



SKRIPSI

Judul:

Pengaruh Money Attitude Terhadap Compulsive Buying
Pada Dewasa Awal Pengguna Fitur Pay
Later

Disusun oleh:

SELFY ANGGRAINI
NIM. 705180170

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
2023

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-06/R0	HAL. 1/1
05 NOVEMBER 2010	SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Selfi Anggraini

NIM : 705180170

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang diserahkan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, berjudul:

Pengaruh *Money Attitude* Terhadap *Compulsive Buying* Pada Dewasa Awal Pengguna Fitur *Pay Later*

Merupakan karya sendiri yang tidak dibuat dengan melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme. Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme tersebut, dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku di lingkungan Universitas Tarumanagara.


Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Lubuklinggau, 4 Januari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Selfi Anggraini

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-07/R0	HAL. 1/1
	SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH	
05 NOVEMBER 2010		

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Selfi Anggraini**

N I M : **705180170**

Alamat : **Jl. Perdatam 3 No.10, RW.5, Ulujami, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12250**

Dengan ini memberi hak kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk menerbitkan sebagian atau keseluruhan karya penelitian saya, berupa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Money Attitude Terhadap Compulsive Buying Pada Dewasa Awal Pengguna Fitur Pay Later

Saya juga tidak keberatan bahwa pihak editor akan mengubah, memodifikasi kalimat-kalimat dalam karya penelitian saya tersebut dengan tujuan untuk memperjelas dan mempertajam rumusan, sehingga maksud menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pembaca umum sejauh perubahan dan modifikasi tersebut tidak mengubah tujuan dan makna penelitian saya secara keseluruhan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, secara sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 20 Januari

Yang Membuat Pernyataan



Selfi Anggraini

Pengesahan

Nama : SELF ANGGRAINI
NIM : 705180170
Program Studi : PSIKOLOGI
Judul Skripsi : Pengaruh Money Attitude Terhadap Compulsive Buying Pada Dewasa Awal Pengguna Fitur Pay Later
Title : The Effect of Money Attitude On Compulsive Buying in Early Adult Users of Pay Later Features

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi PSIKOLOGI Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara pada tanggal 16-Januari-2023.

Tim Penguji:


1. MONTY P. SADIADARMA, S.Psi,MS/AT,MFCC,DCH,Dr., Psikolog
2. WIDYA RISNAWATY, S.Psi., M.Psi., Psikolog
3. SANDI KARTASASMITA, M.Psi., Psikolog

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:
SANDI KARTASASMITA, M.Psi., Psikolog
NIK/NIP: 10704003



Pembimbing Pendamping:
MEYLISA PERMATA SARI, S.Psi., M.Sc.
NIK/NIP: 10716007



Jakarta, 16-Januari-2023

Ketua Program Studi



ZAMRALITA, Dr.M.M., Psikolog

ABSTRAK

Selfi Anggraini (705180170)

Pengaruh *Money Attitude* Terhadap *Compulsive Buying* pada Dewasa Awal Pengguna Fitur *Pay Later*; Sandi Kartasasmita M.Psi., Psi., dan Ibu Meylisa Permata Sari S.Psi., M.Sc. Program Studi S-1 Psikologi, Universitas Tarumanagara. (i-x; 55 halaman, P1-P4, L1-L28)

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh *money attitude* terhadap *compulsive buying* pada dewasa awal pengguna fitur *pay later*. Terdapat dua alat ukur yaitu *Money Attitude Scale* (Yamauchi & Templer, 1982) mengukur *money attitude* dan *Compulsive Buying Scale* (Faber & O'Guinn, 1989) mengukur variabel *compulsive buying*. Teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner secara daring. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 425 partisipan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *money attitude* memiliki pengaruh sebesar 49,4% terhadap *compulsive buying* pada dewasa awal pengguna fitur *pay later*. Adapun dimensi yang berperan adalah *power prestige* ($R^2=0,397$, $\beta=0,475$, $p<0,001$) dengan pengaruh sebesar 39,7% dan dimensi *anxiety* ($R^2=0,315$, $\beta=0,356$, $p<0,001$) dengan pengaruh sebesar 31,5% terhadap *compulsive buying*. Sedangkan pada dimensi *retention time* ($R^2=0,001$, $\beta=-0,009$, $p=0,799$) dan *distrust* ($R^2=0,117$, $\beta = -0,012$, $p = 0,768$) tidak memiliki pengaruh terhadap *compulsive buying*.

Kata kunci: *Money Attitude*, *Compulsive Buying*, *Pay Later*, Dewasa Awal.