



SKRIPSI


Judul:

Pengaruh Big Five Personality Terhadap Impulse
Buying Dalam Berbelanja Online Pada Laki-Laki

Disusun oleh:

SUTEKNO
NIM. 705190187

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
2023

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

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Sutekno**

NIM : **705190187**

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

Pengaruh *Big Five Personality* Terhadap *Impulse Buying* Dalam Berbelanja Online Pada Pria

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, 1 Januari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Sutekno

 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 : **Sutekno**

N I M : **705190187**

Alamat : **Jalan Taman Apel IV No 203B, Jakarta Barat 11470**

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

Pengaruh *Big Five Personality* Terhadap *Impulse Buying* Dalam Berbelanja *Online* Pada Pria

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, 1 Januari 2023

Yang Membuat Pernyataan



Sutekno

Pengesahan

Nama : SUTEKNO
NIM : 705190187
Program Studi : PSIKOLOGI
Judul Skripsi : Pengaruh Big Five Personality Terhadap Impulse Buying
Dalam Berbelanja Online Pada Laki-Laki
Title : The Influence of Big Five Personality on Impulse Buying in
Online Shopping for Men

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, SPsi,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



Jakarta, 16-Januari-2023
Ketua Program Studi



ZAMRALITA, Dr.M.M., Psikolog

ABSTRAK

Sutekno (705190187)

Pengaruh *Big Five Personality* Terhadap *Impulse Buying* Dalam Berbelanja *Online* Pada Pria; Sandi Kartasasmita, M. Psi., Psikolog. Program Studi S-1 Psikologi, Universitas Tarumanagara, (i-x; 45 halaman, P1-P3, L1-L31)

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui pengaruh *big five personality* terhadap *impulse buying* dalam berbelanja online pada pria. Studi ini melibatkan 128 partisipan. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk google form. Pengambilan sampel penelitian menggunakan purposive sampling. Proses pengumpulan data dilakukan selama bulan November 2022. Instrumen alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Ten Item Personality Inventory* (TIPI) dan *Impulse Buying Tendency* (IBT). Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu ditemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara dimensi *extraversion*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness* terhadap *Impulse Buying*. Pada dimensi *agreeableness* memiliki hubungan positif dan tidak signifikan dengan *Impulse Buying*.

Kata kunci: *big five personality*, *impulse buying*, belanja online, kepribadian