

**PENGARUH *MONEY ATTITUDE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PADA PENGGUNA *PAYLATER* DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Psikologi pada Departemen Psikologi



Disusun Oleh:

Noor Evie Rachim Pratama

1807205

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

2024

**PENGARUH *MONEY ATTITUDE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PADA PENGGUNA *PAYLATER* DI KOTA BANDUNG**

Oleh: Noor Evie Rachim Pratama

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

© Noor Evie Rachim Pratama
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

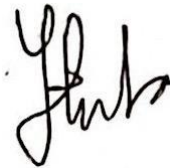
Noor Evie Rachim Pratama

NIM. 1807205

PENGARUH *MONEY ATTITUDE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA PENGGUNA *PAYLATER* DI KOTA BANDUNG

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd.

NIP. 197803122005012002

Pembimbing 2

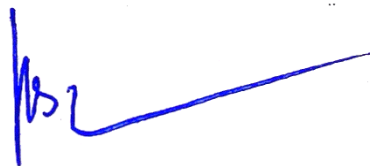


Anastasia Wulandari, S.Psi., M. Psi., Psikolog

NIP. 197802082006042002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Psikologi



Dr. Sri Maslihah, M.Psi., Psikolog

NIP. 19700726 200312 2 001

SKRIPSI INI TELAH DIUJIKAN PADA:

Hari, tanggal : Selasa, 23 Januari 2024

Waktu : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Sidang 2 Lantai.8 Fakultas Ilmu Pendidikan

Para penguji terdiri dari:

Penguji 1



Drs. HM. Engkos Kosasih, M.Pd.
NIP. 196110021984031004

Penguji 2



Anastasia Wulandari, S.Psi., M.Psi., Psikolog
NIP. 197802082006042002

Penguji 3



Muhammad Ariez Musthofa, M.Si
NIP. 197404092008121002

Tanggung jawab yuridis ada pada:

Peneliti,



Noor Evie Rachim Pratama
NIM 1807205

iii

ABSTRAK

Noor Evie Rachim Pratama (1807205). Pengaruh *Money Attitude* terhadap *Impulsive Buying* pada Pengguna *Paylater* di Kota Bandung. Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung (2023).

Penggunaan teknologi pembayaran *paylater* dapat mendorong penggunaannya kepada perilaku *impulsive buying* yang menyebabkan individu menjadi boros, menumpuk barang tidak terpakai, berpotensi terjebak hutang, menyulitkan perencanaan keuangan, menyulitkan penyiapan dana darurat, serta memicu stres yang didasari dari pengelolaan keuangan atau *money attitude* yang tidak baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *money attitude* mempengaruhi *impulsive buying* pada pengguna *paylater* di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan metode yang digunakan adalah korelasional. Adapun subjek yang digunakan dalam penelitian adalah warga Kota Bandung yang menggunakan *paylater* dengan jumlah 385 orang, diambil dengan teknik *accidental sampling*. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan *money attitude scale (MAS)* dan *impulsive buying tendency (IBT)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden pengguna *paylater* (68,6%) merupakan individu yang memiliki *money attitude* tingkat sedang atau bisa mengatur keuangannya secara wajar, dan mayoritas (63,4%) memiliki tingkat *impulsive buying* yang sedang atau melakukan pembelian secara impulsif dalam batas wajar. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *money attitude* terhadap *impulsive buying*.

Kata kunci : *Impulsive Buying, Money Attitude, Pengguna Paylater*

ABSTRACT

Noor Evie Rachim Pratama (1807205). *The Effect of Money Attitude on Impulsive Buying for Paylater Users in Bandung City. Thesis. Psychology Study Program, Faculty of Education, Indonesian Education University. Bandung (2023).*

The use of paylater payment technology can encourage users to impulsive buying behavior which causes individuals to be wasteful, accumulate unused goods, potentially get into debt, make financial planning difficult, make it difficult to prepare emergency funds, and trigger stress based on poor financial management or money attitude. The aim of this research is to find out whether money attitude influences impulsive buying among paylater users in the city of Bandung. This research uses a quantitative approach, and the method used is correlational. The subjects used in the research were residents of Bandung City who used PayLater, a total of 385 people, taken using an accidental sampling technique. The instruments in this research used the money attitude scale (MAS) and impulsive buying tendency (IBT). The results of the research show that the majority of respondents who use PayLater (68.6%) are individuals who have a moderate level of money attitude or can manage their finances fairly, and the majority (63.4%) have a moderate level of impulsive buying or make impulsive purchases within limits. reasonable. This research concludes that there is a significant influence between money attitude and impulsive buying.

Keywords: Impulsive Buying, Money Attitude, Paylater Users

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Struktur Organisasi Skripsi	7
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
A. Money Attitude	9
B. Impulsive Buying	15
C. Kerangka Pemikiran.....	18
D. Hipotesis Penelitian	20
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN	21
A. Desain Penelitian.....	21
B. Populasi, Sampel, dan Partisipan/Responden	21
C. Variabel Penelitian.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Instrumen Penelitian	23
F. Analisis Data	26

G. Prosedur Penelitian dan Agenda Kegiatan.....	26
BAB IV	28
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Gambaran Partisipan Penelitian.....	28
B. Gambaran Money Attitude	29
C. Gambaran Impulsive Buying	31
D. Uji Hipotesis	33
E. Pembahasan.....	34
BAB V.....	42
SIMPULAN DAN REKOMENDASI	42
A. Simpulan	42
B. Rekomendasi.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Blueprint Money Attitude</i>	23
Tabel 3.2 Penyekoran Item Instrumen	24
Tabel 3.3 Kriteria Kategori Skor.....	24
Tabel 3.4 <i>Blueprint Impulsive Buying Tendency</i>	25
Tabel 3.5 Penyekoran Item Instrumen	25
Tabel 3.6 Kriteria Kategori Skor.....	25
Tabel 4.1 Gambaran Partisipan Penelitian.....	28
Tabel 4.2 Gambaran Umum <i>Money Attitude</i>	29
Tabel 4.3 Gambaran <i>Money Attitude</i> berdasarkan Dimensi	30
Tabel 4.4 Gambaran Umum <i>Impulsive Buying</i>	31
Tabel 4.5 Gambaran <i>Impulsive Buying</i> berdasarkan Dimensi	32
Tabel 4.6 Hasil Uji Determinasi <i>Money Attitude</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> ...	33
Tabel 4.6 Hasil Uji Hipotesis <i>Money Attitude</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	34

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	19
Bagan 3.1 Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Bagan 4.1 Distribusi Frekuensi <i>Money Attitude</i>	30
Bagan 4.2 Distribusi Frekuensi <i>Money Attitude</i> berdasarkan Dimensi.....	31
Bagan 4.3 Distribusi Frekuensi <i>Impulsive Buying</i>	32
Bagan 4.4 Distribusi Frekuensi <i>Impulsive Buying</i> berdasarkan Dimensi.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengangkatan Pembimbing	49
Lampiran 2 Kartu Bimbingan	50
Lampiran 3 Bukti Verifikasi Data	52
Lampiran 4 Permintaan Izin Menggunakan Instrumen	53
Lampiran 5 <i>Blueprint</i> Variabel <i>Money Attitude</i>	54
Lampiran 6 <i>Blueprint</i> Variabel <i>Impulsive Buying</i>	60
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 8 Data Demografis Responden	74
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	82
Lampiran 10 Uji Dimensi <i>Money Attitude</i> dan <i>Impulsive Buying</i>	82
Lampiran 11 Reliabilitas Instrumen	85
Lampiran 12 Daftar Masukan Penguji	86

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N., & Sabri, M. F. (2016). Faktor Peramal Pengurusan Hutang dalam Kalangan Pekerja Muda. 2(2), 1–19.
- Aminatuzzahra. (2014). Persepsi Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Sosial Demografi Terhadap Perilaku Keuangan Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Individu (Studi Kasus Pada Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Diponegoro). *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 23, No. 2
- Ananda, A. S., Hernández-García, Á., & Lamberti, L. (2017). *Nurturing impulse buying tendencies among Indonesian online shoppers. Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 57-69.
- Azzahra, T. F., & Eryandra, A. (2021). Perilaku Pembelian Kompulsif Online The Role Of Money Attitude In Affecting Compulsive Online Buying Behavior (Dewi , 2019). Kegiatan Transaksi Yang Dilakukan Menggunakan Internet Lebih Dikenal Proses Kegiatan Transaksi Jual Beli Yang Dilakukan Secara O. *The Role Of Money Attitude In Affecting Compulsive Online Buying Behavior*, 11–22.
- Budiono,T, (2012). Keterkaitan Financial Attitude, Financial Behavior & Financial Knowledge Pada Mahasiswa Strata 1 Universitas Atmajaya Yogyakarta. Yogyakarta.
- Candra, Y. (2023). Hubungan Money Attitude dengan Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online pada Mahasiswa. *Jurnal Ekobistek*, 12(2), 551-556.
- Castro-González, S., Fernández-López, S., Rey-Ares, L., & Rodeiro-Pazos, D. (2020). *The influence of attitude to money on individuals' financial well-being. Social Indicators Research*, 148, 747-764. doi:10.1007/s11205-019-02219-4
- Cuandra, F., & Kelvin. (2021). *Analysis Of Influence Of Materialism On Impulsive Buying And Compulsive Buying With Credit Card Use As Mediation Variable. Jurnal Manajemen*, 13(1), 7–16.
- Dittmar, H., Beattie, J., & Friese, S. (1996). *Objects, decision considerations and self-image in men's and women's impulse purchases. Acta Psychologica*, 93(1-3), 187-206.
- Fenton-O'Creevy, M., & Furnham, A. (2020). *Money attitudes, personality and chronic impulse buying. Applied Psychology: An International Review*, 69(4), 1557–1572. <https://doi.org/10.1111/apps.12215>
- Gerungan, W. A. (2004). Psikologi Sosial. Bandung: Refika Aditama.
- Harnish, R. J., Bridges, K. R., Nataraajan, R., Gump, J. T., & Carson, A. E. (2018). *The impact of money attitudes and global life satisfaction on the maladaptive*

- pursuit of consumption. Psychology & Marketing, 35(3), 189–196.*
<https://doi.org/10.1002/mar.21079>.
- Hayhoe, C. R., Leach, L., Turner, P. R., Bruin, M. J., & Lawrence, F. C. (2012). *Differences in spending habits and credit use of college students. Journal of Consumer Affairs, 36(1), 113-133.*
- Inayah, L., Utami, A. B., & Ramadhani, H. S. (2023). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pengguna E-money pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *SUKMA: Jurnal Penelitian Psikologi, 3(2), 191–198.*
<https://doi.org/10.30996/sukma.v3i2.7732>
- Islamiah Kamil. (2023). *Financial Ability and Impulsive Buying Behavior in Online Paylater Systems: Case Study in Marketplace. EPRA International Journal of Economics, Business and Management Studies, January, 81–93.*
<https://doi.org/10.36713/epra12205>
- Kautsar, R., et al. (2018). *The effect of promotional strategy and hedonic shopping motivation on impulse buying behavior of consumer products in Indonesia. Eurasian Journal of Business and Economics, 11(21), 1-18.*
- Kidwell, B., Brinberg, D., & Turrisi, R. (2003). *Determinants of money management behavior. Journal of Applied Social Psychology, 33(6), 1244–1260.* <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2003.tb01948.x>
- Kukar-Kinney, M., Ridgway, N. M., & Monroe, K. B. (2012). *The Role of Price in the Behavior and Purchase Decisions of Compulsive Buyers. Journal of Retailing, 88(1), 63-71.* <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2011.02.004>
- Mahrurnisya, D. (2017). Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Konformitas Teman Sebaya Melalui Money Attitude Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja SMA Negeri Kota Bandar Lampung.
- Mowen, John C dan Minor, Michael. (2005). *Perilaku Konsumen Jilid 1. Terjemahan oleh Lina Salim. 2005. Jakarta: Erlangga.*
- Pakpahan, R. N., Warneri, & Budiman, J. (2022). Pengaruh Penggunaan Paylater Dalam E-Marketing Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran, 11(2020), 2715–2723.* <https://doi.org/10.26418/jpkk.v11i9.57906>
- Pankow, D. (2012). *Financial Values, Attitudes and Goals.* North Dakota State University Fargo, North Dakota 58105. 4.
- Pirog III, S. F., & Roberts, J. A. (2007). *Personality and credit card misuse among college students: The mediating role of impulsiveness. Journal of Marketing Theory and Practice, 15(1), 65-77.*
- Pong, H. K. (2022). Money Attitude and Spiritual Well-Being. *Journal of Risk and Financial Management, 15(10), 483.*
- Prawitasari, P. P., & Nasional, U. P. (2023). *Edunomika – Vol. 07, No. 01, 2023. 07(01), 1–12.*

- Putri, N. M. E., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior Pengguna Layanan Buy Now Pay Later (Studi Pengguna Shopee Paylater di Kota Surabaya). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 21(1), 60–74.
- Putri, Fanny Anggraeni., & Iriani, Sri Setyo. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Rahadi, D. R. (2020). *The influence of digital payment methods on impulsive buying behavior in the millennial generation. Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 915-924.
- Ramadanti, H., Nawir, J., & Marlina. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society. *Jurnal Visionida*, 7(2), 96–109.
- Robbins, S. P. (2014). *Perilaku Organisasi Edisi 16*. Jakarta: Salemba Empat.
- Roberts, J. A., & Jones, E. (2001). *Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. Journal of Consumer Affairs*, 35(2), 213-240.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305. Doi.10.1086/209452
- Rosyidah, F. N., Cindy, A., & Fasya, S. (2022). *Pengalaman Mahasiswa Penggunaan Fitur Paylater di E-Commerce*. 494–500.
- Sabri, M. F., Abd Rahim, H., Wijekoon, R., Fardini, N., Zakaria, A. S. M., & Reza, T. S. (2020). *The mediating effect of money attitude on association between financial literacy, financial behavior, and financial vulnerability. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(15), 340-358. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i15/8254>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Setiawan, R., et al. (2019). *Impulsive buying behavior of Indonesian online shoppers. In Proceedings of the 2019 International Conference on Organizational Innovation (ICOI 2019)*.
- Shohib, M. (2015). Sikap Terhadap Uang dan Perilaku Berhutang. *Jurnal Psikologi Ilmiah Terapan*, 3(1).
- Sudarisman, H. S. V. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswi. *Acta Psychologia*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.21831/ap.v1i1.43308>
- Sumadi Suryabrata, (2006). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

- Tirmizi, M.A. (2009). *An Empirical Study of Consumer Impulse Buying Behaviour in Local Markets. European Journal of Scientific Research*, Vol 28(4), 522-532.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15(1 SUPPL.). <https://doi.org/10.1002/per.423>
- Wijaya, B. (2021). *The Rise of Online Impulsive Buying during the COVID-19 Pandemic in Indonesia. Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(1), 1-12.
- Wulandari & Hakim, L. (2015). Pengaruh Love of Money, Pendidikan Keuangan di Keluarga, Hasil Belajar Manajemen Keuangan, dan Teman Sebaya Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 3(3). 1–6.
- Xiao, J. J., Ahn, S. Y., Serido, J., & Shim, S. (2011). *Earlier financial literacy and later financial behavior of college students. International Journal of Consumer Studies*, 35(6), 718-725.
- Yamauchi, K. T., & Templer, D. J. (1982). *The Development of a Money Attitude Scale, Journal of Personality Assessment. Journal of Personality Assessment*, 46(5), 495–505. <https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4605>