



**PENGARUH KONTROL DIRI DAN HARGA DIRI TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *SKINCARE* PADA WANITA
DEWASA AWAL DI DKI JAKARTA**

SKRIPSI

TRI RAHMAWATI

46120010075

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI/PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023



**PENGARUH KONTROL DIRI DAN HARGA DIRI TERHADAP
PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *SKINCARE* PADA WANITA DEWASA
AWAL DI DKI JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
psikologi dari Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana

TRI RAHMAWATI

46120010075

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI/PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Rahmawati

NIM : 46120010075

Program Studi : Psikologi

Judul Skripsi : Pengaruh Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk *Skincare* Pada Wanita Dewasa Awal di DKI Jakarta

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Februari 2024



Tri Rahmawati

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Tri Rahmawati

NIM : 46120010075

Program Studi : Psikologi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk Skincare Pada Wanita Dewasa Awal di DKI Jakarta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. Dearly, M.Psi. Psikolog
NIDN : 0302038003

Ketua Penguji : Ahmad Naufalul Umam, M.Si.
NIDN : 0308069001

Penguji 1 : Winy Nila Wisudawati, M.Psi., Psikolog
NIDN : 0328058902

()

()

()

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Februari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi



Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D.

Ketua Program Studi Psikologi



Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi/Program Sarjana Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Karisma Riskinanti, M. Psi, Psikolog. selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Dearly, M. Psi, Psikolog. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Naufalul Umam, M.Si. selaku ketua sidang dan Ibu Winny Nila Wisudawati, M.Psi., Psikolog. selaku penguji atas koreksi dan arahan serta masukannya bagi skripsi saya.
6. Ibu Dr. Istiqomah, M,Si. selaku Dosen *reviewer* dalam seminar proposal saya yang telah memberikan masukan dan kritik untuk membangun penelitian ini menjadi lebih baik.
7. Ibu Dina Syakina M.Si. selaku Dosen penanggungjawab laboratorium psikometri yang memberikan pemahaman dan masukan terkait perhitungan kepada penulis.
8. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu kepada penulis.

9. Bapak Jamal dan Ibu Sumiati selaku orang tua penulis yang telah mendukung dengan memberikan motivasi serta doa yang tiada henti dalam menyelesaikan penulisan ini.
10. M. Irfan dan Doni Irwansyah selaku kedua kakak penulis yang telah membantu mendoakan dan memberikan motivasi kepada penulis menyelesaikan skripsi ini.
11. Riyan Prasetyo selaku teman bertukar pikiran dan pengerjaan dalam penulisan skripsi ini.
12. Teman teman angkatan 2020 Fakultas Psikologi (Audri, Igan, Disa, Satrio, Baim, Danil, Nurul, dan Nasrin) yang sudah memberikan motivasi dan kebahagiaan kepada penulis.
13. Keempat perempuan cantik (Lisa, Jennie, Jisoo dan Rose) yang sudah menemani penulis dan menyelesaikan skripsi ini melalu lagu-lagu dan konser.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

UNIVERSITAS Jakarta, 22 Februari 2024.
MERCU BUANA

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Rahmawati
Nim : 46120010075
Program Studi : Psikologi
Judul Skripsi : Pengaruh Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk *Skincare* Pada Wanita Dewasa Awal di DKI Jakarta

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Februari 2024

Yang menyatakan,



(Tri Rahmawati)

ABSTRAK

Nama : Tri Rahmawati
NIM : 46120010075
Program Studi : Psikologi
Judul Skripsi : Pengaruh Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Pembelian Impulsif Produk *Skincare* Pada Wanita Dewasa Awal di DKI Jakarta
Pembimbing : Dr. Dearly, M.Psi., Psikolog.

Pembelian telah diakui sebagai bentuk kegiatan rekreasi di antara masyarakat perkotaan, salah satunya melalui produk *skincare*. Produk *skincare* merupakan kosmetik paling populer dan telah menjadi tren utama dalam industri kosmetik global terutama di kalangan wanita dewasa yang ingin meningkatkan penampilannya. Kenyataannya, pembelian produk *skincare* seringkali dilakukan secara spontan tanpa perencanaan serta hanya mengikuti dorongan sesaat, dan hal ini dapat dipengaruhi oleh kontrol diri dan harga diri penggunanya. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengkaji pengaruh kontrol diri dan harga diri terhadap pembelian impulsif produk *skincare* pada wanita dewasa awal di DKI Jakarta. Penelitian kuantitatif korelasional ini menggunakan teknik sampling *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dan melibatkan 454 responden wanita dewasa awal yang aktif memakai produk *skincare*. Alat ukur yang digunakan adalah *impulse buying tendency* dari Venterplanken & Herabadi (2001), *Brief Elf Control Scale* dari Tangney *et al.*, (2004) dan *Rosenberg Self Esteem Scale* dari Rosenberg (1965) yang telah diadaptasi. Data penelitian dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 22. Hasil penelitian membuktikan bahwa kontrol diri dan harga diri secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif produk *skincare* pada wanita dewasa awal di DKI Jakarta ($p= 0.00 < 0.05$). Namun secara parsial, hanya kontrol diri yang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *skincare* pada wanita dewasa awal di DKI Jakarta dan berkontribusi sebesar 37,3 % ($p= 0.00 < 0.05$). Sedangkan harga diri tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif produk *skincare* pada wanita dewasa awal di DKI Jakarta.

Kata Kunci : Kontrol Diri, Harga Diri, Pembelian Impulsif

ABSTRACT

Name : Tri Rahmawati
Nim : 46120010075
Study Program : Psychology
Thesis Report Title : *The Influence of Self-Control and Self-Esteem on Impulse Buying of Skincare Products in Early Adult Women in DKI Jakarta*
Counsellor : Dr. Dearly, M.Psi., Psikolog.

The purchase has been recognized as a form of recreational activity among urban communities, one of which is through skincare products. Skincare products are the most popular cosmetics and have become a major trend in the global cosmetic industry. Purchasing has three conceptual types, one of them being the concept of impulsive buying. Impulsive buying plays a crucial role in individuals through self-control and self-esteem. The aim of this study is to determine whether there is an influence of self-control and self-esteem on impulsive buying of skincare products in early adult women in DKI Jakarta. This research uses a quantitative correlational method as the main approach in data collection and analysis. In this research process, a non-probability sampling technique with accidental sampling method is used. The population used as the research subjects includes early adult women actively using skincare products, totaling 454 respondents. The measurement instruments used are the impulse buying tendency from Veterplanken & Herabadi (2001), utilizing the brief self-control scale from Tangney et al., (2004), and the self-esteem scale from Rosenberg (1965) that has been adapted. The research data were analyzed using multiple linear regression test with the assistance of SPSS version 22. The results of the first hypothesis indicate a negative and significant influence of self-control on impulsive buying of skincare products in early adult women in DKI Jakarta by 37.3%. Then, the results of the second hypothesis show no influence of self-esteem on impulsive buying of skincare products in early adult women in DKI Jakarta. The results of the third hypothesis test indicate an influence of self-control and self-esteem on impulsive buying of skincare products in early adult women in DKI Jakarta by 37.3%.

Keywords : *Self-Control, Self-Esteem, Impulse Buying*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pembelian Impulsif.....	8
2.1.1 Pengertian Pembelian Impulsif	8
2.1.2 Dimensi Pembelian Impulsif.....	9
2.1.3 Faktor Pembelian Impulsif.....	9
2.2 Kontrol Diri	11
2.2.1 Pengertian Kontrol Diri.....	11
2.2.2 Dimensi Kontrol Diri	11

2.3	Harga diri.....	13
2.3.1	Pengertian Harga diri	13
2.3.2	Dimensi Harga diri.....	14
2.4	Penelitian Terdahulu.....	15
2.5	Dinamika Penelitian	22
2.6	Kerangka Berpikir	23
2.7	Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Desain Penelitian	24
3.2	Populasi dan Sampel	24
3.2.1	Populasi.....	24
3.2.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.3	Definisi Operasional.....	26
3.3.1	Variabel Pembelian Impulsif (Y).....	26
3.3.2	Variabel Kontrol Diri (X1).....	27
3.3.3	Variabel Harga Diri (X2).....	27
3.4	Instrumen Penelitian.....	27
3.4.1	Alat Ukur Pembelian Impulsif	27
3.4.2	Alat Ukur Kontrol Diri.....	29
3.4.3	Alat ukur Harga Diri	30
3.5	Validitas dan Realibilitas.....	31
3.5.1	Validitas	31
3.5.1.1	Hasil Analisis Item Pembelian Impulsif Dimensi Kognitif	33
3.5.1.2	Hasil Analisis Item Pembelian Impulsif Dimensi Afektif	34
3.5.1.2	Hasil Analisis Item Kontrol Diri	35
3.5.1.2	Hasil Analisis Item Harga Diri.....	36
3.5.2	Realibilitas dan Analisa Item	37
BAB IV PEMBAHASAN.....		38
4.1	Gambaran Umum Subjek	38
4.2	Analisis Deskriptif.....	40

4.2.1	Kategorisasi Empirik Variabel Penelitian.....	40
4.3	Analisis Inferensial.....	45
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.3.1.1	Uji Normalitas.....	45
4.3.1.2	Uji Linieritas.....	46
4.3.1.3	Uji Heterokedastisitas.....	47
4.3.1.4	Uji Multikolinieritas.....	49
4.3.2	Uji Hipotesa.....	49
4.3.2.1.	Uji Persamaan Regresi Linier Berganda.....	49
4.3.2.2.	Uji Koefisiensi Determinasi.....	51
4.3.2.3.	Uji T.....	52
4.3.2.4.	Uji F.....	53
4.3.3.	Uji Tambahan.....	54
4.3.3.1.	Uji Beda.....	54
4.3.3.1.1.	Uji Beda <i>T-test</i>	54
4.3.3.1.2.	Varian (Anava) Satu Arah.....	56
4.4	Pembahasan.....	59
BAB V	KESIMPULAN.....	68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	68
5.3	Saran.....	68
5.3.1	Saran Teoritis.....	69
5.3.2	Saran Praktis.....	69
	DAFTAR PUSTAKA.....	70
	LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Blue Print Alat Ukur Pembelian Impulsif.....	28
Tabel 3. 2 Blue Print Alat Ukur Kontrol Diri	29
Tabel 3. 3 Blue Print Alat Ukur Harga Diri	30
Tabel 3. 4 Kriteria Goodness Of Fit.....	31
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 3. 6 Hasil Analisis Item Pembelian Dimensi Kognitif.....	33
Tabel 3. 7 Hasil Analisis Item Pembelian Dimensi Afektif.....	34
Tabel 3. 8 Hasil Analisis Item Kontrol Diri.....	35
Tabel 3. 9 Hasil Analisis Item Harga Diri	36
Tabel 3. 10 Hasil Uji Realibilitas.....	37
Tabel 4 1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Data Demografi.....	38
Tabel 4 2 Analisis Deskriptif	40
Tabel 4 3 Rumus Kategorisasi Empirik	41
Tabel 4 4 Kategorisasi Empirik Variabel Pembelian Impulsif	41
Tabel 4 5 Kategorisasi Empirik Variabel Kontrol Diri.....	41
Tabel 4 6 Kategorisasi Empirik Variabel Harga Diri.....	42
Tabel 4 7 Mean Variabel Pembelian Impulsif, Kontrol Diri dan Harga Diri	42
Tabel 4 8 Hasil Uji Normalitas Variabel Pembelian Impulsif, Kontrol Diri, dan Harga Diri	46
Tabel 4 9 Hasil Linieritas Kontrol Diri dan Pembelian Impulsif.....	46
Tabel 4 10 Hasil Linieritas Harga Diri dan Pembelian Impulsif	47
Tabel 4 11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	48
Tabel 4 12 Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif	51

Tabel 4 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Harga Diri terhadap Pembelian Impulsif	51
Tabel 4 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Pembelian Impulsif	52
Tabel 4 17 Hasil Uji T Kontrol diri terhadap Pembelian Impulsif	52
Tabel 4 18 Hasil Uji T Harga diri terhadap Pembelian Impulsif	53
Tabel 4 19 Hasil Uji F Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Pembelian Impulsif....	53
Tabel 4 20 Hasil Uji Beda Tahap Pertama melalui T-test pada Usia.....	54
Tabel 4 21 Hasil Uji Beda Tahap Kedua melalui T-test pada Usia	55
Tabel 4 22 Hasil Uji Beda melalui Analisis Varian (Anava) Satu Arah pada Domisili	56
Tabel 4 23 Hasil Uji Beda melalui Analisis Varian (Anava) Satu Arah pada Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4 24 Hasil Uji Beda melalui Analisis Varian (Anava) Satu Arah pada Lama Penggunaan Produk Skincare.....	58
Tabel 4 25 Hasil Uji Beda melalui Analisis Varian (Anava) Satu Arah pada Biaya Pengeluaran Pembelian Produk Skincare.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	23
Gambar 3. 1 Perhitungan G*Power dalam Menentukan Jumlah Sampel	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil EJ Variabel Pembelian Impulsif.....	76
Lampiran 2 Hasil EJ Variabel Kontrol Diri	85
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian Pembelian Impulsif	89
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian Kontrol Diri.....	93
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian Harga Diri.....	95
Lampiran 6 Hasil Olah Data Penelitian	97
Lampiran 7 Dokumen Hasil <i>Review</i> Proposal Tugas Akhir (TA)	115
Lampiran 8 Hasil Uji Plagiatrism	118

