

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA
REMAJA PENGGEMAR GRUP HYBE LABELS
(Studi Kasus Komunitas Grup Order ByScenvantae)**

Skripsi



Oleh :

Jihan Adela Fitri

20200710020

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

**PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA
REMAJA PENGGEMAR GRUP HYBE LABELS
(Studi Kasus Komunitas Grup Order ByScenvantae)**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) pada program Pendidikan Studi Satu (S-I)
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh :

Jihan Adela Fitri

20200710020

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

NOTA DINAS

Yogyakarta, 10 Juli 2024

Lamp : 4 eks. Skripsi

Hal : Persetujuan

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr:wb

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Jihan Adela Fitri

NIM : 20200710020

Judul : **Pengaruh Kontrol Diri Terhadap *Impulsive buying* Pada Remaja Penggemar Grup Hybe Labels (Studi Kasus Komunitas Grup Order ByScenvantae)**

Telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut, dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqasyahkan. Atas perhatian Bapak diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr:wb

Pembimbing



Cahyo Setiadi Ramadhan, M.Psi., P

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Jihan Adela Fitri
NIM : 20200710020
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Impulsive Buying Pada Remaja Penggemar Grup Hybe Labels (Studi Kasus Komunitas Grup Order ByScenvantae)** ini merupakan karya saya sendiri. Adapun karya ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 19 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Jihan Adela Fitri

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Life is tough, and things don’t always work out well, but we should be brave and go on with our lives”

(Suga)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada :

Kedua orang tua saya Papah Asep Hadian dan Mamah Maryanah tercinta yang selalu memberikan doa restu kepada saya untuk selalu bersemangat dalam menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini serta selalu memberikan kasih sayang yang tiada hentinya. Terima kasih juga untuk dukungan yang telah diberikan kepada saya selama ini baik berupa materi maupun non materi. Semoga karya sederhana ini bisa menjadi hadiah yang terbaik untuk Papah Mamah.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah Swt atas kemampuan yang sudah diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua orang yang telah membantu dan membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM., ASEAN, Eng. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Dr. Syakir Jamaluddin, M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
3. Dr. Ahmad Hermawan, Lc., M.A selaku ketua dan Novia Fetri Aliza, M.Psi., Psikolog selaku sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam atas bimbingan dan petunjuk dalam proses penelitian.
4. Cahyo Setiadi Ramadhan, M.Psi., Psikolog, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, membantu, juga memberi saran dan dukungan motivasi selama proses penulisan
5. Kak Alfi selaku owner grup order byScenvantae, yang telah mengizinkan saya untuk bisa melakukan penelitian di grup order
6. Kedua orang tua, Papah saya Asep Hadian dan Mamah saya Maryanah, terimakasih atas pengorbanan cinta, doa, motivasi, semangat serta nasihat yang tak pernah lelah mendukung segala keputusan dan pilihan hidup yang saya ambil
7. Adik-adik saya Lukman Hakim, M. Helmi Dzaki dan Abbad Nailun Nabhan, yang selalu menghibur dan menyemangati saya ketika sedang lelah

8. Keponakan saya yang paling lucu Aisyah Putri Ahmad, yang selalu menjadi moodbooster saya
9. Idola Saya Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook (BTS) yang sudah banyak memberikan semangat serta motivasi secara tidak langsung melalui karyanya
10. Teman seperjuangan Dhea, Yasmin, Aulia, Maya, Wafa, Puel, Shofia, terimakasih telah mewarnai masa-masa perkuliahan saya selama di Jogja
11. Nabila Ilmi Sabrina teman seperbimbingan saya yang sudah bersedia membantu saya ketika sedang kesulitan dalam mengerjakan skripsi ini
12. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri karena sudah berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah walaupun sesulit apapun rintangan yang telah di lewati dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah berhasil menyelesaikan studi ini dengan baik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan dan dirayakan oleh diri sendiri

Akhir kata semoga Allah Swt memberkahi tulisan penulis ini dan semoga tulisan ini bisa menjadi referensi yang bermanfaat untuk adik-adik Fakultas Agama Islam terutama Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Yogyakarta, 16 Juli 2024

DAFTAR ISI

NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI.....	5
A. Tinjauan Pustaka.....	5
B. Kerangka Teori	11
1. Kontrol Diri.....	11
2. <i>Impulsive Buying</i>	14
3. Remaja	16
C. Kerangka Berpikir	18
D. Hipotesis	19
BAB III.....	20
METODE PENELITIAN	20
A. Metode Penelitian.....	20
B. Variabel Penelitian.....	20

C.	Subyek dan Lokasi Penelitian	20
D.	Populasi dan Sampel	20
E.	Teknik pengumpulan Data.....	21
F.	Instrumen Penelitian	22
BAB IV	25
HASIL DAN PEMBAHASAN	25
A.	Gambaran Responden Penelitian.....	25
B.	Data Umum	27
C.	Hasil Analisis Penelitian.....	28
E.	Analisis Uji Hipotesis.....	34
F.	Pembahasan	36
BAB V	39
KESIMPULAN DAN SARAN	39
A.	Kesimpulan.....	39
B.	Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	42

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	22
Tabel 3.2 Blue Print Skala Kontrol Diri	22
Tabel 3.3 Blue Print Skala Impulsive buying	24
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4.2 Data Deskriptif Kontrol	28
Tabel 4.3 Kategori Skor Variabel Kontrol Diri	29
Tabel 4.4 Data Deskriptif Impulsive buying.....	30
Tabel 4.5 Kategori Skor Variabel Impulsive buying	31
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	32
Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedastitas	33
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas	34
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hipotesis Parsial	35
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis Simultan	36
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Gambar 4.2 Grafik Histogram Kontrol Diri.....	29
Gambar 4.2 Grafik Histogram Impulsive Buying.....	30