

**HUBUNGAN ANTARA *NEED FOR UNIQUENESS*  
DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA INDIVIDU  
DEWASA AWAL DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**



**Oleh :**

**GRACE MIL DUA RIBU TABO**  
**NBI: 1512200177**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2026**

**Hubungan Antara *Need For Uniqueness* Dengan *Impulsive Buying* Pada Individu Dewasa Awal Di Surabaya**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**



**Oleh :  
GRACE MIL DUA RIBU TABO  
NBI: 1512200177**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2026**

**Hubungan Antara *Need For Uniqueness* Dengan *Impulsive Buying* Pada Individu Dewasa Awal Di Surabaya**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**



**Oleh :**

**GRACE MIL DUA RIBU TABO**

**NBI: 1512200177**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2026**

## **HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PENJIPLAKAN**

Penulis menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Demikian pernyataan ini penulis buat atas kesadaran penulis secara penuh tanpa paksaan pihak manapun.

Surabaya, 22 Januari 2026



**GRACE MIL DUA RIBU TABO**

NBI: 1512200177



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext 311)

**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 : Grace Mil Dua Ribu Tabo  
NBI/ NPM : 1512200177  
Fakultas : Psikologi  
Program Studi : Psikologi  
Jenis Karya : Skripsi

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

**Hubungan Antara *Need For Uniqueness* Dengan  
*Impulsive Buying* Pada Individu Dewasa Awal Di  
Surabaya**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (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 : Surabaya  
Pada tanggal : 22 Januari 2026

Yang Menyatakan



(Grace Mil Dua Ribu Tabo)

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**NAMA** : Grace Mil Dua Ribu Tabo  
**NBI** : 1512200177  
**JUDUL** : *Hubungan Antara Need For Uniqueness Dengan Impulsive Buying Pada Individu Dewasa Awal Di Surabaya*

Surabaya, 11 Januari 2026  
Disetujui oleh:

**Dosen Pembimbing I**

**Dosen Pembimbing II**

  
**(Dr. Suhadianto, S.Psi., M.Psi  
Psikolog)**

  
**(Dr. Andik Matulesy, M.Si., Psikolog)**

# HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi

Pada Tanggal : 11 Januari 2026

Dewan Penguji :

1. Dr. Hetti Sari Ramadhani, S.Psi., M.Si
2. Dr. Suhadianto, S.Psi., M.,Psi., Psikolog
3. Dr. Andik Matulesy, M.Si., Psikolog



Mengesahkan  
Fakultas Psikologi

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,

  
Dr. Diah Sofiah, S.Psi., M.Si., Psikolog

NPP. 25010.02.0551

## HALAMAN MOTTO

Amsal 23 : 18

Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang.

Amsal 3 : 5

Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengertianmu sendiri.

“You can't go back and change the beginning, but you can start where you are and change the ending.”

\_C.S. Lewis

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya kepada penulis. Ketika dalam kesulitan penulis merasakan kuasa dan rahmat yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa yang telah membantu menyempurnakan dan mengatasi kesulitan yang ada dalam kehidupan.

Segala usaha dan perjuangan yang sudah dijalani peneliti tentunya skripsi ini penulis persembahkan. Untuk keluarga terutama ayah dan ibu, Ls. Sylvia, Ls. Ona yang dengan tulus memberikan dukungan baik berupa materi maupun nasihat yang sangat berarti, dalam hidup penulis.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat yang senantiasa mendengarkan keluh kesah, menemani, memahami, di saat penulis menghadapi kesulitan dalam proses perkuliahan sampai kepada penyusunan skripsi sehingga dapat selesai tepat waktu.

Akhirnya, skripsi ini penulis persembahkan kepada diri sendiri, yang meski sering merasa lelah, ragu, dan berkali-kali hampir menyerah, namun mampu bertahan, dan bangkit kembali demi kebahagiaan keluarga dan masa depan penulis.

Semoga segala perjuangan ini dapat memberikan hasil yang memuaskan serta bermanfaat bagi orang-orang di sekitar penulis.

## CURRICULUM VITAE

### A. Identitas Diri

Nama : Grace Mil Dua Ribu Tabo  
Tempat Lahir : Wamena  
Tanggal Lahir : 18 Agustus 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Kristen Protestan  
Alamat : Taman Puspa Raya B. II NO. 23  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Email : [gracetabo2000@gmail.com](mailto:gracetabo2000@gmail.com)  
No. Telepon : 085731692621



### B. Riwayat Pendidikan

Tamat SD Sumberejo 02  
Tamat SMP Katholik Widyatama  
Tamat SMK Negei 01

### C. Riwayat Pekerjaan

Bekerja di Pupuk Bawang Café  
Bekerja di PT.Kurnia Nata Kencana

### D. Kemampuan

Bahasa Indonesia (Aktif)  
Bahasa Inggris (Pasif)  
Microsoft Office (Word, Excel, Power Point)  
Bermain Alat Musik (Piano)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara *Need For Uniqueness* Dengan *Impulsive Buying* Pada Individu Dewasa Awal Di Surabaya” dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Program Studi Strata Satu (S1) pada Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menemui berbagai kesulitan. Namun, berkat bimbingan, motivasi, bantuan, serta doa dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Harjo Seputro, S.T., M.T selaku Pj. Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr. Diah Sofiah, S.Psi., M.Si., Psikolog, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. Mamang Effendy, S.Pd., M.Psi, selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Rahma Kusumandari, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dr. Suhadianto, S.Psi., Psikolog, selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran memberikan arahan, masukan, serta meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Andik Matulesy, M.Si., Psikolog, selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, masukan, serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Eko April Ariyanto, S.Psi., M.Psi., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah banyak memberikan arahan serta nasihat selama penulis menempuh pendidikan.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan staf karyawan Fakultas Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas segala ilmu, pengalaman, dan pelayanan akademik yang telah diberikan.
9. Kedua orang tua penulis, terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan tanpa henti yang telah diberikan demi masa depan penulis.

10. Ls. Sylvia dan Ls. Ona yang memberikan semangat dan dukungan dari awal penulis pindah ke Surabaya, dan selama proses perkuliahan hingga saat ini.
11. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT. Kurnia Nata Kencana (PT KNK), tempat penulis bekerja, atas dukungan, kesempatan, dan pengertian yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.
12. Sherly Tabo, Kristina Tabo, Nana, Sarah, Angel, Natalia, Elisabeth, selaku saudara dan teman seperjuangan penulis yang memberikan dukungan, kekuatan dalam kehidupan penulis.
13. Teman-teman seperjuangan, Prodi Psikologi Kelas Malam Angkatan 22. Terimakasih atas kebersamaan, semangat, canda tawa, yang mengisi hari-hari penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
14. Seluruh responden yang terlibat dan bersedia membantu dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak serta berkontribusi dalam pengembangan ilmu psikologi di Indonesia.

# HUBUNGAN ANTARA *NEED FOR UNIQUENESS* DENGAN *IMPULSIVE BUYING* PADA INDIVIDU DEWASA AWAL DI SURABAYA

Grace Mil Dua Ribu Tabo  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[Gracetabo2000@gmail.com](mailto:Gracetabo2000@gmail.com)

## Abstrak

Perilaku pembelian impulsif merupakan fenomena yang sering terjadi pada individu dewasa awal dan dipengaruhi oleh faktor psikologis internal, salah satunya *need for uniqueness*. *Need for uniqueness* adalah dorongan individu untuk menampilkan keunikan dan perbedaan diri melalui perilaku konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *need for uniqueness* dengan *impulsive buying* pada individu dewasa awal di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Partisipan sebanyak 115 individu dewasa awal berusia 20 sampai 40 tahun yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah *Impulse Buying Tendency Scale* dan *Consumer Need for Uniqueness Scale*. Analisis data dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara *need for uniqueness* dengan *impulsive buying* ditemukan nilai  $r = 0,384$ . Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kebutuhan individu untuk tampil unik, semakin tinggi kecenderungan melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini menegaskan peran *need for uniqueness* sebagai faktor psikologis yang berkontribusi terhadap perilaku pembelian impulsif pada individu dewasa awal. Individu dewasa awal perlu meningkatkan kontrol diri dan kesadaran konsumsi, dengan dukungan orang tua melalui pembentukan pola konsumsi rasional untuk mencegah *impulsive buying*.

Kata Kunci: *Impulsive Buying*, *Need For Uniqueness*, Dewasa Awal, Perilaku Konsumtif, Psikologi

**THE RELATIONSHIP BETWEEN NEED FOR UNIQUENESS AND  
IMPULSIVE BUYING AMONG EARLY ADULTS IN SURABAYA**

**Grace Mil Dua Ribu Tabo**  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[Gracetabo2000@gmail.com](mailto:Gracetabo2000@gmail.com)

***Abstract***

Impulsive buying behavior is a phenomenon that frequently occurs among early adults and is influenced by internal psychological factors, one of which is the need for uniqueness. Need for uniqueness refers to an individual's motivation to express uniqueness and distinctiveness through consumption behavior. This study aims to examine the relationship between need for uniqueness and impulsive buying among early adults in Surabaya. The study employed a quantitative approach with a correlational design. The participants consisted of 115 early adults aged 20 to 40 years, selected using purposive sampling. The research instruments used were the Impulse Buying Tendency Scale and the Consumer Need for Uniqueness Scale. Data analysis was conducted using Pearson Product Moment correlation. The results revealed a positive and significant relationship between need for uniqueness and impulsive buying, with a correlation coefficient of  $r = 0.384$ . These findings indicate that the higher an individual's need to appear unique, the higher the tendency to engage in impulsive buying behavior. This study highlights the role of need for uniqueness as a psychological factor contributing to impulsive buying behavior among early adults. Early adults are encouraged to enhance self-control and consumption awareness, with parental support through the development of rational consumption patterns to prevent impulsive buying.

***Keywords:*** *Impulsive Buying, Need For Uniqueness, Early Adulthood, Consumptive Behavior, Psychology*

## Daftar Isi

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PENJIPLAKAN .i	
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
CURRICULUM VITAE.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
Abstrak.....	x
<i>Abstract</i> .....	xi
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
B. Tujuan dan Manfaat.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
C. Keaslian Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
A. <i>Impulsive Buying</i> .....	11
1. Definisi <i>Impulsive Buying</i> .....	11
2. Aspek <i>Impulsive Buying</i> .....	12
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i> .....	13
B. <i>Need For Uniqueness</i> .....	14
1. Definisi <i>Need For Uniqueness</i> .....	14
2. Aspek <i>Need For Uniqueness</i> .....	15
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Need For Uniqueness</i> .....	16
C. Kerangka Berpikir.....	19
D. Hipotesis Penelitian.....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
A. Populasi dan Partisipan.....	21
1. Populasi.....	21

2. Partisipan.....	21
B. Desain Penelitian.....	22
C. Instrumen Pengumpul Data.....	22
1. Skala I ( <i>Impulsive Buying</i> ).....	22
2. Skala II ( <i>Need For Uniqueness</i> ).....	25
D. Uji Prasyarat dan Analisis Data.....	29
1. Uji Prasyarat.....	29
2. Analisis Data.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
A. Hasil Penelitian.....	31
1. Pelelaksanaan Penelitian.....	31
2. Deskripsi Subjek Penelitian.....	31
3. Uji Deskriptif.....	32
4. Uji Hipotesis.....	33
B. Pembahasan.....	34
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>39</b>
A. Kesimpulan.....	39
B. Saran.....	39
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>41</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>47</b>

## Daftar Tabel

Tabel 1. Pilihan Jawaban Model Skala Likert Variabel Impulsive Buying .....	23
Tabel 2. Blue Print Sebaran Aitem Skala Impulsive Buying .....	23
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Skala Impulsive Buying .....	24
Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas Skala Impulsive Buying .....	25
Tabel 5. Rangkuman Hasil Uji Reabilitas Skala Impulsive Buying .....	25
Tabel 6. Pilihan Jawaban Model Skala Likert Variabel Need For Uniqueness . .....	26
Tabel 7. Blue Print Sebaran Aitem Skala Need For Uniqueness .....	26
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Skala Need For Uniqueness .....	27
Tabel 9. Hasil Uji Reabilitas Skala Need For Uniqueness .....	29
Tabel 10. Rangkuman Hasil Uji Reabilitas Skala Need For Uniqueness .....	29
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas .....	29
Tabel 12. Hasil Uji Linearitas .....	30
Tabel 13. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	31
Tabel 14. Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 15. Kategorisasi Skala Impulsive Buying .....	32
Tabel 16. Kategorisasi Skala Need For Uniqueness .....	32
Tabel 17. Mean empirik dan Mean Hipotetik .....	33
Tabel 18. Uji Hipotesis .....	33
Tabel 19. Uji Sumbangan Efektif .....	34

## Daftar Gambar

Gambar 1. Kerangka Berpikir.....	19
Gambar 2. Grafik Perhitungan Sample dengan G*Power.....	21

## Daftar Lampiran

Lampiran I Inform Consent .....	47
Lampiran II Instrumen .....	48
Lampiran III Tabulasi Jawaban .....	52
Lampiran IV Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	59
Lampiran V Tabulasi Skor Total .....	65
Lampiran VI Uji Asumsi .....	68
Lampiran VII Uji Hipotesis .....	69
Lampiran VIII Turnitin .....	70