

**PENGARUH *SELF ESTEEM* DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP
INTENSI MEMBELI FASHION DI INSTAGRAM (STUDI PADA
MAHASISWA ANGKATAN 2016 PSIKOLOGI ISLAM IAIN KEDIRI)**

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Psikologi (S.Psi)



Oleh:

Moh. Adim Mahfud

NIM.: 933401416

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *SELF ESTEEM* DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP
INTENSI MEMBELI FASHION DI INSTAGRAM (STUDI PADA
MAHASISWA ANGKATAN 2016 PSIKOLOGI ISLAM IAIN KEDIRI)

MOH ADIM MAHFUD

NIM. 933401416

Disetujui oleh:

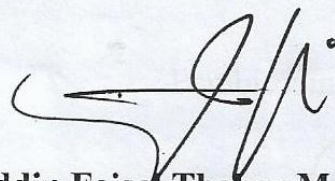
Pembimbing I

Pembimbing II



(Dr. H. M. Mu'tashim Billah, MA)

NIP.197305041999031001



(Syafruddin Faisal Thohar M.Psi, Psikolog)

NIP.198505092020121008

NOTA DINAS

Kediri, 21 April 2021

Nomor :
Lampiran : 4 Berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Ketua Institut Agama
Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07-Ngronggo
Kediri

Assalamualaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa dibawah ini :

Nama : Moh. Adim Mahfud
NIM : 933401416
Jurusan : Psikologi Islam
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri
Judul : Pengaruh *Self Esteem* dan *Social Influence* terhadap
Intensi Membeli Fashion di Instagram (Studi pada
Mahasiswa Angkatan 2016 Psikologi Islam IAIN Kediri)

Setelah diperbaiki materi susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi
tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana
Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya dengan
harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan
terimakasih. Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I.

Pembimbing II



(Dr. H. M. Mu'tashim Billah, MA)

NIP.197305041999031001



(Syafruddin Faisal Thohar, M.Psi, Psikolog)

NIP.198505092020121008

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *SELF ESTEEM* DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP
INTENSI MEMBELI FASHION DI INSTAGRAM (STUDI PADA
MAHASISWA ANGKATAN 2016 PSIKOLOGI ISLAM IAIN KEDIRI)

MOH. ADIM MAHFUD

NIM. 9.334.014.16

Telah diujikan di depan Sidang Munāqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 12 Juli 2021

TIM Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Rini Risnawita Suminta, M.Si.

NIP. 197712152005012002

()

2. Penguji I

Dr. H. M. Mu'tashim Billah, MA.

NIP. 197305041999031001

()

3. Penguji II

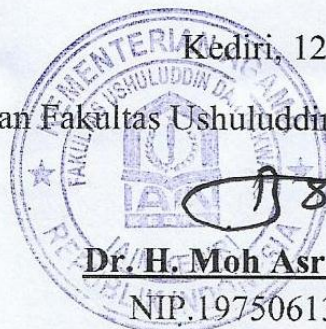
Syafruddin Faisal Thohar M.Psi, Psikolog

NIP.198505092020121008

()

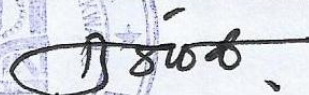
Kediri, 12 Juli 2021

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri



Dr. H. Moh Asror Yusuf, M.Ag

NIP.197506132003121004

()

MOTTO

“Kalau kamu bukan anak raja dan engkau bukan anak ulama besar, maka jadilah penulis”.

-Hujjatul Islam Imam Abu Hamid bin Muhammad AlGhazali

“Orang boleh pandai setinggi langit, namun selama ia tidak menulis, ia akan hilang dalam masyarakat dan dari sejarah. Menulis adalah bekerja untuk keabadian”.

-Pramoedya Ananta Toer Author of Bumi Manusia-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin

*Segala puji bagi Allah S.W.T yang telah melimpahkan ni'mat dan karunianya
kepada ku*

Kupersembahkan karya ini..

*Untuk Kedua Orang Tuaku, Bapak Sulaini dan Ibu St. Badriyah
Terimakasih atas segala dukungan dan doa yang tiada henti dan selalu.kau
panjatkan*

Untuk Saudaraku

Moh. Lathiful Mujib

Serta

Keluarga Besar Psikologi Islam Angkatan 2016

&

Almamaterku tercinta

ABSTRAK

MAHFUD, MOH. ADIM, 2021, *Pengaruh Self Esteem dan Social Influence terhadap Intensi Membeli Fashion di Instagram (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2016 Psikologi Islam IAIN Kediri)*, Skripsi, Program Studi Psikologi Islam, IAIN Kediri. Pembimbing (1) Dr. H. M. Mu'tashim Billah, MA. dan (2) Syafruddin Faisal Thohar M.Psi, Psikolog.

Kata Kunci : *Self Esteem, Social Influence*, Intensi Membeli

Fenomena belanja online menjadi sesuatu yang lumrah dikalangan mahasiswa. Seiring berjalannya waktu, perilaku belanja online menjadi kebiasaan tersendiri. Hal ini tentu saja menjadi prospek bisnis bagi pelaku pasar dalam meraup keuntungan . Media sosial seperti Instagram saat tidak hanya sebagai eksistensi diri namun juga sebagai sarana bisnis yang menggiurkan. Penggunaan sosial media sebagai sarana bisnis perdagangan dinilai efektif dalam pemasaran untuk mendongkrak penjualan.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif program studi Psikologi Islam IAIN Kediri angkatan 2016. Penggunaan Teknik *purposive random sampling* didapatkan jumlah subjek penelitian sebanyak 40 orang

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *self esteem* memberikan sumbangan positif dan signifikan sebesar 7,32% terhadap intensi membeli fashion secara online, sedangkan *social influence* memberikan sumbangan positif dan signifikan sebesar 17,62% terhadap intensi membeli fashion secara daring di onlineshop.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah rabbil 'Alamin. Segala puji bagi Allah yang telah memberikan ni'mat dan karunianya sehingga penulis bisa menyelesaikan karya skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh *Self Esteem* dan *Social Influence* terhadap Intensi Membeli Fashion di Instagram (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2016 Psikologi Islam IAIN Kediri). Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu dinantikan syafaatnya kelak di *yaumul qiyamah* amiin.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami. Namun berkat dukungan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penelitian skripsi ini telah terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis ingin sekali mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada

1. Allah SWT atas segala ridhonya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
2. Kedua orang tua saya Bapak. Sulaini dan Ibu Siti Badriyah, terimakasih atas doa, dukungan, kritik yang membangun dan kasih sayang mu.
3. Bapak Dr. Nur Chamid, MM selaku Rektor Kampus IAIN Kediri
4. Bapak Dr. Moh. Asror Yusuf, M.Ag selaku Dekan Program Studi Psikologi Islam IAIN Kediri
5. Ibu Dr. Rini Risnawita Suminta, M.Si selaku Ketua Program Studi Psikologi Islam IAIN Kediri
6. Bapak Dr H. M. Mu'tashim Billah, MA selaku dosen pembimbing 1 skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi
7. Bapak Syafruddin Faisal Thohar, M.Psi., Psikolog., selaku dosen II skripsi yang dengan telaten selalu memberikan arahan, perhatian, bimbingan serta saran dan kritik yang membangun selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Psikologi Islam dan Program Studi Psikologi Islam kampus IAIN Kediri yang telah mengarahkan dan memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis
9. Saudara saya Moh. Lathiful Mujib S. H. atas arahannya selama penulis menyelesaikan penelitian skripsi ini
10. Sahabat saya Atik Ambarsari yang selalu memberikan semangat dan dukungannya dalam penyelesaian karya tulis ini serta teman saya Nabila Bakda Mauludy yang selalu memberikan arahan, saran dan kritik yang membangun sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik
11. Dan yang terakhir kepada seluruh teman-teman Psikologi angkatan 2016 yang selama ini juga memberikan banyak motivasi terhadap penulis

Terhadap semua tidak dapat kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa syukur kepada Alloh SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya, Amin.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Kediri 12 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Hipotesis Penelitian.....	11
F. Asumsi Penelitian	12
G. Penegasan Istilah.....	13
H. Telaah Pustaka	15
BAB II : KAJIAN TEORITIK	19
A. <i>Self Esteem</i>	19
B. <i>Social Influence</i>	24
C. Intensi Membeli	27
BAB III : METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
B. Populasi dan Sampel	33

C. Identifikasi Variabel.....	36
D. Pengumpulan Data.....	37
E. Data dan Sumber Data	41
BAB IV : HASIL PENELITIAN	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Deskripsi Data.....	48
C. Pengujian Hipotesis.....	48
BAB V : PEMBAHASAN.....	79
A. Pengaruh <i>Self Esteem</i> terhadap Intensi Membeli Fashion di Instagram	79
B. Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap Intensi Membeli Fashion di Instagram	83
C. Pengaruh <i>Self Esteem</i> dan <i>Sosial Influence</i> terhadap Intensi Membeli Fashion di Instagram	88
BAB VI : PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN - LAMPIRAN	98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	126

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Blue Print</i> Skala <i>Self Esteem</i>	37
Tabel 3.2 <i>Blue Print</i> Skala <i>Social Influence</i>	39
Tabel 3.3 <i>Blue Print</i> Skala Intensi Membeli.....	40
Tabel 4.1 Profil Umum Program Studi Psikologi Islam	46
Tabel 4.2 Susunan <i>Blue Print</i> Skala <i>Self Esteem</i> sebelum Uji Validitas	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas <i>Self Esteem</i>	51
Tabel 4. 4 Susunan <i>Blue Print</i> Skala <i>Self Esteem</i> setelah Uji Validitas	52
Tabel 4. 5 Susunan <i>Blue Print</i> Skala <i>Social Influence</i> sebelum Uji Validitas.....	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Skala <i>Social Influence</i>	54
Tabel 4. 7 Susunan <i>Blue Print</i> Skala <i>Social Influence</i> setelah Uji Validitas	55
Tabel 4. 8 Susunan <i>Blue Print</i> Skala Intensi Membeli sebelum Uji Validitas	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Skala Intensi Membeli	57
Tabel 4. 10 Susunan <i>Blue Print</i> Skala Intensi Membeli setelah Uji Validitas.....	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas <i>Self Esteem</i>	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas <i>Social Influence</i>	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Intensi Membeli.....	61
Tabel 4. 14 Output Uji Linieritas <i>Self Esteem</i>	62
Tabel 4. 15 Output Uji Linieritas <i>Social Influence</i>	63
Tabel 4. 16 Tabel Uji Normalitas.....	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Regresi Berganda	68
Tabel 4. 20 Hasil Uji Ketetapan Model Anova.....	70
Tabel 4. 21 Hasil Uji t.....	71
Tabel 4. 22 Hasil Uji Korelasi.....	73
Tabel 4. 23 Model Summary.....	73
Tabel 4. 24 Ringkasan dari Hasil Korelasi dan Regresi.....	74
Tabel 4. 25 Hasil Korelasi dan Regresi, Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relative	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Responden Penelitian.....	99
Lampiran 2 : <i>Blue Print</i> Skala <i>Self esteem</i>	100
Lampiran 3 : Hasil Validitas dan Uji Reliabilitas <i>Self Esteem</i>	104
Lampiran 4 : <i>Blue Print</i> Skala <i>Social Influence</i>	107
Lampiran 5 : Hasil Validitas Aitem dan Uji Reliabilitas <i>Social Influence</i>	112
Lampiran 6 : <i>Blue Print</i> Skala Intensi Membeli	113
Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Intensi Membeli.....	117
Lampiran 8 : Tabulasi Data <i>Self Esteem</i>	118
Lampiran 9 : Tabulasi Data <i>Social Influence</i>	119
Lampiran 10 : Tabulasi Data Intensi.....	120
Lampiran 11 : Nilai Residual Subjek Penelitian Tiap-Tiap Aitem dari 3 Variabel	122
Lampiran 12 : Hasil Uji Linieritas	123
Lampiran 13 : Hasil Uji Normalitas.....	124
Lampiran 14 : Hasil Uji Multikolinieritas.....	124
Lampiran 15 : Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	125
Lampiran 16 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda	125