

**IMPULSE BUYING DITINJAU DARI SELF ESTEEM PADA
PRAMUGARI**

SKRIPSI

Disusun oleh:

ROSALIA OKTAVINA VYSMA

12.40.0215



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2016

**IMPULSE BUYING DITINJAU DARI SELF ESTEEM PADA
PRAMUGARI**

SKRIPSI

Disusun oleh:

ROSALIA OKTAVINA VYSMA

12.40.0215



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2016

**IMPULSE BUYING DITINJAU DARI SELF ESTEEM PADA
PRAMUGARI**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna
Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**

Disusun oleh:

ROSALIA OKTAVINA VYSMA

12.40.0215



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
Dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna
Memperoleh Derajat Sarjana

Pada Tanggal
.....

Mengesahkan,
Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata
Dekan,

(Dr. M. Sih Setija Utami, M.Kes)

Dewan Penguji

1. Dosen Penguji 1 :
2. Dosen Penguji 2 :
3. Dosen Penguji 3 :

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua
orangtua saya yang tercinta*



MOTTO

The logo of Universitas Katolik Soegijapranata is a yellow shield-shaped emblem with a scalloped border. Inside the shield, there is a central figure of a person with arms raised in prayer, set against a dark background. Above the figure is a white cross, and below is an open book. The text "UNIVERSITAS KATOLIK" is written in a semi-circle at the top, and "SOEGIJAPRANATA" is written in a semi-circle at the bottom.

“Bersabar, Berusaha, dan Bersyukur”

Bersabar dalam berusaha

Berusaha dengan tekun dan pantang menyerah

dan Bersyukur atas apa yang telah diperoleh

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis haturkan kepada Yesus Kristus atas limpahan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. M. Sih Setija Utami, M.Kes selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Lucia Trisni W, S.Psi, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Lita Widyo Hastuti selaku Dosen Wali kelas 04 angkatan 2012 yang telah memberikan pengarahan serta perhatian dalam perwalian.
4. Bapak Bowo dan Ibu Novi selaku dosen penguji yang telah memberikan saran yang baik dalam penelitian ini.
5. Mas Gandi dan Mbak Deo yang telah membantu saat mendaftar ujian.
6. Keluarga terkasih, Papa, Mama, Ronaldo E Vysma dan Jessica Tiara Vysma atas dukungan, doa, dan kasih sayangnya sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan dan tugas akhir dengan baik.
7. Keluarga besar, tante Susi, tante Oni, tante Selly, Arif Miftakulhadi, Komang Shandy yang telah memberikan dukungan, semangat dan bantuan sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

8. Sahabat penulis, Aulia Intan, Hendricus Raditte, Marsela Rizky, Adriana Ardaninggar yang dengan sabar senantiasa membantu penulis dikala suka maupun duka.
9. Sahabat penulis, Bernadeta Nathasia Apriliani S, Bryan Adiyoga, Christina May yang selalu memberikan semangat kepada penulis
10. Teman-teman Bintangku yang sangat mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
11. Teman-teman Kelas 04 angkatan 2012 Fakultas Psikologi Unika yang telah menjadi teman sekelas yang menyenangkan selama masa perkuliahan.
12. Teman-teman Pramugari Garuda Indonesia yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang membutuhkan.

Semarang, 2 Juni 2016

Peneliti

IMPULSE BUYING DITINJAU DARI SELF ESTEEM PADA PRAMUGARI

Rosalia Oktavina Vysma

12.40.0215

Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self esteem* Pramugari dengan *impulse buying*. Hipotesis penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara *self esteem* pada Pramugari dengan *impulse buying*. Penelitian ini dilakukan pada 40 orang Pramugari dengan rentang usia 20-30 tahun yang dilakukan pada Pramugari Maskapai Garuda Indonesia. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling*. Untuk mengungkap perilaku *impulse buying* digunakan skala *impulse buying*, dan untuk mengukur *self esteem* pada Pramugari diungkap menggunakan skala *self esteem*. Hasil analisis data dengan teknik korelasi Product Moment diperoleh koefisien korelasi sebesar -0.709 dengan $p < 0,01$, yang berarti ada hubungan negatif antara *self esteem* pada Pramugari dengan *impulse buying*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

Kata kunci: *impulse buying, self esteem*

DAFTAR ISI

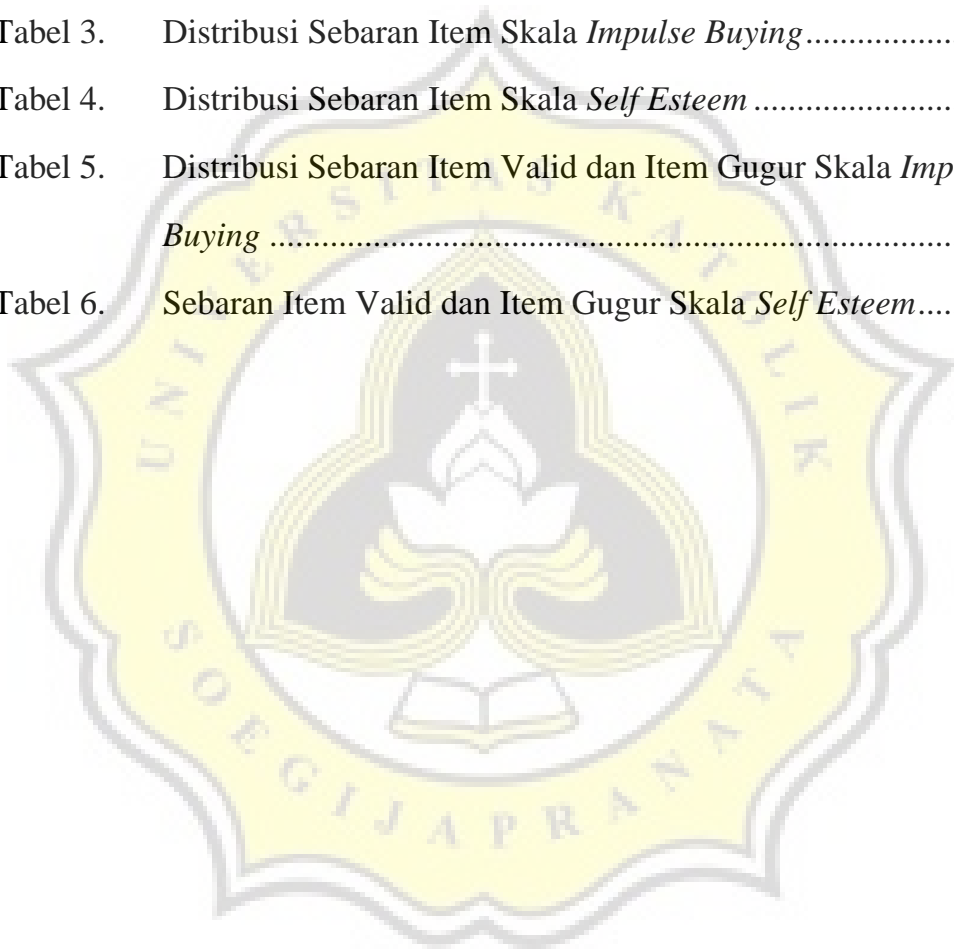
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian.....	10
C. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. <i>Impulse Buying</i>	11
1. Pengertian <i>Impulse Buying</i>	11
2. Aspek-Aspek <i>Impulse Buying</i>	12
3. Faktor yang Mempengaruhi	14
B. <i>Self Esteem</i>	16
1. Pengertian <i>Self Esteem</i>	16
2. Aspek-Aspek <i>Self Esteem</i>	17

	C. Hubungan Antara <i>Self Esteem</i> dengan <i>Impulse Buying</i>	20
	D. Hipotesis	27
BAB III	METODE PENELITIAN.....	28
	A. Metode Penelitian yang Digunakan.....	28
	B. Identifikasi Variabel Penelitian	29
	C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
	1. <i>Impulse Buying</i>	29
	2. <i>Self Esteem</i>	30
	D. Subyek Penelitian.....	30
	1. Populasi.....	30
	2. Teknik Pengambilan Sampel	31
	E. Metode Pengumpulan Data	31
	1. Alat Pengumpulan Data.....	31
	2. Blueprint dan Cara Penilaiannya	32
	F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	34
	1. Validitas	34
	2. Reliabilitas	35
	G. Metode Analisa Data.....	35
BAB IV	PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN	36
	A. Orientasi Kanchah Penelitian	36
	B. Uji Coba Alat Ukur	37
	1. Penyusunan Alat Ukur	37
	2. Hasil Analisis Uji Coba Alat Ukur	38
	a. Uji Validitas Alat Ukur.....	38

	b. Uji Reliabilitas Alat Ukur	40
	C. Pelaksanaan Penelitian	40
	1. Permohonan Ijin Penelitian.....	40
	2. Metode Pengambilan Sampel	41
	3. Pelaksanaan Penelitian	41
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
	A. Hasil Penelitian	42
	1. Uji Asumsi	42
	a. Uji Normalitas.....	42
	b. Uji Linearitas	43
	2. Uji Hipotesis	43
	3. Program Paket Statistik yang digunakan	43
	B. Pembahasan	44
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
	A. Kesimpulan	48
	B. Saran	48
	1. Bagi Pramugari.....	48
	2. Bagi Peneliti Selanjutnya	48
	DAFTAR PUSTAKA	50
	LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Blue Print</i> Skala <i>Impulse Buying</i>	33
Tabel 2.	<i>Blue Print</i> Skala <i>Self Esteem</i>	34
Tabel 3.	Distribusi Sebaran Item Skala <i>Impulse Buying</i>	37
Tabel 4.	Distribusi Sebaran Item Skala <i>Self Esteem</i>	38
Tabel 5.	Distribusi Sebaran Item Valid dan Item Gugur Skala <i>Impulse Buying</i>	39
Tabel 6.	Sebaran Item Valid dan Item Gugur Skala <i>Self Esteem</i>	40



DAFTAR LAMPIRAN

A. Skala Penelitian	53
A-1 Skala <i>Impulse Buying</i>	54
A-2 Skala <i>Self Esteem</i>	61
B. Data Penelitian	68
B-1 Data <i>Impulse Buying</i>	69
B-2 Data <i>Self Esteem</i>	71
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	73
C-1 Skala <i>Impulse Buying</i>	74
C-2 Skala <i>Self Esteem</i>	79
D. Analisa Data	84
D-1 Uji Normalitas	85
D-2 Uji Linieritas	88
D-3 Uji Hipotesis	92
E. Inform Consent	94