

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul **“PENGARUH REGULASI DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN KEPERIBADIAN *BIG FIVE* SEBAGAI MODERATOR PADA DEWASA MUDA”** ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi Strata Satu pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Pelita Harapan, Tangerang, Banten.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Bapak Yonathan Aditya, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Pelita Harapan yang selalu mendoakan kesuksesan mahasiswanya.
2. Ibu Jessica Ariela, S.Psi., M.A., selaku Ketua Program Studi yang senantiasa mendukung dan menyemangati mahasiswanya dalam mengerjakan tugas akhir.
3. Bapak David Matahari, S.Psi., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan juga dukungan moril kepada penulis.

4. Papa, Mama, dan Ake yang selalu mendoakan penulis, memberi dukungan mental dan fisik pada penulis dari awal hingga akhir.
5. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu dan pengajaran pada penulis.
6. Para penguji, Pak Yusak dan Pak Karel yang telah menguji dan memberi masukan sejak sidang proposal hingga selesai.
7. Ko Sandro yang telah senantiasa memberi dukungan moril bagi penulis.
8. *Trio Kwek Kwek*, yang telah memberi penulis dukungan dan motivasi, serta mendengarkan keluh kesal penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini dari awal hingga akhir.
9. Sahabat-sahabat penulis dan teman seperjuangan yang tidak dapat disebutkan satu-satu namanya, yang telah memberi *insight* dan dukungan pada penulis dari awal perkuliahan hingga selesai.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut memberikan kontribusi bagi penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya

Tangerang, 15 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoretis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Regulasi Diri.....	14
2.1.1 Definisi Regulasi Diri	14
2.1.2 Faktor yang Memengaruhi Regulasi Diri	15
2.1.3 Dampak Regulasi Diri	16
2.2 Kepribadian <i>Big Five</i>	16
2.2.1 Definisi Kepribadian <i>Big Five</i>	16
2.2.2 Dimensi Kepribadian <i>Big Five</i>	18
2.2.3 Faktor yang Memengaruhi Kepribadian <i>Big Five</i>	20
2.2.4 Dampak Kepribadian <i>Big Five</i>	21
2.3 Pembelian Impulsif.....	21
2.3.1 Definisi Pembelian Impulsif.....	21

2.3.2	Aspek Pembelian Impulsif	23
2.3.3	Faktor yang Memengaruhi Pembelian Impulsif	25
2.3.4	Dampak Pembelian Impulsif	27
2.4	Dewasa Muda	27
2.4.1	Definisi Dewasa Muda	27
2.4.2	Tugas Perkembangan Dewasa Muda	29
2.5	Kerangka Berpikir	30
2.6	Hipotesis Penelitian	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	39
3.2	Populasi Dan Sampel.....	40
3.3	Definisi Operasional	40
3.1.1	Regulasi Diri.....	41
3.1.2	Kepribadian <i>Big Five</i>	41
3.1.3	Pembelian Impulsif.....	42
3.4	Prosedur Penelitian	42
3.4.1	Tahap Persiapan.....	43
3.4.2	Tahap Pelaksanaan	44
3.4.3	Tahap Pelaporan	45
3.5	Pengolahan Data	46
3.6	Instrumen Penelitian	47
3.6.1	<i>Self-Regulation Scale</i>	47
3.6.2	<i>International Personality Item Pool Big Five Model</i>	48
3.6.3	<i>Impulsive Buying Tendency Scale</i>	50
3.6.4	Data Demografis	50
3.7	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data <i>Try Out</i>	51

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

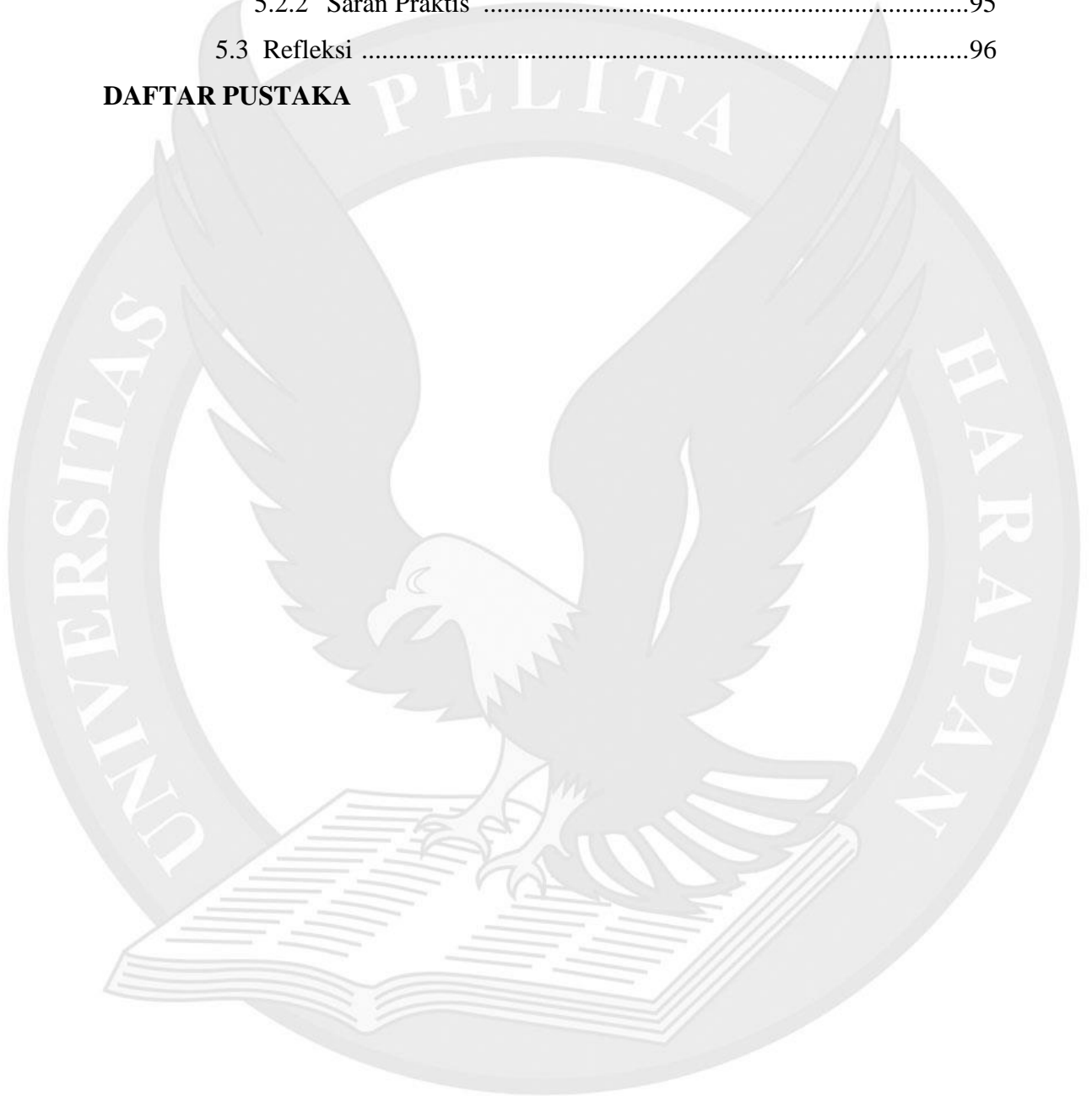
4.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Butir	53
4.2	Hasil Analisis Data	54
4.2.1	Analisis Data Demografis	54
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel	57
4.2.3	Analisis Normalitas Variabel	60

4.2.4 Analisis Uji Asumsi Klasik	61
4.2.4.1 Uji Linearitas	61
4.2.4.2 Uji Multikolinieritas	62
4.2.4.3 Uji Autokorelasi	62
4.2.4.4 Uji Heteroskedastisitas	63
4.2.5 Analisis Data Utama (Uji Hipotesis)	63
4.2.5.1 Uji Regresi Regulasi Diri dan Pembelian Impulsif	63
4.2.5.2 Uji Moderasi <i>Extraversion</i> pada Pengaruh Regulasi Diri terhadap Pembelian Impulsif	64
4.2.5.3 Uji Moderasi <i>Agreeableness</i> pada Pengaruh Regulasi Diri terhadap Pembelian Impulsif	66
4.2.5.4 Uji Moderasi <i>Conscientiousness</i> pada Pengaruh Regulasi Diri terhadap Pembelian Impulsif	68
4.2.5.5 Uji Moderasi <i>Emotional Stability</i> pada Pengaruh Regulasi Diri terhadap Pembelian Impulsif	71
4.2.5.6 Uji Moderasi <i>Intellect</i> pada Pengaruh Regulasi Diri terhadap Pembelian Impulsif	73
4.2.6 Analisis Data Tambahan	75
4.2.6.1 Hasil Uji Korelasi Antar Variabel	76
4.2.6.2 Uji Beda <i>Mean</i> berdasarkan Data Demografi	77
4.2.6.2.1 Uji Beda berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.2.6.2.2 Uji Beda berdasarkan Usia	78
4.2.6.2.3 Uji Beda berdasarkan Status	79
4.2.6.2.4 Uji Beda berdasarkan Domisili	80
4.2.6.2.5 Uji Beda berdasarkan Pekerjaan	80
4.2.6.2.6 Uji Beda berdasarkan Sumber Pendapatan	81
4.2.6.2.7 Uji Beda berdasarkan Pendapatan	81
4.3 Diskusi	82
4.3.1 Diskusi Data Utama	82
4.3.2 Diskusi Data Tambahan	89
4.3.3 Keterbatasan Penelitian	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

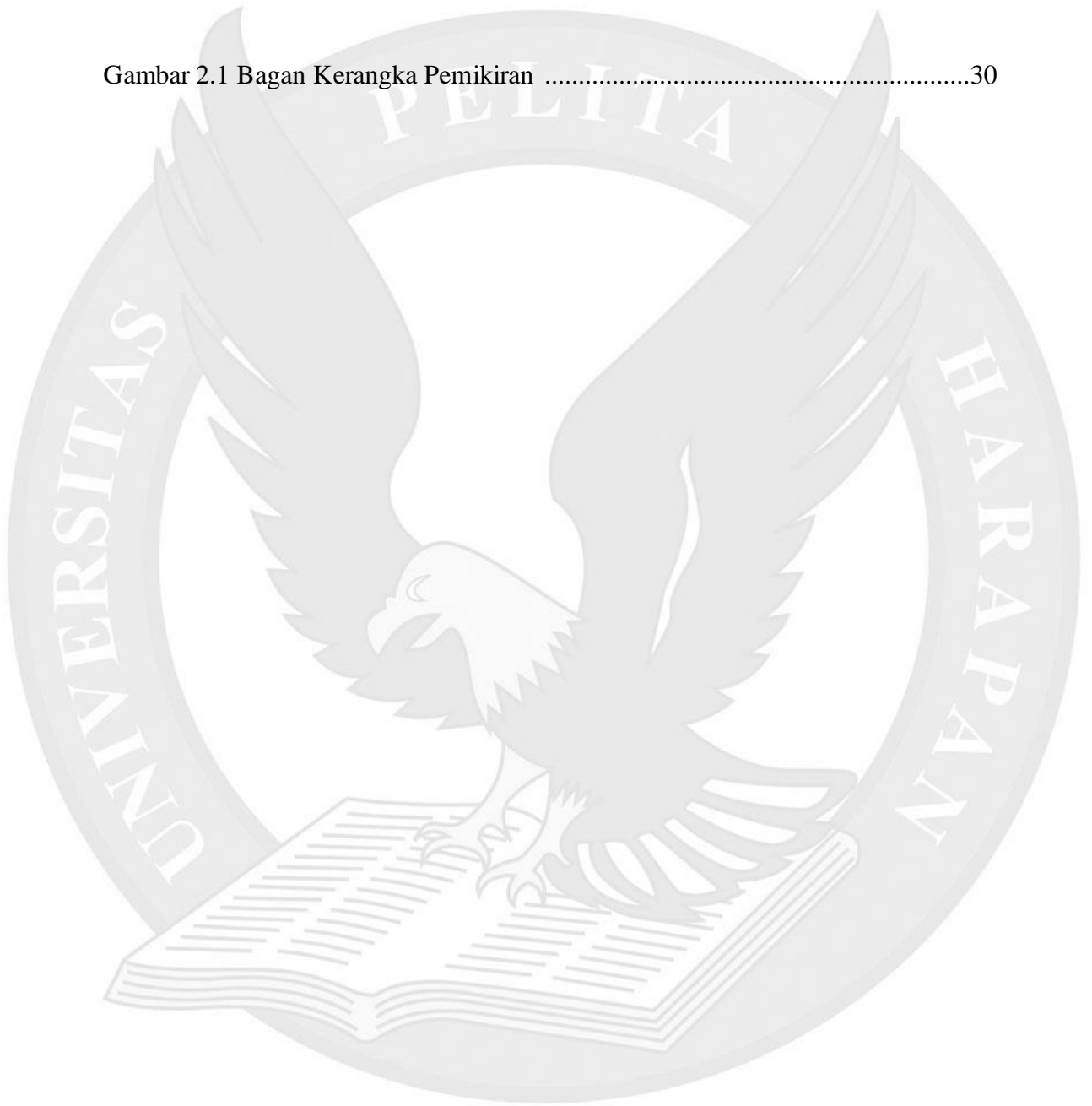
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Teoretis	94
5.2.2 Saran Praktis	95
5.3 Refleksi	96

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran	30



DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 3.1 <i>Blueprint Self-Regulation Scale</i>	48
Tabel 3.2 <i>Blueprint International Personality Item Pool Big Five Model</i>	49
Tabel 3.3 <i>Blueprint Impulsive Buying Tendency Scale</i>	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian	53
Tabel 4.2 Karakteristik Partisipan	54
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	57
Tabel 4.4 Kategorisasi Norma Variabel Penelitian	59
Tabel 4.5 Rangkuman Uji Hipotesis	75
Tabel 4.6 Hasil Analisis Korelasi Regulasi Diri dengan <i>Big Five</i>	76
Tabel 4.7 Hasil Analisis Korelasi Pembelian Impulsif dengan <i>Big Five</i>	77
Tabel 4.8 Perbandingan <i>Mean</i> Pembelian Impulsif berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.9 Perbandingan <i>Mean</i> Pembelian Impulsif berdasarkan Usia	78
Tabel 4.10 Uji <i>Post-Hoc Scheffe</i> pada Pembelian Impulsif berdasarkan Usia	79
Tabel 4.11 Perbandingan <i>Mean</i> Pembelian Impulsif berdasarkan Status	79
Tabel 4.12 Perbandingan <i>Mean</i> Pembelian Impulsif berdasarkan Domisili	80
Tabel 4.13 Perbandingan <i>Mean</i> Pembelian Impulsif berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4.14 Perbandingan <i>Mean</i> Pembelian Impulsif berdasarkan Sumber Pendapatan	81
Tabel 4.15 Perbandingan <i>Mean</i> Pembelian Impulsif berdasarkan Pendapatan	81

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
LAMPIRAN A Alat Ukur Versi Orisinil	A-1
LAMPIRAN B Izin Alat Ukur	B-1
LAMPIRAN C Kuesioner Penelitian	C-1
LAMPIRAN D Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur (<i>Try Out</i>)	D-1
LAMPIRAN E Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	E-1
LAMPIRAN F Uji Normalitas Residual	F-1
LAMPIRAN G Uji Asumsi Klasik	G-1
LAMPIRAN H Analisis Frekuensi dan Deskriptif Data Demografis	H-1
LAMPIRAN I Uji Hipotesis	I-1
LAMPIRAN J Uji Korelasi	J-1
LAMPIRAN K Uji Beda <i>Mean</i>	K-1
LAMPIRAN L Uji <i>Post-Hoc</i>	L-1

