

LAMPIRAN 1

Surat Ijin Penelitian

	YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA FAKULTAS PSIKOLOGI Program Studi Sarjana Psikologi (S1) Terakreditasi A Program Studi Magister Psikologi (S2) Terakreditasi B Program Studi Psikologi Profesi (S2) Terakreditasi B Kampus : Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya 60118 Telp. (031) 5990029; 5931800 (hunting) Ex 148, 149 Homepage : www.untag-sby.ac.id ; Email : psikologi@untag-sby.ac.id														
27 Juni 2024 Nomor : 2664K/F.Psi/VI/2024 Lampiran : - Perihal : Permohonan Ijin Penelitian Yth : Kepala Biro Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Jl. Semolowaru No.45 Surabaya Mahasiswa Program Studi Magister Psikologi Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya hendak melakukan penelitian untuk Tesis. Mohon dengan hormat bantuannya untuk memberikan ijin melakukan pengambilan data di Biro Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Berikut data mahasiswa : <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 40%;">Nama</td> <td>: Josefin Gemilani Nalanan</td> </tr> <tr> <td>NPM</td> <td>: 1532200039</td> </tr> <tr> <td>No. HP/Email</td> <td>: 082144612942/josefingemilani99@yahoo.com</td> </tr> <tr> <td>Judul Tesis</td> <td>: Hubungan Konformitas dan Lifestyle dengan Impulsive Buying pada Mahasiswa dalam Melakukan Online Shopping</td> </tr> <tr> <td>Subjek Penelitian</td> <td>: Mahasiswa Untag Surabaya (semua angkatan)</td> </tr> <tr> <td>Dosen Pembimbing I</td> <td>: Dr. Andik Matulessy, M.Si., Psikolog</td> </tr> <tr> <td>Dosen Pembimbing II</td> <td>: Dr. Rr. Amanda Pasca Rini, M.Si., Psikolog</td> </tr> </table> Magister Psikologi Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya mengucapkan terima kasih atas bantuannya.  Dr. Rr. Amanda Pasca Rini, M.Si., Psikolog NPP.20510.02.0552		Nama	: Josefin Gemilani Nalanan	NPM	: 1532200039	No. HP/Email	: 082144612942/josefingemilani99@yahoo.com	Judul Tesis	: Hubungan Konformitas dan Lifestyle dengan Impulsive Buying pada Mahasiswa dalam Melakukan Online Shopping	Subjek Penelitian	: Mahasiswa Untag Surabaya (semua angkatan)	Dosen Pembimbing I	: Dr. Andik Matulessy, M.Si., Psikolog	Dosen Pembimbing II	: Dr. Rr. Amanda Pasca Rini, M.Si., Psikolog
Nama	: Josefin Gemilani Nalanan														
NPM	: 1532200039														
No. HP/Email	: 082144612942/josefingemilani99@yahoo.com														
Judul Tesis	: Hubungan Konformitas dan Lifestyle dengan Impulsive Buying pada Mahasiswa dalam Melakukan Online Shopping														
Subjek Penelitian	: Mahasiswa Untag Surabaya (semua angkatan)														
Dosen Pembimbing I	: Dr. Andik Matulessy, M.Si., Psikolog														
Dosen Pembimbing II	: Dr. Rr. Amanda Pasca Rini, M.Si., Psikolog														
Tembusan : Arsip															

LAMPIRAN 2

Booklet Penelitian

23.52

docs.google.com/forms/d/e/1

56



Hubungan Konformitas Dan Lifestyle Dengan Impulsive Buying Behavior Pada Konsumen Mahasiswa Dalam Melakukan Online Shopping

Halo teman-teman online !

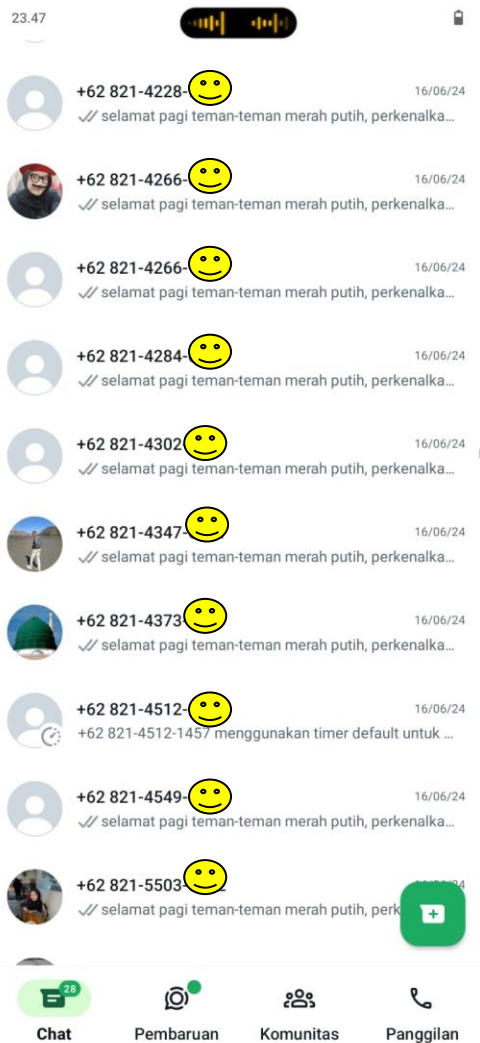
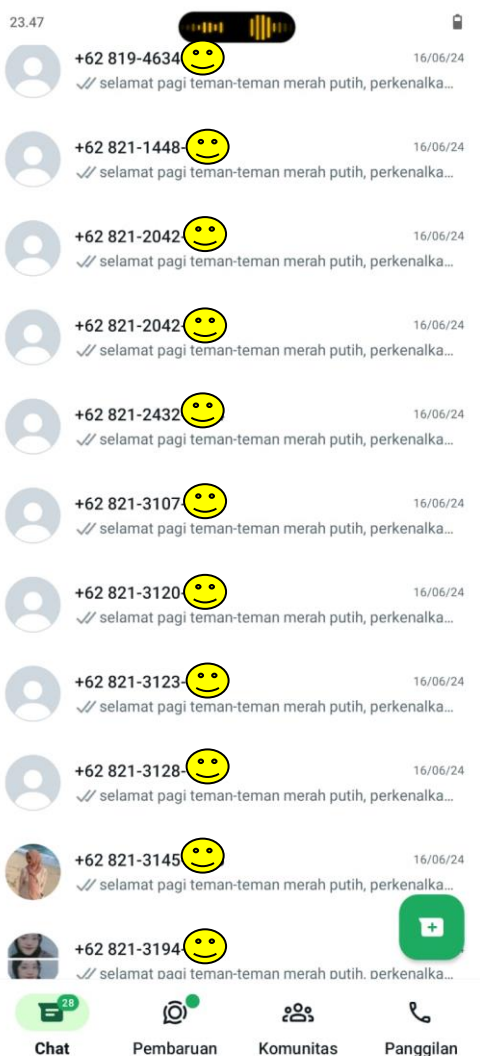
Selamat datang dan terima kasih atas partisipasi Anda dalam penelitian Saya! Perkenalkan saya Josefin Gemilani Nalenan, mahasiswi Magister Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Hubungan Konformitas dan Lifestyle dengan Impulsive Buying Behavior pada Mahasiswa dalam Melakukan Online Shopping". Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana faktor-faktor seperti konformitas dan gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku impulsif dalam berbelanja online, khususnya di kalangan mahasiswa. Adapun kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini, yaitu :

1. Mahasiswa atau Mahasiswi

LAMPIRAN 4

Kontak Responden



LAMPIRAN 5

Hasil Tabulasi Data

[illegible]

LAMPIRAN 6

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala *Impulsive Buying*

Scale: **IMPULSIVE BUYING (1)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	64

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	71.5625	110.899	.447	.826
VAR00002	72.0625	103.673	.644	.816
VAR00003	71.9688	104.934	.603	.818
VAR00004	72.3438	117.588	.261	.833
VAR00005	72.5000	112.839	.187	.842
VAR00006	71.6875	114.738	.319	.831
VAR00007	71.5000	112.581	.356	.829
VAR00008	71.5000	112.581	.356	.829
VAR00009	71.6250	106.306	.626	.818
VAR00010	71.6875	114.738	.319	.831
VAR00011	71.5625	118.383	.130	.836
VAR00012	72.1875	109.448	.440	.826
VAR00013	71.0938	119.249	.069	.839
VAR00014	71.5625	110.899	.447	.826
VAR00015	71.1250	118.306	.155	.835
VAR00016	71.7500	109.935	.461	.825
VAR00017	71.6250	112.177	.429	.827
VAR00018	71.9062	110.346	.420	.827
VAR00019	71.1875	112.028	.431	.827
VAR00020	71.1875	112.028	.431	.827
VAR00021	71.2500	116.903	.240	.833
VAR00022	71.9375	113.802	.306	.831
VAR00023	72.0312	105.257	.525	.822
VAR00024	71.8438	109.362	.421	.827

Scale: *IMPULSIVE BUYING* (2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	52.5625	89.286	.474	.843
VAR00002	53.0625	81.802	.716	.830
VAR00003	52.9688	83.128	.666	.833
VAR00006	52.6875	94.673	.228	.852
VAR00007	52.5000	90.710	.387	.847
VAR00008	52.5000	90.710	.387	.847
VAR00009	52.6250	85.984	.608	.837
VAR00010	52.6875	94.673	.228	.852
VAR00012	53.1875	88.738	.425	.845
VAR00014	52.5625	89.286	.474	.843
VAR00016	52.7500	88.581	.477	.843
VAR00017	52.6250	90.177	.475	.843
VAR00018	52.9062	88.862	.439	.845
VAR00019	52.1875	90.802	.430	.845
VAR00020	52.1875	90.802	.430	.845
VAR00022	52.9375	92.448	.302	.850
VAR00023	53.0312	84.999	.509	.841
VAR00024	52.8438	88.717	.404	.847

Scale: *IMPULSIVE BUYING* (3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	48

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	46.3125	82.028	.487	.849
VAR00002	46.8125	74.931	.724	.835
VAR00003	46.7188	76.338	.666	.838
VAR00007	46.2500	82.387	.458	.850
VAR00008	46.2500	82.387	.458	.850
VAR00009	46.3750	79.790	.568	.845
VAR00012	46.9375	81.802	.421	.852
VAR00014	46.3125	82.028	.487	.849
VAR00016	46.5000	81.161	.500	.848
VAR00017	46.3750	82.694	.502	.848
VAR00018	46.6562	82.555	.401	.853
VAR00019	45.9375	83.351	.453	.850
VAR00020	45.9375	83.351	.453	.850
VAR00022	46.6875	85.770	.274	.858
VAR00023	46.7812	78.628	.486	.849
VAR00024	46.5938	82.249	.376	.855

Scale: *IMPULSIVE BUYING* (4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	48

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	43.4375	76.319	.494	.850
VAR00002	43.9375	69.738	.715	.836
VAR00003	43.8438	71.233	.650	.840
VAR00007	43.3750	76.887	.451	.852
VAR00008	43.3750	76.887	.451	.852
VAR00009	43.5000	74.000	.583	.845
VAR00012	44.0625	75.867	.439	.853
VAR00014	43.4375	76.319	.494	.850
VAR00016	43.6250	75.274	.518	.848
VAR00017	43.5000	76.710	.526	.849
VAR00018	43.7812	76.951	.400	.855
VAR00019	43.0625	77.609	.459	.851
VAR00020	43.0625	77.609	.459	.851
VAR00023	43.9062	73.701	.459	.853
VAR00024	43.7188	76.983	.358	.857

LAMPIRAN 7

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Konformitas

Scale: KONFORMITAS (1)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.670	.700	20

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Scale Mean if Item Deleted
VAR00001	40.77	32.636	.183	.474	.664
VAR00002	41.04	32.342	.200	.449	.663
VAR00003	41.56	30.821	.391	.403	.643
VAR00004	41.01	35.630	-.170	.249	.701
VAR00005	41.68	30.511	.462	.511	.637
VAR00006	40.79	32.778	.162	.349	.666
VAR00007	42.04	29.660	.525	.680	.628
VAR00008	41.94	29.634	.466	.636	.632
VAR00009	41.11	31.141	.271	.405	.655
VAR00010	40.89	34.402	-.070	.231	.703
VAR00011	41.10	34.168	-.033	.298	.692
VAR00012	41.14	30.694	.393	.439	.642
VAR00013	41.88	30.629	.457	.454	.638
VAR00014	41.94	30.908	.386	.478	.644
VAR00015	41.78	31.460	.310	.334	.652
VAR00016	41.77	30.177	.460	.449	.635
VAR00017	41.95	30.774	.494	.452	.637
VAR00018	41.68	29.825	.433	.438	.636
VAR00019	41.58	32.768	.181	.341	.664
VAR00020	41.12	35.253	-.133	.373	.704

Scale: KONFORMITAS (2)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.808	.811	12

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00003	20.91	23.997	.384	.296	.800
VAR00005	21.03	23.171	.542	.459	.787
VAR00007	21.39	22.277	.624	.657	.778
VAR00008	21.28	22.052	.581	.603	.781
VAR00009	20.45	24.020	.293	.229	.811
VAR00012	20.48	23.703	.411	.244	.798
VAR00013	21.22	23.957	.431	.358	.796
VAR00014	21.28	23.326	.489	.411	.791
VAR00015	21.12	24.514	.309	.284	.807
VAR00016	21.11	23.477	.447	.397	.795
VAR00017	21.29	23.915	.496	.380	.792
VAR00018	21.02	22.567	.498	.416	.790

LAMPIRAN 8

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala *Lifestyle*

Scale: Lifestyle (1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	28

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	61.6000	155.541	.644	.884
VAR00002	61.8000	158.988	.466	.888
VAR00003	62.1714	158.264	.543	.886
VAR00004	62.3143	157.104	.570	.886
VAR00005	61.1714	158.146	.426	.889
VAR00006	61.4000	160.541	.378	.890
VAR00007	61.3143	164.457	.216	.893
VAR00008	61.6571	160.291	.381	.889
VAR00009	61.4286	152.664	.645	.883
VAR00010	61.1143	165.222	.188	.893
VAR00011	61.2286	167.534	.082	.895
VAR00012	61.5714	155.252	.506	.887
VAR00013	61.2286	154.123	.604	.884
VAR00014	61.7429	153.373	.621	.884
VAR00015	62.0571	161.997	.311	.891
VAR00016	61.8000	152.635	.605	.884
VAR00017	61.7143	160.151	.363	.890
VAR00018	61.6000	156.659	.467	.888
VAR00019	62.1143	158.692	.429	.888
VAR00020	61.6571	155.055	.521	.886
VAR00021	61.1714	154.146	.615	.884
VAR00022	61.5429	155.020	.530	.886
VAR00023	61.8857	160.516	.334	.891
VAR00024	61.4286	158.723	.442	.888
VAR00025	61.3714	157.240	.474	.887
VAR00026	61.7429	159.844	.380	.890
VAR00027	61.4286	156.664	.479	.887

Scale: Lifestyle (2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	22

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	53.3429	143.467	.680	.890
VAR00002	53.5429	146.785	.501	.894
VAR00003	53.9143	146.551	.556	.893
VAR00004	54.0571	145.820	.563	.892
VAR00005	52.9143	145.845	.462	.895
VAR00006	53.1429	149.008	.377	.896
VAR00008	53.4000	148.600	.388	.896
VAR00009	53.1714	141.734	.630	.890
VAR00012	53.3143	145.339	.447	.895
VAR00013	52.9714	142.676	.610	.891
VAR00014	53.4857	141.904	.628	.890
VAR00015	53.8000	150.576	.301	.898
VAR00016	53.5429	141.961	.580	.892
VAR00017	53.4571	147.785	.400	.896
VAR00018	53.3429	144.114	.514	.893
VAR00019	53.8571	148.244	.382	.896
VAR00020	53.4000	144.247	.498	.894
VAR00021	52.9143	142.669	.622	.891
VAR00022	53.2857	143.739	.527	.893
VAR00023	53.6286	149.240	.322	.898
VAR00024	53.1714	146.440	.478	.894
VAR00025	53.1143	144.751	.520	.893
VAR00026	53.4857	148.787	.359	.897
VAR00027	53.1714	145.911	.450	.895

LAMPIRAN 9

Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		392
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.86771377
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.044
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		1.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.180
a. Test distribution is Normal.		

2. Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combine d)	260.616	24	10.859	1.294	.163
		Linearity	.356	1	.356	.042	.837
		Deviation from Linearity	260.260	23	11.316	1.349	.132
	Within Groups		3079.034	367	8.390		
	Total		3339.651	391			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	558.197	43	12.981	1.624	.010
		Linearity	123.749	1	123.749	15.483	.000
		Deviation from Linearity	434.448	42	10.344	1.294	.113
	Within Groups		2781.454	348	7.993		
	Total		3339.651	391			

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	1.000	1.000
	X2	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

4. Uji Heteroskedistitas

Correlations

			X1	X2	ABS_RES
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.021	-.011
		Sig. (2-tailed)	.	.683	.827
		N	392	392	392
	X2	Correlation Coefficient	.021	1.000	-.017
		Sig. (2-tailed)	.683	.	.730
		N	392	392	392
	ABS_RES	Correlation Coefficient	-.011	-.017	1.000
		Sig. (2-tailed)	.827	.730	.

LAMPIRAN 10

Analisa Data

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.152	2	62.076	7.510	.001 _a
	Residual	3215.499	389	8.266		
	Total	3339.651	391			
a. Predictors: (Constant), X2, X1						
b. Dependent Variable: Y						

Correlations

			Y	X1
Spearman's rho	Y	Correlation Coefficient	1.000	.001
		Sig. (2-tailed)	.	.978
		N	392	392
	X1	Correlation Coefficient	.001	1.000
		Sig. (2-tailed)	.978	.
		N	392	392

Correlations

			Y	X2
Spearman's rho	Y	Correlation Coefficient	1.000	.179**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	392	392
	X2	Correlation Coefficient	.179**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	392	392

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 11
Hasil Data Deskriptif Statistik dan Kategorisasi

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Y	392	28	51	39.31	.148	2.923
X1	392	18	48	31.37	.182	3.605
X2	392	48	96	65.35	.448	8.876
Valid N (listwise)	392					

1. Impulsive Buying

Y_Kategori					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	18	4.6	4.6	4.6
	2	73	18.6	18.6	23.2
	3	180	45.9	45.9	69.1
	4	97	24.7	24.7	93.9
	5	24	6.1	6.1	100.0
	Total	392	100.0	100.0	

2. Konformitas

X1_Kategori					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	19	4.8	4.8	4.8
	2	73	18.6	18.6	23.5
	3	202	51.5	51.5	75.0
	4	75	19.1	19.1	94.1
	5	23	5.9	5.9	100.0
	Total	392	100.0	100.0	

3. *Lifestyle*

X2_Kategori					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14	3.6	3.6	3.6
	2	116	29.6	29.6	33.2
	3	134	34.2	34.2	67.3
	4	97	24.7	24.7	92.1
	5	31	7.9	7.9	100.0
	Total	392	100.0	100.0	

LAMPIRAN 12
Alat Ukur *Impulsive Buying* (Y)

Definisi Operasional	Indikator	Aitem
Bayley dan Nancarrow (1998) <i>Impulsive Buying</i> merupakan perilaku belanja yang dilakukan secara spontan dengan melibatkan perasaan hedonis, sehingga memicu proses pengambilan keputusan yang dilakukan secara cepat tanpa berpikir dan mempertimbangkan dampak yang akan dirasakan setelah itu.	Pembelian spontan, merupakan keadaan dimana pelanggan seringkali membeli sesuatu tanpa direncanakan terlebih dahulu.	1. Saya sering terpengaruh oleh diskon atau promosi untuk membeli barang yang sebenarnya tidak saya butuhkan. (F) 2. Saya sering membeli barang hanya karena kebetulan melihatnya di etalase atau rak toko. (F) 3. Saya sering merasa sulit menahan diri untuk tidak membeli barang yang menarik. (F) 4. Saya selalu membuat daftar belanja dan hanya membeli yang ada di daftar tersebut. (UF) 5. Saya selalu mempertimbangkan dengan matang sebelum melakukan pembelian. (UF) 6. Saya jarang membeli barang hanya karena saya melihatnya dan langsung menginginkannya. (UF)
	Pembelian tanpa berpikir akibat, merupakan keadaan	1. Ketika melihat produk yang menarik, saya sering kali langsung membelinya tanpa

	dimana pelanggan sering melakukan pembelian tanpa memikirkan terlebih dahulu mengenai akibat dari pembelian yang dilakukan	memikirkan dampaknya.(F) 2. Saya merasa tidak perlu berpikir panjang sebelum membeli sesuatu yang saya inginkan.(F) 3. Ketika saya melihat diskon besar, saya sering langsung membeli tanpa memikirkan apakah saya membutuhkan barang tersebut.(F) 4. Saya sering menyesal setelah melakukan pembelian karena tidak memikirkannya terlebih dahulu.(UF) 5. Saya sering membeli barang tanpa memikirkan apakah saya benar-benar membutuhkannya atau tidak.(UF) 6. Saya jarang memikirkan konsekuensi sebelum membeli sesuatu.(UF)
	Pembelian terburu-buru, merupakan keadaan dimana pelanggan seringkali merasa bahwa terlalu terburu-buru dalam membeli sesuatu.	1. Saya selalu memikirkan anggaran dan dampak keuangan sebelum membeli sesuatu.(F) 2. Saya memastikan untuk memikirkan kembali keputusan pembelian sebelum benar-benar melakukannya.(F) 3. Saya menyesal setelah melakukan pembelian yang terlalu terburu-buru.(F)

		4. Saya sering merasa terburu-buru saat membeli sesuatu tanpa memikirkannya dengan matang.(UF) 5. Saya merasa terlalu cepat dalam memutuskan untuk membeli sesuatu ketika melihat barang yang menarik.(UF) 6. Pembelian yang dilakukan dalam waktu singkat sering kali membuat saya merasa kurang puas.(UF)
	Pembelian dipengaruhi keadaan emosional, adalah penilaian pelanggan dimana pelanggan melakukan kegiatan berbelanja dipengaruhi oleh keadaan emosional	1. Saya merasa lebih puas dengan pembelian saya ketika dalam suasana hati yang baik.(F) 2. Saya merasa lebih termotivasi untuk berbelanja ketika sedang dalam suasana hati yang baik.(F) 3. Keadaan emosional saya mempengaruhi jumlah uang yang saya keluarkan saat berbelanja.(F) 4. Saya biasanya membeli sesuatu untuk menghibur diri ketika merasa kecewa.(UF) 5. Saya melakukan pembelian saat sedang merasa tertekan tanpa mempertimbangkan kebutuhan barang tersebut.(UF)

		6. Saya sering membeli barang hanya untuk mengalihkan perasaan negatif saya.(UF)
--	--	--

Lampiran 13
Alat Ukur Konformitas (X1)

NO	INDIKATOR	DEFINISI	ITEM	
			F	UF
1	Aspek soaial Normatif	Pengaruh sosial normatif adalah keinginan yang digunakan untuk dapat disukai atau menghindari baik orang lain maupun kelompok. Guna untuk menghindari penolakan, individu tetap berada dalam penilaian baik orang lain agar mendapatkan penerimaan mahasiswa.	1. Saya akan sependapat dengan mengambil Keputusan pembelian jika teman kelompok mayoritas setuju untuk membeli produk atau bangan <i>online</i> tersebut. 2. Saya memiliki selera yang sama dengan teman saya jika membeli produk atau barang <i>online</i> . 3. Saya akan membeli produk atau barang yang sama agar diterima oleh kelompok. 4. Saya membeli produk <i>online</i> dengan mengikuti gaya penampilan teman saya agar tidak jauh berbeda dengan mahasiswa. 5. Saya takut dijauhi	1. Saya akan berterus terang untuk menolak ajakan teman saya untuk membeli produk <i>online</i> jika saya tidak menginginkan produk tersebut. 2. Saya akan mencari teman yang baru jika teman saya terus menerus menyuruh saya untuk membeli produk <i>online</i> yang sedang trend 3. Saya memiliki selera yang beda dengan teman saya dalam memilih sesuatu produk atau barang <i>online</i> . 4. Saya merasa nyaman jika membeli produk atau barang yang berbeda dari keinginan teman-teman

			teman jika membeli produk atau barang yang berbeda.	5. Saya lebih suka membeli produk atau barang <i>online</i> dengan pilihan saya sendiri tanpa saran dari teman
2.	Aspek Informasi	Pengaruh informasional adalah keinginan untuk mendapatkan informasi penting yang diperlukan maupun keinginan diri sendiri untuk menjadi benar. Pengaruh informasional mendorong individu untuk secara diam-diam menerima pengaruh orang lain, karena hal tersebut didasarkan pada kecenderungan diri sendiri untuk bergantung pada orang lain, sebagai sumber informasi tentang berbagai aspek dunia sosial.	1. Saya tampil percaya diri dengan menggunakan produk atau barang <i>online</i> yang direkomendasikan oleh teman saya. 2. Saya menyetujui saran dari teman yang lebih mengetahuidan kaya informasi tentang suatu produk atau barang <i>online</i> tersebut 3. Saya akan membeli produk atau barang <i>online</i> hasil rekomendasi teman jika menurut saya menarik 4. Saya ikut membeli produk atau brand barang ternama jika teman saya membelinya. 5. Saya terkadang memperhatikan apa yang digunakan oleh teman saya.	1. Saya tidak mudah terpengaruh oleh teman yang sering meracuni saya suatu produk <i>online</i> 2. Saya tidak terganggu jika teman saya banyak berkomentar tentang penampilan saya yang berbeda dari mahasiswa, karena saya nyaman dengan penampilan saya sendiri 3. Saya risi jika ada teman yang merekomendasikan produk <i>online</i> yang tidak berkualitas di group whatsapp 4. Saya tidak senang jika ada teman yang menggunakan produk atau barang yang sama. 5. Saya tidak akan

				memutuskan untuk membeli produk fashion di <i>online</i> shop jika saya tidak suka, walaupun menurut teman saya produk tersebut cocok untuk saya.
--	--	--	--	---

Lampiran 14
Alat Ukur *Lifestyle* (X2)

ASPEK (Kotler dan Amstrong 2012)	INDIKATOR	AITEM
AKTIVITAS	Suka berbelanja barang-barang bermerek dan kurang dibutuhkan	1. Saya percaya diri saat membeli barang bermerek sekalipun tidak membutuhkannya(F) 2. Bagi saya yang terpenting mempunyai barang bermerek mengesampingkan manfaatnya(F) 3. Barang bermerek bukanlah prioritas utama bagi saya saat membeli barang, terutama jika saya merasa kurang memanfaatkannya. (UF) 4. Saya sangat setuju dengan kegiatan berbelanja barang-barang bermerek yang sebenarnya tidak dibutuhkan. (UF)
	lebih senang berada diluar rumah untuk nongkrong di café, nonton bioskop, dan berada di pusat perbelanjaan	5. Nongkrong di café dengan teman-teman memberikan saya pengalaman yang lebih memuaskan daripada kegiatan di dalam rumah.(F) 6. Saya cenderung memilih untuk menghabiskan waktu di tempat-tempat umum, seperti pusat perbelanjaan, daripada di rumah.(F) 7. Berkumpul di cafe tidak memberikan

		kesempatan yang lebih baik untuk bersosialisasi dengan teman-teman(UF) 8. Saya lebih suka berada di rumah daripada pergi ke café, bioskop, atau pusat perbelanjaan untuk nongkrong (UF)
MINAT	Ingin menjadi pusat perhatian	1. Saya senang jika menjadi pusat perhatian di antara rekan-rekan mahasiswa.(F) 2. Mendapatkan perhatian dari teman-teman mahasiswa meningkatkan rasa percaya diri saya.(F) 3. Saya tidak merasa bahagia ketika mendapat perhatian dari mahasiswa lainnya dalam lingkungan akademik atau sosial.(UF) 4. Saya tidak suka menjadi pusat perhatian dan akan menghindarinya sebisa mungkin. (UF)
	Memiliki keinginan yang insatan dan spontan	1. Saya membeli barang sekalipun tanpa rencana.(F) 2. Saya tergoda untuk membeli barang yang saya lihat secara <i>online</i> tanpa mempertimbangkan kemanfaatannya.(F) 3. Saya tidak secara spontan membeli barang yang banyak diskon jika sebenarnya tidak diperlukan.(UF)

		4. Saya tidak ingin memiliki keinginan yang instan dan spontan kecuali dalam keadaan tertentu.(UF)
	Keinginan memiliki benda-benda mewah	5. Penting bagi saya memiliki barang mewah.(F) 6. Ketika melihat teman atau orang lain memiliki barang-barang mewah, saya terdorong untuk mendapatkan hal yang serupa.(F) 7. Barang mewah bukan menjadi tujuan utama dalam berbelanja.(UF) 8. Saya tidak memiliki keinginan untuk memiliki benda-benda atau barang mewah (UF)
PENDAPAT	Memiliki pandangan bahwa akan terlihat memalukan jika tidak menggunakan produk terbaru	1. Saya merasa malu ketika saya tidak menggunakan barang mewah.(F) 2. Saya khawatir orang lain akan menganggap saya ketinggalan zaman jika tidak menggunakan produk terbaru.(F) 3. Saya tidak percaya bahwa memiliki produk terbaru adalah bagian dari citra diri yang diinginkan.(UF)
	Beranggapan bahwa penampilan yang menarik akan mudah diterima di	4. Saya percaya bahwa penampilan yang menarik dapat meningkatkan penerimaan sosial di kalangan mahasiswa.(F)

	lingkuangan sosial	5. Saya yakin bahwa mahasiswa lebih suka bergaul dengan individu yang memiliki penampilan menarik seperti saya.(F) 6. Saya sangat tidak setuju dengan pandangan bahwa penampilan menarik akan mudah diterima di lingkungan sosial.(UF) 7. Saya tidak setuju dengan pandangan bahwa penampilan menarik akan mudah diterima di lingkungan sosial.(UF)
--	--------------------	--



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Josefin Gemilani Nalenan
NBI/ NPM : 1532200039
Fakultas : Fakultas Psikologi
Program Studi : Magister Psikologi
Jenis Karya : ~~Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

HUBUNGAN KONFORMITAS DAN LIFESTYLE DENGAN IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR PADA MAHASISWA DALAM MELAKUKAN ONLINE SHOPPING

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945
Pada tanggal : 3 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Josefin Gemilani Nalenan)