

**PENGARUH *DISCOUNTED PRICE* DAN *SELF ESTEEM* TERHADAP *IMPULSE BUYING TENDENCY* PADA SISWA-SISWI KELAS X SMA NAHDLATUL ULAMA
1 GRESIK**

SKRIPSI



Oleh :

ANGGITA PUTRI NUR SHOLICHAH

200701013

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK

2024

PENGARUH *DISCOUNTED PRICE* DAN *SELF ESTEEM* TERHADAP *IMPULSE BUYING TENDENCY* PADA SISWA-SISAWI KELAS X SMA NAHDLATUL ULAMA 1
GRESIK

SKRIPSI

Diajukan guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Mata Kuliah Skripsi Pada
Program Studi Psikologi
Universitas Muhammadiyah Gresik

Disusun Oleh :

ANGGITA PUTRI NUR SHOLICHAH

200701013

FAKULTAS PSIKOLOGI

PRODI PSIKOLOGI

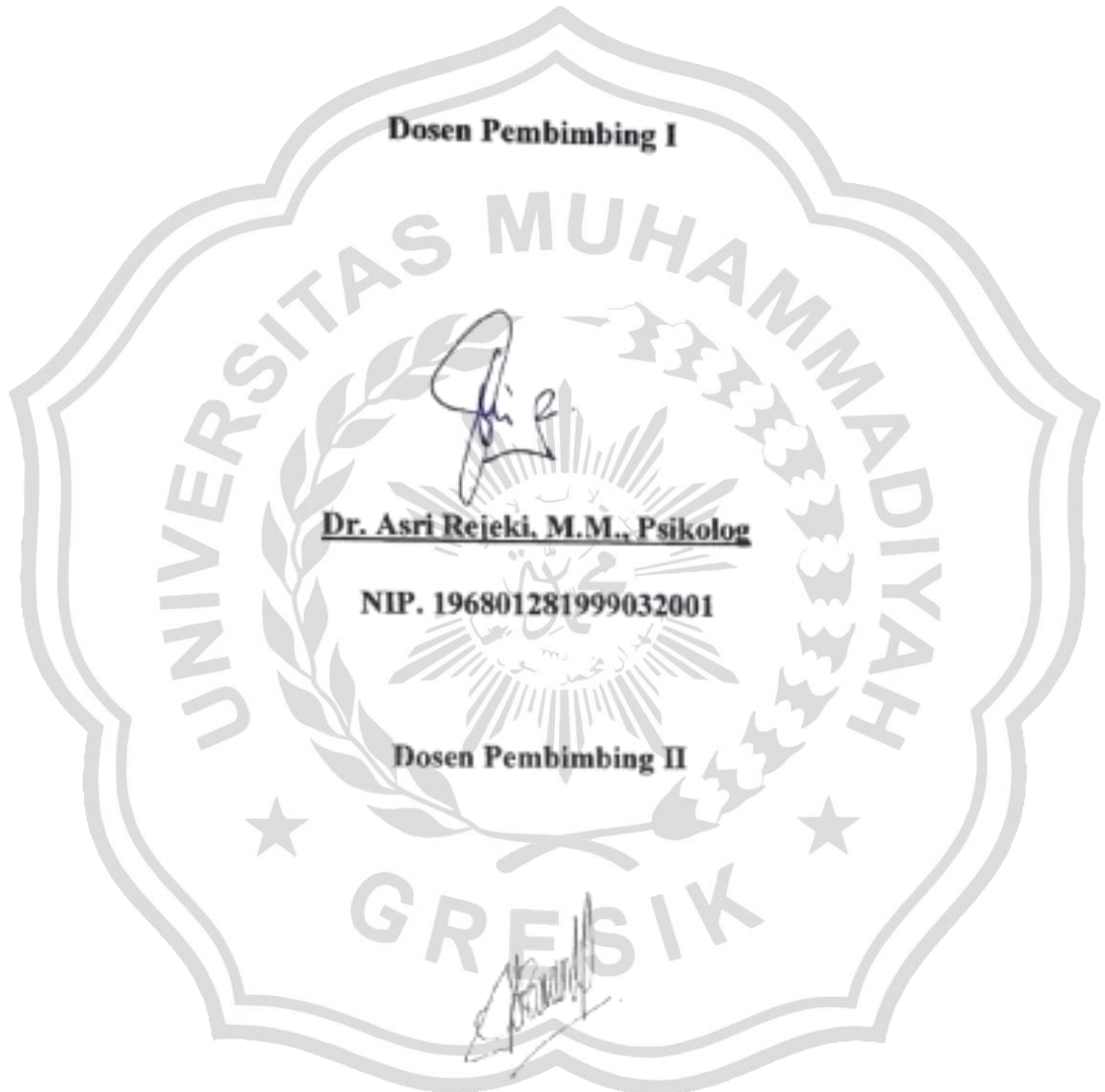
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi



HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

**PENGARUH *DISCOUNTED PRICE* DAN *SELF ESTEEM* TERHADAP *IMPULSE BUYING TENDENCY* PADA SISWA-SISWI KELAS X SMA NAHDLATUL ULAMA
I GRESIK**

Disusun Oleh :

ANGGITA PUTRI NUR SHOLICHAH

200701013

Telah disidangkan dan dipertahankan dihadapan para Dewan Penguji Skripsi Universitas Muhammadiyah Gresik dan dapat diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi.

Disahkan pada hari : Rabu
Tanggal : 10 Juli 2024
Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Gresik



Awang Setiawan Wicaksono, M.Psi., Psikolog
NIP : 198106302005011002

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

NO	JABATAN	NAMA	NIP	TANDA TANGAN
1.	Ketua	Idha Rahayuningsih, M.Psi., Psikolog	07110606132	
2.	Sekretaris	Prianggi Amelasasih, S.Psi., M.Si	07111710203	
3.	Anggota	Dr. Asri Rejeki, M.M., Psikolog	196801281999032001	

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya kami telah memberikan kepadamu kemenangan yang nyata”

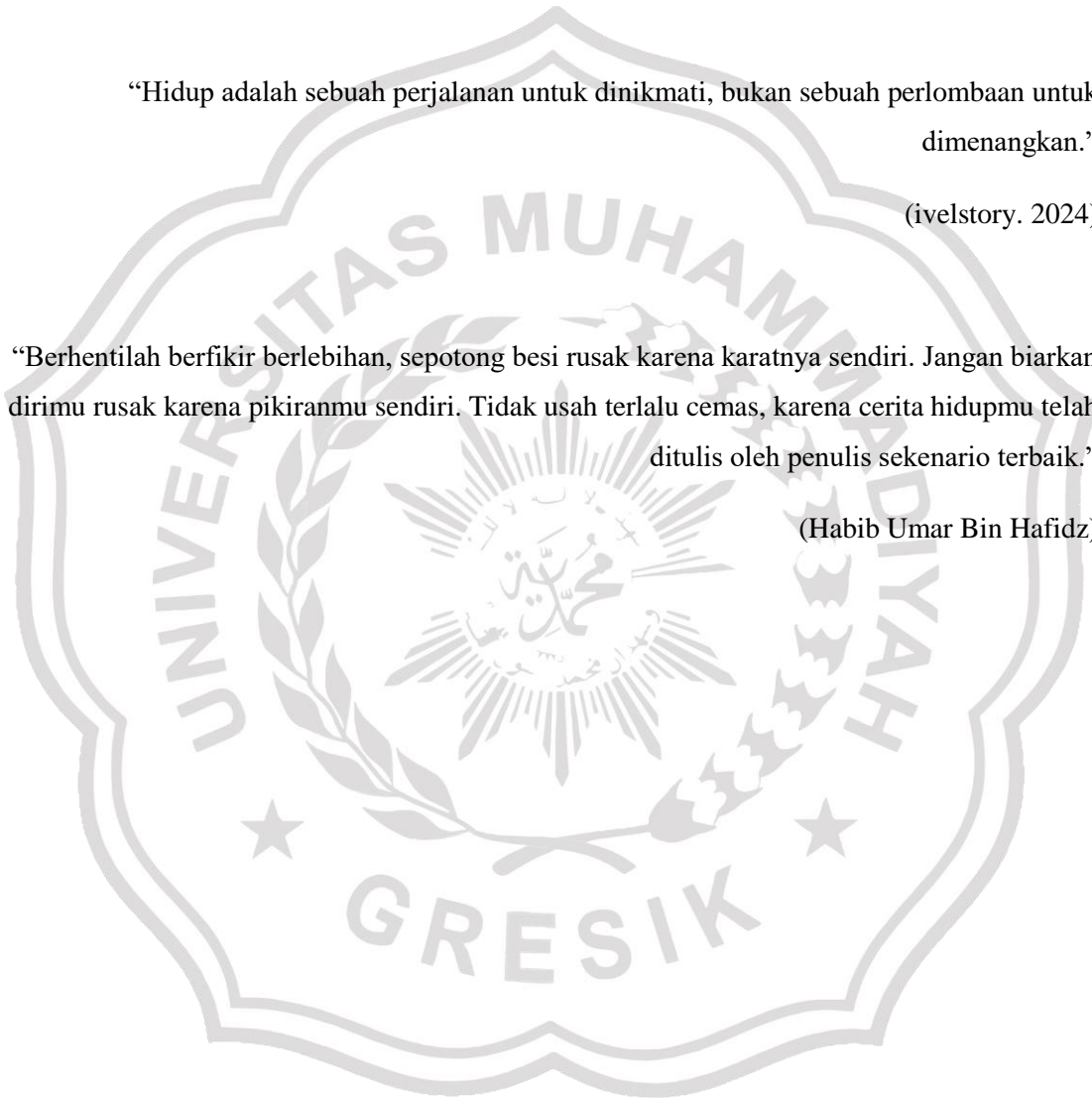
(QS. Al-Fath : 1)

“Hidup adalah sebuah perjalanan untuk dinikmati, bukan sebuah perlombaan untuk dimenangkan.”

(ivelstory. 2024)

“Berhentilah berfikir berlebihan, sepotong besi rusak karena karatnya sendiri. Jangan biarkan dirimu rusak karena pikiranmu sendiri. Tidak usah terlalu cemas, karena cerita hidupmu telah ditulis oleh penulis skenario terbaik.”

(Habib Umar Bin Hafidz)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim...

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta hidayahnya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Alm Endang Maryunani, Seseorang dari kecil sampai Madrasah Tsanawiyah yang saya panggil “Mama”. Alhamdulillah anak Perempuannya sudah berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana sebagai perwujudan terakhir sebelum engkau benar-benar pergi. Terima kasih sudah mengantarkan saya berada ditempat ini. Walaupun pada akhirnya saya harus berjuang tertatih sendiri tanpa kau damping.
2. Moch. Sholeh, seseorang yang selalu ku panggil “Papa” yang telah membesarkan dengan sabar putri bungsunya, yang selalu memberikan semangat, doa dan juga memfasilitasi semua keberlangsungan penyelesaian skripsi ini. Serta ibu yang selalu menyiapkan setiap pagi sarapan di meja makan.
3. Kakak-kakak, saya yang selalu memberi donatur saya untuk membeli konsumsi mengerjakan skripsi agar tetap semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Ponakan-ponakan tante yaitu Keane, Kanaya dan Dafa yang selalu membuat tante tertawa setiap bertemu.
5. Teman-teman main saya yaitu Indy, Nunik, Sovi, Vira, Dewi, Fanisa, Sofah, dan Mbak Mada yang selalu mengajak saya untuk mencari udara segar agar tidak terlalu jenuh.
6. Teman kuliah dan penghuni malam Lab yaitu Lola, Ela, Icha dan Nabila yang selalu menemani dan mendukung selama proses pengerjaan skripsi sehingga penuh tawa dan semangat.
7. Abraham Dmitriev Hariyanto “Abe” adek kecil yang sangat lucu ponakan online yang telah memberikan semangat dan motivasi agar tidak terlalu jenuh melalui konten yang dapat menghibur saya.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggita Putri Nur Sholichah

NIM : 200701013

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya skripsi yang berjudul “Pengaruh *Discounted Price* dan *Self Esteem* terhadap *Impulse Buying Tendency* pada siswa-siswi SMA Nahdlatul Ulama 1 Gresik” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Gresik, Juli 2024



Anggita Putri Nur Sholichah
NIM. 200701013

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan daya dan kekuatan bagi orang-orang yang bertawakal, yang memberikan kemudahan dan menghilangkan kesukaran, memberikan petunjuk kebenaran yang benar dan kesalahan yang salah serta memberikan kekuatan kepada kami untuk mampu menjaganya. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., atas keluarga, sahabat dan orang-orang yang mengikuti mereka dengan baik hingga hari akhir.

Seiring dengan rasa syukur kepada Allah SWT., atas terselesaikannya penulisan skripsi yang berjudul “PENGARUH *DISCOUNTED PRICE* DAN *SELF ESTEEM* TERHADAP *IMPULSE BUYING TENDENCY* PADA SISWA-SISWI KELAS X SMA NAHDLATUL ULAMA 1 GRESIK” maka penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Awang Setiawan Wicaksono, M.Psi., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Ibu Prianggi Amelasasih, S.Psi., M.Si selaku Ka. Prodi Psikologi.
3. Ibu Idha Rahayuningsih, M.Psi., Psikolog selaku dosen wali.
4. Ibu Dr. Asri Rejeki, M.M., Psikolog selaku Pembimbing Skripsi I.
5. Ibu Citrawanti Oktavia, M.Psi., Psikolog selaku Pembimbing Skripsi II.
6. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik.
7. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan walaupun demikian penulis tetap berharap semoga penulisan skripsi ini berguna dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya bidang psikologi.

Gresik, Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan	v
Pernyataan Keaslian Skripsi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel.....	xii
Abstrak	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah	17
1.4 Rumusan Masalah.....	17
1.5 Tujuan penelitian	18
1.6 Manfaat Penelitian	18
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Impulse Buying Tendency</i>	19
2.1.1 Definisi <i>Impulse Buying Tendency</i>	19
2.1.2 Aspek-aspek <i>Impulse Buying Tendency</i>	20
2.1.3 Faktor-faktor <i>Impulse Buying Tendency</i>	21
2.2 <i>Discounted Price</i>	23
2.2.1 Definisi <i>Discounted Price</i>	23
2.2.2 Indikator <i>Discounted Price</i>	24
2.2.3 Jenis-jenis <i>Discounted Price</i>	24
2.3 Self Esteem	26
2.3.1 Definisi <i>Self Esteem</i>	26
2.3.2 Aspek-aspek <i>Self Esteem</i>	27
2.3.3 Faktor-faktor <i>Self Esteem</i>	27

2.4 Hubungan antar variabel	27
2.4.1 Pengaruh <i>Discounted Price</i> terhadap <i>Impulse Buying Tendency</i>	27
2.4.2 Pengaruh <i>Self Esteem</i> terhadap <i>Impulse Buying Tendency</i>	28
2.4.3 Pengaruh <i>Discounted Price</i> dan <i>Self Esteem</i> terhadap <i>Impulse Buying Tendency</i>	29
2.6 Hipotesis	30

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	32
3.2 Identifikasi Variabel	32
3.3 Definisi Operasional	32
3.3.1 Definisi Operasional <i>Impulse Buying Tendency</i>	32
3.3.2 Definisi <i>Discounted Price</i>	33
3.3.3 Definisi <i>Self Esteem</i>	33
3.4 Populasi dan Teknik Sampling	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel	34
3.5.1 Skala <i>Impulse Buying Tendency</i>	36
3.5.2 Skala <i>Discounted Price</i>	37
3.5.3 Skala <i>Self Esteem</i>	37
3.6 Validitas dan Reliabilitas	38
3.6.1 Validitas	38
3.6.2 Reliabilitas	38
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Uji Normalitas	39
3.7.2 Uji Linearitas	40
3.7.3 Uji Multikolinearitas	40
3.7.4 Uji Heteroskedastisitas	40
3.7.5 Uji Hipotesis	41

BAB VI : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian	42
4.1.1 Profil SMA NU 1 GRESIK	42
4.1.2 Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian	42
4.1.3 Hambatan dalam Proses Penelitian	43

4.1.4 Subjek Penelitian.....	43
4.2 Hasil Pengukuran Validitas.....	44
4.2.1 Uji Validitas	44
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
4.3 Hasil Uji Asumsi dan Hipotesis	47
4.3.1 Uji Asumsi	47
4.3.2 Uji Hipotesis	51
4.4 Kategori Berdasarkan Norma.....	54
4.5 Pembahasan.....	55
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran	64
5.2.1 Bagi Siswa-siwi SMA NU 1 GRESIK.....	64
5.2.2 Bagi Orang Tua.....	64
5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	64
Daftar Pustaka	66
Lampiran	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Wawancara dengan Subjek Mengenai Impulse Buying Tendency	3
Tabel 1. 2 Hasil Wawancara dengan Subjek Mengenai Self Esteem.....	10
Tabel 1. 3 Hasil Wawancara dengan Subjek Mengenai Discounted Price.....	13
Tabel 3. 1 Populasi	34
Tabel 3. 2 Skoring Alat Ukur	36
Tabel 3. 3 Blue Print Skala Impulse Buying Tendency	36
Tabel 3. 4 Blue print Skala Discounted Price.....	37
Tabel 3. 5 Blue print Skala Self Esteem.....	37
Tabel 4. 1 Presentese Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2 Presentase Usia.....	44
Tabel 4. 3 Uji Validitas Skala Impulse Buying Tendency	44
Tabel 4. 4 Uji Validitas Discounted Price	45
Tabel 4. 5 Uji Validitas Self Esteem	46
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Skala Impulse Buying Tendency.....	46
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Skala Discounted Price	47
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Skala Self Esteem.....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Impulse Buying Tendency	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Discounted Price	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Self Esteem.....	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linieritas Discounted Price terhadap Impulse Buying Tendency	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linieritas Self Esteem terhadap Impulse Buying Tendency	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4. 15 Hasil Anova.....	51
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Regresi.....	52
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4. 18 Norma Kategorisasi.....	54
Tabel 4. 19 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	54
Tabel 4. 20 Hasil Kategorisasi Norma Skor Impusle Buying Tendency.....	55
Tabel 4. 21 Hasil Kategorisasi Norma Skor Discounted Price.....	55
Tabel 4. 22 Hasil Kategorisasi Norma Skor Self Esteem	55
Tabel 4. 23 Item Unfavorabel Skala Discounted Price yang Banyak Dipilih	58
Tabel 4. 24 Item Favorabel Skala Self Esteem yang banyak dipilih	59
Tabel 4. 25 Item Favorabel Skala Impulse Buying Tendency yang banyak dipilih	60
Tabel 4. 26 Item Unfavorabel Skala Discounted Price yang Sedikit Dipilih	61
Tabel 4. 27 Item Favorabel Skala Self Esteem yang Sedikit Dipilih	62
Tabel 4. 28 Item Favorabel Skala Impulse Buying Tendency yang Sedikit Dipilih	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	70
Lampiran 2 Kartu Bimbingan.....	71
Lampiran 3 Hasil Cek Plagiarisme.....	73
Lampiran 4 Lembar Expert Judgement	74
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 6 Tabulasi data Discounte Price.....	79
Lampiran 7 Tabulasi data Self Esteem.....	86
Lampiran 8 Tabulasi data Impulse Buying Tendency.....	93
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Discounted Price Putaran pertama	100
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Discounted Price Putaran kedua.....	102
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Discounted Price Putaran ketiga	103
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Self Esteem.....	104
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Impulse Buying Tendency	106
Lampiran 14 Hasil Uji Normalitas	111
Lampiran 15 Hasil Uji Linearitas	114
Lampiran 16 Hasil Uji Multikolinieritas	115
Lampiran 17 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	116
Lampiran 18 Hasil Uji Hipotesis.....	117
Lampiran 19 Tabel Frekuensi Discounted Price	118
Lampiran 20 Tabel Frekuensi Self Esteem.....	120
Lampiran 21 Tabel Frekuensi Impulse Buying Tendency	122

ABSTRAK

Anggita Putri Nur Sholichah (200701013) 2024. Universitas Muhammadiyah Gresik. Pengaruh *Discounted Price* dan *Self Esteem* terhadap *Impulse Buying Tendency*

Generasi Z tampaknya memiliki dominasi atas tren belanja online dibandingkan dengan generasi yang lebih tua. Survei Katadata Insight Center (KIC) menemukan bahwa mayoritas atau lebih dari 35% responden generasi Z (kelahiran 1997-2005) mengaku lebih sering berbelanja secara online daripada secara offline. Sementara itu, proporsi generasi Y atau millennial (kelahiran 1981-1996), yang memiliki kebiasaan serupa, hanya 32%, dan generasi X (kelahiran 1967-1980) hanya 25% dari total responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dan kemudian menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013:8) Penelitian ini menggunakan metode survey. Metode survey adalah metode metode yang memberikan kuisioner atau skala pada satu sampel untuk mendeskripsikan sikap, opsi, perilaku, atau karakteristik responden (Alsa, 2014). hasil uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* untuk mengukur skala *Impulse Buying Tendency* menunjukkan hasil 0,924 berarti reliabel. skala *Discounted Price* menunjukkan hasil 0,757 diartikan skala tersebut reliabel. variabel *Impulse Buying Tendency* memiliki nilai 0,677 berarti berdistribusi normal. nilai VIF variabel harga diskon 1.021 dan nilai toleransi variabel harga diskon 0.980 lebih besar dari 0.10, tidak ada multikolinearitas. disimpulkan terdapat pengaruh antara *discounted price* dan *self esteem* dengan *impulse buying tendency* pada siswa-siswi kelas X SMA Nahdlatul Ulama 1 Gresik. Selain itu, analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh positif antara *self esteem* terhadap *impulse buying tendency*. Dari temuan ini, bahwa faktor-faktor seperti harga diskon dan *self esteem* memberikan peran penting dalam perilaku belanja impulsif pada remaja.

Kata kunci : *Discounted Price, Self Esteem, Impulse Buying Tendency.*

ABSTRACT

Anggita Putri Nur Sholichah (200701013) 2024. University of Muhammadiyah Gresik. The Effect Discounted Price and Self Esteem on Impulse Buying Tendency in Nahdlatul Ulama 1 Gresik high school.

Generation Z seems to have dominance over online shopping trends compared to older generations. The Katadata Insight Center (KIC) survey found that the majority or more than 35% of generation Z respondents (born 1997-2005) claimed to shop online more often than offline. Meanwhile, the proportion of generation Y or millennials (born 1981-1996), who have similar habits, is only 32%, and generation X (born 1967-1980) is only 25% of the total respondents. This research uses quantitative methods. This research collects data using research instruments and then analyzes the data quantitatively or statistically to test the hypothesis that has been set (Sugiyono, 2013: 8) This research uses a survey method. The survey method is a method of giving a questionnaire or scale to a sample to describe the attitudes, options, behavior, or characteristics of respondents (Alsa, 2014). the results of the reliability test using Cronbach's Alpha to measure the Impulse Buying Tendency scale show the results of 0.924, which means reliable. the Discounted Price scale shows the results of 0.757, which means that the scale is reliable. The Impulse Buying Tendency variable has a value of 0.677, which means normal distribution. the VIF value of the discounted price variable is 1.021 and the tolerance value of the discounted price variable is 0.980 greater than 0.10, there is no multicollinearity. it is concluded that there is an influence between discounted price and self esteem with impulse buying tendency in class X students of SMA Nahdlatul Ulama 1 Gresik. In addition, regression analysis shows a positive influence between self esteem on impulse buying tendency. From these findings, that factors such as discounted price and self esteem provide an important role in impulse shopping behavior in adolescents.

Keywords : *Discounted Price, Self Esteem, Impulse Buying Tendency*