



SKRIPSI

Judul:

Peranan Shopping Lifestyle dan Self-Esteem terhadap
Impulsive Buying Konsumen E-commerce Produk Fashion

Disusun oleh:

RIZA PANGESTU

NIM. 705190209

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 : Riza Pangestu

NIM : 705190209

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

Peranan *Shopping Lifestyle* Dan *Self Esteem* Terhadap *Impulsive Buying* Konsumen Ecommerce Produk Fashion.

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.

Jakarta, 5 Januari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Riza Pangestu

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

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Riza Pangestu
 N I M : 705190209
 Alamat : Villa Mutiara Pluit Blok B.1 No.53 RT.005/011
 Kota Tangerang, 15131.

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

Peranan *Shopping Lifestyle* Dan *Self Esteem* Terhadap *Impulsive Buying* Konsumen Ecommerce Produk Fashion.

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, 5 Januari 2023

Yang Membuat Pernyataan



Riza Pangestu

Pengesahan

Nama : RIZA PANGESTU
NIM : 705190209
Program Studi : PSIKOLOGI
Judul Skripsi : Peranan Shopping Lifestyle dan Self-Esteem terhadap Impulsive Buying Konsumen E-commerce Produk Fashion
Title : The Role of Shopping Lifestyle and Self Esteem Against Impulsive Buying of E-Commerce Consumers of Fashion Products

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi PSIKOLOGI Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara pada tanggal 18-Januari-2023.

Tim Penguji:

1. SRI TIATRI, S.Psi., M.Si., Ph.D., Psikolog
2. MEIKE KURNIAWATI, S.Psi., M.M.
3. RIANA SAHRANI, S.Psi., M.Si., Dr., Psikolog

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:
RIANA SAHRANI, S.Psi., M.Si., Dr.,
Psikolog
NIK/NIP: 10705006



Jakarta, 18-Januari-2023
Ketua Program Studi



ZAMRALITA, Dr.M.M., Psikolog

ABSTRAK

Riza Pangestu (705199101)

Peranan *Shopping Lifestyle* Dan *Self Esteem* Terhadap *Impulsive Buying* Konsumen E-Commerce Produk Fashion; Dr. Riana Sahrani, M.Si., Psikolog; Program Studi S1 Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat peranan *shopping lifestyle* dan *self esteem* terhadap *impulsive buying* konsumen e-commerce produk fashion. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang mendapatkan data berupa hasil dari pengukuran angka-angka dan diolah dalam bentuk statistik. Jumlah respondennya adalah sebanyak 319 partisipan baik laki laki maupun perempuan mulai dari usia 17 tahun sampai diatas. Subyek yang dipilih pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Peneliti menggunakan alat ukur *impulsive buying* yang skala baku yang dari Verplanken dan Herabadi (2001), alat ukur *shopping lifestyle* menggunakan dari Cathy J. Cobb dan Wayne D. Hoyer (1986) serta alat ukur *self esteem* menggunakan dari Rosenberg (1965). Berdasarkan hasil yang ada pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat peranan *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying* ditinjau dari hasil uji penelitian menunjukkan bahwa peranan dari *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying* memberikan pengaruh sebesar 52,9% dan dapat diartikan bahwa terdapat maka terdapat peranan positif dan signifikan pada peranan *shopping lifestyle* terhadap *impulsive buying*. Dan pada hasil uji regresi antara *shopping lifestyle* dan *self esteem* terhadap *impulsive buying* menunjukkan bahwa $r\ square = 0,589$ dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa peranan dari *shopping lifestyle* dan *self esteem* terhadap *impulsive buying* memberikan peranan sebesar 58,9%.

Kata kunci: *Shopping lifestyle*, *impulsive buying*, konsumen e-commerce, produk fashion.