .....            | 6           |
| 1.4.2 Pengembang Aplikasi Belanja <i>Online</i> .....          | 7           |
| 1.4.3 Penelitian Selanjutnya .....                             | 7           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSAKA</b> .....                            | <b>8</b>    |
| 2.1 Pembelian Impulsif.....                                    | 8           |
| 2.1.1 Definisi Pembelian Impulsif.....                         | 8           |
| 2.1.2 Aspek-Aspek Dalam Pembelian Impulsif .....               | 9           |
| 2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif ..... | 11          |
| 2.1.3.1 Variabel situasional .....                             | 11          |
| 2.2 Kecerdasan Emosi .....                                     | 13          |
| 2.2.1. Definisi Dari Kecerdasan Emosi .....                    | 13          |
| 2.2.2 Dimensi Dalam Kecerdasan Emosi .....                     | 14          |
| 2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kecerdasan Emosi .....          | 17          |
| 2.3 Dewasa Awal.....   | 18          |

|   |   |           |
|---|---|-----------|
| 2.4                                     | Shopee .....  | 18        |
| 2.5                                     | Penelitian-Penelitian Sebelumnya .....  | 19        |
| 2.6                                     | Hubungan kecerdasan emosi dengan pembelian impulsif pada pengguna aplikasi Shopee ..... | 21        |
| 2.7                                     | Hipotesis .....   | 24        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>  |   | <b>25</b> |
| 3.1                                     | Desain Penelitian .....   | 25        |
| 3.2                                     | Variable Penelitian .....   | 25        |
| 3.2.1                                   | Identifikasi Variabel .....   | 25        |
| 3.2.2                                   | Definisi Variabel.....  | 25        |
| 3.3                                     | Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling .....  | 27        |
| 3.3.1                                   | Populasi Dalam Penelitian.....  | 27        |
| 3.3.2                                   | Sampel Pada Penelitian .....  | 27        |
| 3.3.3                                   | Metode Dan Teknik Pengumpulan Data.....   | 28        |
| 3.4                                     | Metode Dan Alat Pengumpulan Data Penelitian.....  | 28        |
| 3.4.1                                   | Alat Ukur Pembelian Impulsif.....   | 28        |
| 3.4.2                                   | Skala Alat Ukur Kecerdasan emosi .....  | 30        |
| 3.5                                     | Teknik Analisis Data .....  | 32        |
| 3.5.1                                   | Uji Normalitas .....  | 33        |
| 3.5.2                                   | Uji Hipotesis .....   | 33        |
| 3.5.3                                   | Uji Deskriptif.....   | 33        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b> |   | <b>34</b> |
| 4.1                                     | Gambaran Umum Responden Penelitian .....  | 34        |
| 4.1.1                                   | Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                       | 34        |
| 4.1.2                                   | Kategori Responden Berdasarkan Usia .....   | 35        |
| 4.1.3                                   | Kategori Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....                                   | 36        |
| 4.1.3                                   | Kategori Responden Berdasarkan Penghasilan .....  | 37        |
| 4.2                                     | Hasil Adaptasi Alat Ukur Pembelian Impulsif.....  | 38        |
| 4.2.1                                   | Hasil Uji Validitas .....   | 38        |
| 4.2.2                                   | Hasil Uji Reliabilitas .....  | 40        |
| 4.2.3                                   | Hasil Uji Analisis Item <i>The Impulsive Buying Tendency Scale</i> .....                | 40        |
| 4.3                                     | Hasil Alat Ukur Kecerdasan Emosi.....   | 41        |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.3.1 Hasil Uji Validitas .....  | 41        |
| 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....   | 42        |
| 4.3.3 Hasil Uji Analisis Item Kecerdasan Emosi .....   | 43        |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik .....  | 45        |
| 4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....   | 45        |
| 4.4.2 Hasil Uji Hipotesis.....   | 46        |
| 4.4.3 Hasil Uji Deskriptif .....   | 46        |
| 4.5 Hasil Uji Analisis Tambahan .....  | 49        |
| 4.5.1 Hasil Matrix Korelasi .....  | 49        |
| 4.5.2 Hasil Uji Deskriptif Berdasarkan Sebaran Kategorisasi Pembelian<br>Impulsif dan Kecerdasan emosi ..... | 51        |
| 4.5.3 Hasil Uji Analisis Sosio Demografi .....   | 52        |
| 4.5.3.1 Perbedaan Pembelian Impulsif Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 52        |
| 4.5.3.2 Perbedaan Kecerdasan Emosi Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 53        |
| 4.5.3.3 Perbedaan Pembelian impulsif Berdasarkan Penghasilan .....   | 53        |
| 4.6 Pembahasan .....   | 55        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>  | <b>63</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 63        |
| 5.2 Saran.....   | 63        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>65</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>70</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| 2.1 Penelitian-Penelitian Sebelumnya.....  | 19 |
| 3.1 Blue Print Skala Pembelian Impulsif.....   | 28 |
| 3.2 Blue Print Skala Kecerdasan Emosi.....   | 31 |
| 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                       | 35 |
| 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Usia.....   | 35 |
| 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....                                    | 37 |
| 4.4 Kategori Responden Berdasarkan Penghasilan.....  | 37 |
| 4.5 Uji Validitas Skala Impulsive Buying Kualitatif Secara Expert Judgement... 39            |    |
| 4.6 Uji Reliabilitas The Impulsive Buying Tendency Scale Adaptasi Novia (2019)<br>.....      | 40 |
| 4.7 Analisis Item The Impulsive Buying Scale Tendency Scale Adaptasi Novia<br>(2019).....    | 41 |
| 4.8 Hasil Uji Validitas Skala Kecerdasan Emosi Kualitatif melalui Expert<br>Judgment .....   | 42 |
| 4.9 Uji Reliabilitas Kecerdasan Emosi.....   | 43 |
| 4.10 Uji Analisis Item Kecerdasan Emosi .....  | 44 |
| 4.11 Uji Normalitas.....   | 45 |
| 4.12 Uji Korelasi .....  | 46 |
| 4.13 Uji Deskriptif Skala Pembelian Impulsif.....  | 47 |
| 4.14 Uji Kategorisasi Skala Pembelian Impulsif.....  | 47 |
| 4.15 Uji Deskriptif Skala Kecerdasan Emosi.....  | 48 |
| 4.16 Uji Kategorisasi Skala Kecerdasan Emosi.....  | 49 |
| 4.17 Uji Korelasi Dimensi Kecerdasan Emosi Dengan Aspek Pembelian Impulsif<br>.....          | 50 |
| 4.18 Uji Deskriptif Berdasarkan Kategorisasi Kecerdasan Emosi Dan Pembelian<br>Impulsif..... | 51 |
| 4.19 Uji Analisis Perbedaan Pembelian Impulsif Berdasarkan Jenis Kelamin.....                | 52 |
| 4.20 Uji Analisis Perbedaan Kecerdasan Emosi Berdasarkan Jenis Kelamin .....                 | 53 |
| 4.21 Uji Analisis Berdasarkan Pembelian Impulsif Terhadap Penghasilan.....                   | 54 |

## DAFTAR GAMBAR

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 2.1 Kerangka Berpikir..... | 23 |
|----------------------------|----|



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1. Lampiran Kuesioner Penelitian .....   | 70  |
| Lampiran 2. Lampiran Input Data Responden Kecerdasan Emosi .....  | 79  |
| Lampiran 3. Lampiran Input Data Responden Pembelian Impulsif .....  | 90  |
| Lampiran 4. Lampiran Deskripsi Gambaran Responden .....   | 101 |
| Lampiran 5. Lampiran Reliabel Kecerdasan Emosi Pada Tahap Pertama .....   | 103 |
| Lampiran 6. Lampiran Reliabel Kecerdasan Emosi Pada Tahap Dua .....   | 104 |
| Lampiran 7. Lampiran Reliabel Kecerdasan Emosi Pada Tahap Ketiga .....  | 105 |
| Lampiran 8. Lampiran Reliabel Pembelian Impulsif Tahap Pertama .....  | 107 |
| Lampiran 9. Lampiran Reliabel Pembelian Impulsif Tahap Kedua .....  | 108 |
| Lampiran 10. Lampiran Uji Dari Hipotesis .....  | 109 |
| Lampiran 11. Lampiran Uji Dari Normalitas .....   | 110 |
| Lampiran 12. Lampiran Uji Dari Matrix korelasi .....  | 111 |
| Lampiran 13. Lampiran Uji Dari Deskriptif Berdasarkan Kategorisasi Pembelian<br>Impulsif dan Kecerdasan emosi ..... | 112 |
| Lampiran 14. Lampiran Hasil Uji Sosio Demografi .....   | 113 |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA