

**PENGARUH *MONEY ATTITUDE* DAN *STORE ENVIRONMENT*
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR* MAHASISWA SAAT
BERBELANJA DI *KKV STORE* KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi**



Oleh:

Inda Yulian

NIM 1904668

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

2024

**PENGARUH *MONEY ATTITUDE* DAN *STORE ENVIRONMENT*
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR* MAHASISWA SAAT
BERBELANJA *DI KKV STORE* KOTA BANDUNG**

Oleh:

Inda Yulian

NIM 1904668

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

© Inda Yulian

Universitas Pendidikan Indonesia

LEMBAR PENGESAHAN

Inda Yulian

NIM. 1904668

**PENGARUH *MONEY ATTITUDE* DAN *STORE ENVIRONMENT*
TERHADAP *IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR* MAHASISWA SAAT
BERBELANJA DI *KKV STORE* KOTA BANDUNG**

Disetujui dan Disahkan oleh:


Pembimbing I



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

NIP. 197803122005012002

Pembimbing II



Anastasia Wulandari, M.Psi., Psikolog.

NIP. 197802082006042002

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. Sri Maslihah, M.Psi., Psikolog

NIP. 197007262003122001

SKRIPSI INI TELAH DIUJIKAN PADA

Hari, Tanggal : Jum'at, 23 Agustus 2024

Waktu : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Sidang 3 Lantai 8 FIP

Para Penguji Terdiri Atas :

Penguji I



Drs. H. Engkos Kosasih, M.Pd.

NIP. 196110021984031004

Penguji II



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

NIP. 197803122005012002

Penguji III

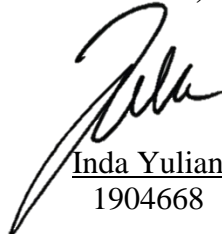


Farhan Zakariyya, M.Psi., Psikolog

NIP. 196110021984031004

Tanggung Jawab Yuridis ada Pada:

Peneliti,



Inda Yulian

1904668

ABSTRAK

Inda Yulian (1904668). Pengaruh *Money Attitude* dan *Store Environment* terhadap *Impulsive Buying Behavior* Mahasiswa Saat Berbelanja di KKV Store Kota Bandung. Skripsi. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. (2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *money attitude* dan *store environment* dapat mempengaruhi *impulsive buying* mahasiswa ketika berbelanja di KKV store di Kota Bandung dengan signifikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 418 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi *software* IBM SPSS 29. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *money attitude* dapat mempengaruhi *impulsive buying* dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 ($p < 0,05$) begitupun *store environment* dapat mempengaruhi *impulsive buying* dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 ($p < 0,05$).

Kata Kunci: *money attitude, store environment, impulsive buying, KKV store*

ABSTRACT

Inda Yulian (1904668). The Effect of Money Attitude and Store Environment on Impulsive Buying Behavior of College Students When Shopping at KKV Store Bandung City. Thesis. Psychology Study Program, Faculty of Education, University of Education Indonesia, Bandung. (2024).

This study aims to determine whether money attitude and store environment can significantly influence impulsive buying of students when shopping at KKV stores in Bandung City. This study uses a quantitative approach with 418 respondents. The data analysis technique used in this study is simple linear regression analysis technique and multiple linear regression analysis with the help of IBM SPSS 29 software application. The results of this study indicate that money attitude can affect impulsive buying with a significance value of 0.00 ($p < 0.05$) as well as store environment can affect impulsive buying with a significance value of 0.00 ($p < 0.05$).

Keywords: *money attitude, store environment, impulsive buying, KKV store*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMAKASIH	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR BAGAN	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	8
KAJIAN TEORI	8
2.1 Kajian Variabel.....	8
2.2 Kerangka Pemikiran	19
2.3 Hipotesis	22
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	25

3.4	Instrumen Penelitian	26
3.5	Analisis Data	33
BAB IV		36
HASIL DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Gambaran Partisipan Penelitian	36
4.2	Gambaran Money Attitude	37
4.3	Gambaran Store Environment	40
4.4	Gambaran Impulsive Buying.....	42
4.5	Uji Hipotesis.....	44
4.6	Pembahasan	48
4.7	Keterbatasan Penelitian	50
BAB V.....		51
SIMPULAN DAN REKOMENDASI		51
5.1	Simpulan.....	51
5.2	Rekomendasi	51
DAFTAR PUSTAKA		53
LAMPIRAN.....		56

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Money Attitude	26
Tabel 3. 2 Tabel Penyekoran Instrumen Money Attitude	27
Tabel 3. 3 Norma Instrumen Money Attitude	27
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Store Environment	29
Tabel 3. 5 Tabel Penyekoran Instrumen Store Environment	29
Tabel 3. 6 Norma Instrumen Store Environment	30
Tabel 3. 7 Kisi-kisi Instrumen Impulsive Buying	31
Tabel 3. 8 Penyekoran Instrumen Impulsive Buying	32
Tabel 3. 9 Norma Instrumen Impulsive Buying	32
Tabel 3. 10 Tabel hasil uji normalitas data penelitian	34
Tabel 3. 11 Tabel Hasil Uji Linearitas X1 terhadap Y	34
Tabel 3. 12 Tabel Hasil Uji Linearitas X2 terhadap Y	35
Tabel 4. 1 Gambaran Partisipan Penelitian	36
Tabel 4. 2 Kategori Tingkat Money Attitude Responden	37
Tabel 4. 3 Gambaran Money Attitude Berdasarkan Demografi	38
Tabel 4. 4 Tabel Gambaran Money Attitude berdasarkan Dimensi.....	39
Tabel 4. 5 Gambaran Umum Store Environment.....	40
Tabel 4. 6 Gambaran Store Environment Berdasarkan Demografi	40
Tabel 4. 7 Tabel Gambaran Store Environment berdasarkan Dimensi.....	41
Tabel 4. 8 Tabel Gambaran Umum Impulsive Buying	42
Tabel 4. 9 Gambaran Impulsive Buying Behavior Berdasarkan Status Demografi	43
Tabel 4. 10 Tabel Gambaran Impulsive Buying berdasarkan Dimensi	44
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Money Attitude (X1) terhadap Impulsive Buying (Y)	45
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Store Environment (X2) terhadap Impulsive Buying (Y)	46
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Money Attitude (X1) dan Store Environment(X2) terhadap Impulsive Buying (Y)	47

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	22
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengangkatan Pembimbing	57
Lampiran 2 Kartu Bimbingan	58
Lampiran 3 Lembar Verifikasi yang Ditandatangani Verifikator.....	60
Lampiran 4 Skala Instrumen Penelitian	61
Lampiran 5 Lampiran Data Demografi Responden	65
Lampiran 6 Kategorisasi Skor Instrumen Responden.....	76
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	86
Lampiran 8 Uji Hipotesis	88
Lampiran 9 Daftar Masukan Penguji	90

DAFTAR PUSTAKA

- Andriany, D., & Arda, M. (2021). The Effect of Discount Prices Toward Impulse Buying Halal Food On Go Food Consumers in Medan. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, pp. 54-61).
- Baker, J., Parasuraman, A., Grewal, D., & Voss, G. B. (2002). The influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions. *Journal of marketing*, 66(2), 120-141.
- Candra, N. E. (2020). *Pengaruh Price Discount, Store Environment dan In-Store Display terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Toko Busana DUTA MODE Jepara* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Chusnah, A. (2022). *Pengaruh Money Attitude terhadap Impulsive Buying dengan Self Control sebagai variabel moderator* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Creswell, J. W. (2014). *A concise introduction to mixed methods research*. SAGE publications.
- Donovan, Robert J., and Rositter, Johan. (1982). *Store Atmosphere: An Environmental Psychology Approach*. *Journal of Retailing*, 58 (spring), 34-57.
- Fajrin, A. (2022). *Analisis In-Store Factor Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Citrus Department Store (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Pakuan)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Levy and Weitz. (2004). *Retailing Management*. USA:McGraw-Hill.
- Manchanda, R., Abidi, N., & Mishra, J. K. (2017). Developing a Consumer Well-Being Matrix with reference to Materialism and Money Attitude. *Indian Journal of Economics and Development*, 13(4), 659-668.

- Monteiro, D. L. C., Peñaloza, V., Pinto, F. R., Coria, M. D. C. D., & Calderón, L. M. O. (2015). Attitudes towards money and motivational orientation to work in Brazilian young workers. *Contaduría y administración*, 60(1), 11-30.
- Nazmi, F. D. (2016). *Hubungan Antara Penonton Khayalan (Imaginary Audience) dengan Pembelian Impulsif (Impulsive Buying) Produk Fashion Pada Remaja di Kota Bandung*. (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Paramita, C. D., & Rita, M. R. (2017). *Money Attitude, Self-Control, dan Perilaku Konsumtif Karyawan. Segmen: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2).
- Purnama, R. A. (2015). *Studi deskriptif mengenai bentuk impulse buying pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Padjadjaran usia 18-20 tahun*. Universitas Padjadjaran.
- Putri, M. N. D., Juwitaningrum, I., & Wyandini, D. Z. (2019). *Pengaruh emosi positif dan ekuitas merek terhadap pembelian impulsif wanita*. *Jurnal Psikologi Insight*, 3(1), 70-78.
- Peter, J. Paul, dan Olson, Jerry C. (1999). *Perilaku Konsumen dan Strategi*.
- Peter, J. Paul, dan Olson, Jerry C. (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Rianto, R. K., Suharyono, A. S. B., & Bafadhal, A. S. (2018). *Pengaruh Store Environment Terhadap Shopping Emotion Dan Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Vargo Kitchen Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 59(1), 40-50.
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of consumer research*, 14(2), 189-199.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta
- Taneja, R. M. (2012). Money attitude-an abridgement. *Researchers World*, 3(3), 94.

Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of personality, 15*(1_suppl), S71-S83.

Wulandari, D. A., & Adiba, E. M. (2018). Perilaku Pengelolaan Keuangan Dan Impulsive Buying Wanita Muslim Surabaya. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 1* (3), 318–328.

Yamauchi, K. T., & Templer, D. J. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of personality assessment, 46*(5), 522-528.