

**PENGARUH *IMPULSIVE BUYING* TERHADAP *POST PURCHASE*
REGRET PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi



Disusun oleh:

Raja Azizah Purnandari

1808238

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *IMPULSIVE BUYING* TERHADAP *POST PURCHASE REGRET*
PRODUK FASHION PADA MAHASISWA DI KOTA BANDUNG**

Raja Azizah Purnandari
1808238

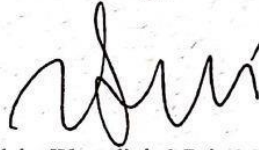
Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd.
NIP. 19780312 200501 2 002

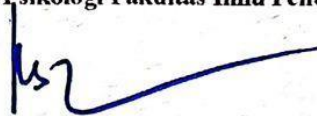
Pembimbing II



Diah Zaleha Wyandini, S.Psi., Msi.
NIP. 19780314 200912 2 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan



Dr. Sri Maslihah, M.Psi., Psikolog
NIP. 19700726 200312 2 001

SKRIPSI INI TELAH DIUJIKAN PADA:

Hari, Tanggal : Rabu, 16 Agustus 2023
Waktu : 11.00 – 12.00 WIB
Tempat : Ruang Ujian 1

**Para penguji terdiri atas
Penguji I**




Dr. Sri Maslihah, M.Psi., Psikolog
NIP. 19700726 200312 2 001

Penguji II



Anastasia Wulandari, S.Psi., M.Psi., Psikolog
NIP. 19780208 200604 2 002

Penguji III



Diah Zaleha Wyandini, S.Psi., Msi.
NIP. 19780314 200912 2 001

Tanggung jawab vuriidjs ada pada:

Peneliti,



Raja Azizah Purnandari
NIM. 1808238

**PENGARUH *IMPULSIVE BUYING* TERHADAP *POST PURCHASE*
REGRET PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA DI KOTA BANDUNG**

Oleh

Raja Azizah Purnandari

NIM 1808238

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Psikologi pada Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Pendidikan Indonesia

© Raja Azizah Purnandari

Universitas Pendidikan Indonesia

Juni 2023

©Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak
ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Impulsive Buying Terhadap Post Purchase Regret Produk Fashion Pada Mahasiswa di Kota Bandung***” serta seluruh isi dari skripsi ini sepenuhnya karya saya. Saya tidak mengutip ataupun menjiplak karya milik orang lain. Dengan pernyataan ini, saya siap bertanggung jawab apabila ditemukan pelanggaran terhadap keaslian dalam skripsi saya.

Bandung, Juni 2023

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Raja Azizah Purnandari', is enclosed in a thin black rectangular border.

Raja Azizah Purnandari

NIM 1808238

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan gelar sarjana program studi psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Impulsive Buying* Terhadap *Post Purchase Regret* Produk *Fashion* Pada Mahasiswa di Kota Bandung”.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Peneliti memohon maaf apabila ada kesalahan, peneliti mengharapkan adanya saran maupun kritik yang bersifat untuk penyempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat.

Bandung, Juli 2023



Peneliti

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Dalam proses penyusunan skripsi ini peneliti mendapatkan banyak bantuan baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti ucapkan rasa besar kasih kepada:

1. Ibu Dr. Sri Maslihah, M.Psi., Psikolog selaku ketua Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan yang sudah memberikan banyak sekali ilmu yang bermanfaat serta dorongan untuk menempuh dan menyelesaikan pendidikan;
2. Ibu Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I yang sudah memberikan banyak sekali masukan dan bantuan untuk dapat menyelesaikan pengerjaan skripsi ini;
3. Ibu Diah Zaleha Wyandini, S.Psi., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang juga sudah memberikan banyak sekali masukan dan bantuan untuk dapat menyelesaikan pengerjaan skripsi ini;
4. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan banyak sekali ilmu teoritis maupun praktis baik di dalam kelas maupun diluar kelas sejak semester satu hingga saat ini;
5. Bapak / Ibu Dewan Skripsi, dan selaku verifikator data dalam penelitian ini sudah memberikan bimbingan kepada peneliti.
6. Orang tua peneliti, Raja Ferdi Hardiansyah, SE dan Poppi Sugiantini yang telah memberikan doa dan dukungan yang tak terhingga, terima kasih sudah selalu memberikan motivasi.
7. Raihan Naufal, yang telah memberikan dukungan dalam pengerjaan skripsi dan tempat untuk menceritakan keluh kesah terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik.
8. Teman-teman dan sahabat yang sudah meberikan dukungan serta menjadi tempat untuk keluh kesah.
9. Kepada responden di Kota Bandung yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

ABSTRAK

Raja Azizah Purnandari (1808238). Pengaruh *Impulsive Buying* Terhadap *Post Purchase Regret* Produk *Fashion* Pada Mahasiswa di Kota Bandung. Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung (2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *impulsive buying* terhadap *post purchase regret* produk *fashion* pada konsumen di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Responden pada penelitian ini adalah 400 mahasiswa sebagai konsumen produk *fashion online* di Kota Bandung. Responden pada penelitian ini berusia 17 sampai 23 tahun, diambil dengan *accidental sampling*. Instrumen yang digunakan untuk pengambilan data adalah *impulsive buying measurement* (Verplanken dan Herabadi, 2001) dan *post purchase regret measurement* (Lee & Cotte, 2009). Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *impulsive buying* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *post purchase regret* pada mahasiswa yang menjadi konsumen produk *fashion online* di Kota Bandung.

Kata kunci: *Impulsive buying, post purchase regret, konsumen, fashion online*

ABSTRACT

Raja Azizah Purnandari (1808238). *The effect of Impulsive Buying on Post Purchase Regret Fashion Product in College Student in Bandung. Psychology Study Program, Faculty of Education Science, Indonesia University of Education. Bandung (2022).*

This study aims to determine the effect of impulsive buying on post purchase regret of fashion products among consumers in Bandung. This research uses a quantitative approach with a correlational design. Respondents in this study were 400 students as consumers of online product in Bandung. Respondents in this study were aged 17 to 23 years, taken with accidental sampling techniques. This instrument used for data collection are impulsive buying measurement (Verplanken dan Herabadi, 2001) and post purchase regret measurement (Lee & Cotte, 2009). Simple linear regression analysis used in this study. The results showed that impulsive buying has a significant influence on post purchase regret behavior on student who are consumers of online fashion products in Bandung.

Keywords: *impulsive buying, post purchase regret, consumers, fashion online*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II	6
KAJIAN PUSTAKA	6
A. <i>Impulsive Buying</i>	6
1. Pengertian <i>Impulsive Buying</i>	6
2. Dimensi <i>Impulsive Buying</i>	7
3. Karakteristik <i>Impulsive Buying</i>	8
4. Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	8
B. <i>Post Purchase Regret</i>	10
1. Pengertian <i>Post Purchase Regret</i>	10
2. Dimensi <i>Post Purchase Regret</i>	10
3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi <i>Post Purchase Regret</i>	12

4. Faktor-Faktor yang Memengaruhi <i>Post Purchase Regret</i>	12
C. Kerangka Berpikir	14
D. Hipotesis Penelitian	15
BAB III	16
METODE PENELITIAN	16
A. Desain Penelitian	16
B. Populasi dan Sampel	16
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	17
a. Variabel Penelitian	17
D. Definisi Operasional	18
E. Instrumen Penelitian	18
1. Instrument Impulsive Buying.....	18
2. Instrument <i>Post Purchase Regret</i>	20
3. Pengembangan Instrumen Penelitian	22
1. Alih Bahasa	22
2. Expert Judgment.....	23
3. Uji Coba Instrumen	23
4. Uji Validitas dan Reliabilas	23
a. <i>Impulsive Buying</i>	23
b. <i>Post Purchase Regret</i>	24
5. Teknik Pengumpulan Data	25
6. Teknik Analisis Data	26
7. Prosedur Pelaksanaan Penelitian	26
a. Tahap Persiapan.....	26
b. Tahap Pelaksanaan	26
c. Tahap Akhir.....	27
BAB IV	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	28

A. Hasil Penelitian.....	28
1. Gambaran Demografis Partisipan	28
B. <i>Impulsive Buying</i>.....	29
1. Gambaran Umum <i>Impulsive Buying</i>	29
2. Gambaran <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Dimensi	30
3. Gambaran <i>Impulsive Buying</i> Berdasarkan Data Demografi.....	31
C. <i>Post Purchase Regret</i>	32
1. Gambaran Umum <i>Post Purchase Regret</i>	32
2. Gambaran <i>Post Purchase Regret</i> Berdasarkan Dimensi.....	33
3. Gambaran <i>Post Purchase Regret</i> Berdasarkan Data Demografi.....	34
4. Uji Hipotesis.....	35
D. Pembahasan Pengaruh <i>Impulsive Buying</i> terhadap <i>Post Purchase Regret</i>	36
BAB IV	42
SIMPULAN	42
A. Simpulan.....	42
B. Saran.....	42
Daftar Pustaka.....	44
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi - kisi Instrumen Impulsive Buying.....	19
Tabel 3. 2 Penyekoran Instrumen Impulsive Buying.....	19
Tabel 3. 3 Kategorisasi Norma Instrumen Penelitian	19
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Post Purchase Regret.....	21
Tabel 3. 5 Penyekoran Instrumen Post Purchase Regret	21
Tabel 3. 6 Kategorisasi Norma Instrumen Penelitian	22
Tabel 3. 7 Uji Validitas Impulsive Buying	24
Tabel 3. 8 Uji Validitas Post Purchase Regret	25
Tabel 4. 1 Gambaran Demografis Responden	28
Tabel 4. 2 Gambaran Umum Impulsive Buying.....	30
Tabel 4. 3 Dimensi Impulsive Buying	30
Tabel 4. 4 Gambaran Impulsive Buying Berdasarkan Data Demografis	31
Tabel 4. 5 Gambaran Umum Post Purchase Regret.....	32
Tabel 4. 6 Dimensi Post Purchase Regret	33
Tabel 4. 7 Gambaran Post Purchase Regret Berdasarkan Data Demografis.....	34
Tabel 4. 8 Uji Regresi Linier Impulsive Buying terhadap Post Purchase Regret .	35

Daftar Pustaka

- Astari, L., & Widagda K., I. (2014). Pengaruh Perbedaan Jenis Kelamin Dan Kontrol Diri Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Produk Parfum. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(3), 546–560.
- Anin, F. A., Rasimin, B. S., & Atamimi, N. (2018). Hubungan self-monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja. *Jurnal Psikologi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Aprilia, L., & Nio, S. R. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Impulsive Buying Pada Mahasiswi. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(1).
- Baba, A. M. (2018). *Hubungan Penyesalan Pasca Pembelian dengan Intensi Membeli Kembali Melalui Media Online Shop pada Mahasiswi Psikologi Universitas Medan Area*.
<http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/9645>
- Bushra, A. & Bindal, A. (2014). The Relationship of Compulsive Buying with Consumer Culture and Post-Purchase Regret. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, Vol. 8 (3), 590- 611.
- Ekici, N., & Dogan, V. (2013). An Analysis of the Regret Concerning the Process of Purchasing and the Regret Concerning after the Purchasing in the Context of Characteristic Properties. *International Journal of Marketing Studies*, 5 (6), 73-83. doi:10.5539/ijms.v5n6p73
- Kurniati, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga , Persepsi Kualitas Produk , Kemenarikan Promosi , dan Uang Saku yang Memengaruhi Impulse Buying dalam Penjualan Online pada Siswa IPS SMAN 4 Malang. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(6), 694–702. <http://conference.um.ac.id/index.php/esp/article/view/2136>
- Larasati, M. A & Budiani, M. S. (2016). Hubungan antara kontrol diri dengan pembelian impulsif pakaian pada mahasiswi yang melakukan pembelian secara *online*. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi Volume 02 Nomor 3*.
- Hassan, B. (2017). Big regrets: 8 in 10 Aussies face *online* shopping let downs. Retrieved 2 November 2017 from <https://www.finder.com.au/press-release-big-regrets-8-in-10-aussies-face-online-shopping-let-downs>
- Herliyani, C. (2017). Kecenderungan Pembelian Implusif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Kampus I Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Skripsi, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma
- Hurlock, E. B. (1997). Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan rentang kehidupan. Jakarta: Erlangga
- Lee, S. H., & Cotte, J. (2009). Post- Purchase Consumer Regret: Conceptualization and Development of The PPCR Scale. *Advances in Consumer Research*, 36, 456-462.
- Lesmana, T. (2017). Hubungan Antara Mindfulness dan Pembelian Impulsif Pada Remaja Perempuan yang Melakukan Shopping Online. *Jurnal Psibernetika*, 10(2), 81-91.

- Moakhar, S. V., Shafigh, N., Zerafat, R., & Sohae, R. (2018). The Effect Of Regret Determinants On Consumers' PostPurchase Behavior In Urban Shopping Complex Building. *Management Research And Practice*, 10(2), 63-77.
- Nafeesa, N., & Novita, E. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar K-Pop. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 21(2), 79–86. <https://doi.org/10.31294/jc.v21i2.10319>
- Rahma, A. (2021, December 09). E-commerce Penuh Barang Impor Murah dari China, UKM Lokal Kalah saing. Retrieved December 25, 2021, from <https://ekbis.sindonews.com/read/623297/34/e-commerce-penuhbarang-impor-murah-dari-china-ukm-lokal-kalah-saing-163903753>.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences On Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22, 305-313.
- Sari, D. E., Handoko, R., & Rochim, A. I. (2018). *Pengaruh Online Shop Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga Kabupaten Mojokerto (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Desa Mojotamping, Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto)*. *Representamen*, 4(01). <https://doi.org/10.30996/representamen.v4i01.1423>
- Saphira, Della. (2021). hubungan kecenderungan *impulsive buying* dengan penyesalan pasca pembelian secara *online* pada siswa sma negeri di kecamatan kota juang kabupaten bireuen. Fakultas psikologi. UIN Ar-Raniry.
- Santrock, J. W. (2012). *Adolescence*. New York: McGraw-Hill.
- Sulistiowati, H., & Widodo, P. B. (2015). Stres dan Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 4(4), 32-37
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Triwijanarko, R. (2018). Yang membedakan barang Preloved dengan bekas. Retrieved Juni 23, 2019, from Buletin KPIN: <http://buletin.kpin.org/index.php/daftar-artikel/402-preloved>
- Yulfitasari., et al. (2018). hubungan pembelian impulsif dengan penyesalan pasca pembelian produk *fashion* pada siswa sman 1 banjarmasin. *Jurnal Kognisia Vol 1*.

Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking. *European Journal of Personality*, 15, 71-83.

Williams, A. D., & Grisham, J. R. (2012). Impulsivity, emotion regulation, and mindful attentional focus in compulsive buying. *Cognitive Therapy Research*, 36(5): 451-457.

Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2007). A Theory of Regret Regulation 1.0. *Journal of Consumer Psychology*, 17(1), 3-18.

Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2006). Looking Backward With an Eye on the Future: Propositions Toward a Theory of Regret Regulation. In M. Zeelenberg, & R. Pieters, *Handbook of Imagination and Mental Simulation* (pp. 417-426). doi:10.1093/acprof:oso/9780195177664.003.0012.

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5062323/21-juta-konsumen-beralih-ke-belanja-online-selama-pandemi-covid-19>

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221020110350-37-381180/ini-jawara-e-commerce-indonesia-shopee-atau-tokopedia>

<https://faktualnews.co/2022/01/28/kelebihan-dan-kekurangan-belanja-online-yang-harus-diketahui/301827/>

<https://www.skale.today/blog/2018/11/26/kenapa-kota-bandung-merupakan-pusat-fashion-di-pulau-jawa/>

<https://www.fimela.com/fashion/read/4623972/5-brand-fashion-asli-indonesia-yang-mendunia-dan-berkualitas-tinggi>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-ii-2022>

<https://www.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-01322248/brand-lokal-premium-dalam-industri-fashion-terus-bertumbuh>

<https://teknologi.bisnis.com/read/20220827/84/1571239/waspada-ini-modus-penipuan-belanja-online-yang-sering-terjadi>