

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN BELANJA IMPULSIF PADA
WANITA DEWASA AWAL PENGGUNA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

Maddava Telenging Ati Sasami 20.E1.0079



**PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

SEMARANG 2026

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN BELANJA IMPULSIF PADA
WANITA DEWASA AWAL PENGGUNA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan Diterima untuk
Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Psikologi

Oleh :

Maddava Telenging Ati Sasami 20.E1.0079



PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara kontrol diri dengan belanja impulsif pada wanita dewasa awal pengguna e-commerce. Subjek penelitian berjumlah 117 wanita dewasa awal berusia 20–40 tahun yang memiliki pendapatan sendiri dan aktif berbelanja melalui platform e-commerce. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner berbentuk skala Likert yang disebarakan secara daring menggunakan Google Forms.

Instrumen penelitian terdiri dari skala belanja impulsif yang mengacu pada Impulsive Buying Tendency oleh Verplanken dan Herabadi (2001) yang mencakup aspek kognitif dan afektif, serta skala kontrol diri yang disusun berdasarkan Self-Control Scale (SCS) dari Tangney, Baumeister, dan Boone (2004). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa koefisien validitas skala belanja impulsif berada pada rentang 0,310–0,828 dengan reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0,916, sedangkan skala kontrol diri memiliki koefisien validitas antara 0,214–0,798 dengan reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0,920, yang menunjukkan bahwa kedua alat ukur memiliki reliabilitas yang sangat baik.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data belanja impulsif berdistribusi normal ($p = 0,057$; $p > 0,05$), sedangkan data kontrol diri tidak berdistribusi normal ($p = 0,002$; $p < 0,05$). Oleh karena itu, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik korelasi Spearman's rho. Hasil analisis menunjukkan koefisien korelasi sebesar $\rho = -0,659$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$), yang menunjukkan adanya hubungan negatif yang kuat dan signifikan antara kontrol diri dan belanja impulsif pada wanita dewasa awal pengguna e-commerce. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri yang dimiliki individu, maka semakin rendah kecenderungan belanja impulsif yang dilakukan. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran kontrol diri sebagai mekanisme psikologis dalam mengendalikan perilaku konsumtif impulsif pada wanita dewasa awal di era belanja digital.

Kata kunci: belanja impulsif, kontrol diri, e-commerce, wanita dewasa awal

ABSTRACT

This study aimed to examine the relationship between self-control and impulsive buying among early adult women who use e-commerce platforms. The participants consisted of 117 early adult women aged 20–40 years who had independent income and actively engaged in online shopping. A purposive sampling technique was employed. This research adopted a quantitative correlational design, with data collected through Likert-scale questionnaires distributed online via Google Forms.

The research instruments included an impulsive buying scale based on the Impulsive Buying Tendency model developed by Verplanken and Herabadi (2001), covering cognitive and affective aspects, and a self-control scale adapted from the Self-Control Scale (SCS) developed by Tangney, Baumeister, and Boone (2004). Validity testing showed that the impulsive buying scale had validity coefficients ranging from 0.310 to 0.828 with a Cronbach's alpha of 0.916, while the self-control scale demonstrated validity coefficients ranging from 0.214 to 0.798 with a Cronbach's alpha of 0.920, indicating excellent reliability for both instruments.

Normality test results indicated that impulsive buying data were normally distributed ($p = 0.057$; $p > 0.05$), whereas self-control data were not normally distributed ($p = 0.002$; $p < 0.05$). Therefore, hypothesis testing was conducted using Spearman's rho correlation analysis. The results revealed a strong and significant negative correlation between self-control and impulsive buying ($\rho = -0.659$; $p = 0.000$; $p < 0.01$). These findings indicate that higher levels of self-control are associated with lower tendencies toward impulsive buying among early adult female e-commerce users. This study highlights the critical role of self-control as a psychological mechanism in regulating impulsive consumption behavior in the digital shopping environment.

Keywords: *impulsive buying, self-control, e-commerce, early adult women*