

**PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE*, *FINANCIAL ATTITUDE*, *EXTERNAL LOCUS OF CONTROL* DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF *ONLINE* PADA SITUS *MARKETPLACE*
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha)**

SKRIPSI



PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
JURUSAN EKONOMI DAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2020

SKRIPSI
DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI



Pembimbing I,

Putu Eka Dianita Marvilianti D., S.S.T.Ak.,M.Si.
NIP.198703212015042001

Pembimbing II,

I Putu Julianto, S.E., M.Si., Ak.
NIP.198207062014041001

Skripsi oleh Aulia Vita Rossiana

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 16 November 2020

Dewan Penguji,



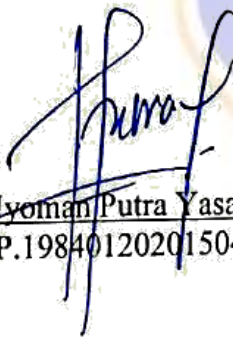
Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi. S.S.T., Ak., M.Si
NIP. 198703212015042001

(Ketua)



I Putu Julianto, S.E., M.Si., Ak
NIP. 198207062014041001

(Anggota)



I Nyoman Putra Yasa, S.E., M.Si.
NIP. 198401202015041001

(Anggota)



**Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi**

Pada :

Hari : Senin

Tanggal : 16 November 2020

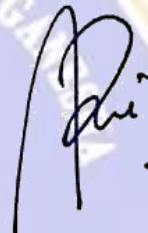
Ketua Ujian



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

Mengetahui

Sekretaris Ujian



Made Arie Wahvuni, S.E., Msi
NIP. 198301052008122002

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si
NIP. 197906162002121003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Financial Knowledge, Financial Attitude, External Locus of Control* dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Pembelian Impulsif *Online* pada Situs *Marketplace* (Studi Empiris pada Mahasiswa Program Studi SI Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha)” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini.

Singaraja, 06 September 2020
Yang membuat pernyataan,



Aulia Vita Rossiana
NIM. 1617051110

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga dapat diselesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE*, *FINANCIAL ATTITUDE*, *EXTERNAL LOCUS OF CONTROL* DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF *ONLINE* PADA SITUS *MARKETPLACE* (STUDI EMPIRIS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA)”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik pihak moral, spiritual maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih, rasa hormat, dan penghargaan yang tulus kepada yang terhormat.

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd, Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.,Ak., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kesempatan untuk mengadakan penelitian untuk keperluan menyusun skripsi.
3. Dr. Luh Indrayani, S..Pd., M.Pd, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha, sekaligus dosen yang telah memberikan motivasi serta kesempatan untuk melakukan bimbingan perkuliahan.
4. I Gede Agus Pertama Yudiantara, S.E., M.S.A. selaku sekretaris Jurusan Ekonomi dan Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha yang telah membantu memberikan kesempatan peneliti untuk mendaftarkan ujian skripsi.
5. Made Arie Wahyuni, S.E., M.Si sebagai Koordinator Program Studi S1 Akuntansi yang sudah membantu peneliti dalam hal administrasi selama penyusunan skripsi ini.

6. Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi, S.S.T. Ak., M.Si. selaku pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan mengarahkan peneliti selama penyusunan skripsi ini.
7. I Putu Julianto, S.E., M.Si., Ak. selaku pembimbing II yang sudah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
8. I Nyoman Putra Yasa, S.E., M.Si. selaku dosen penelaah yang sudah memberikan arahan dalam terbentuknya skripsi ini.
9. Putu Sukma Kurniawan, S.T., M.A. selaku pembimbing akademik yang telah banyak membantu, memberi motivasi dan arahan terkait proses akademik selama berkuliah di program studi S1 Akuntansi.
10. Kedua orang tua tercinta Abdul Muis Wanto dan Isnawati yang sudah memberikan doa, dukungan, motivasi serta dorongan untuk bisa menyelesaikan studi ini.
11. Kepada kakak tingkat UKM Paduan Suara yang dalam penyusunan skripsi ini selalu memberikan motivasi dan saran terutama Kak Widya Lestari, dan Kak Meita Kusuma Dewi.
12. Teman-teman tercinta Rianita, Kak Sunitha, Yuki Santhi, Alit Wikrama, Agus Suardana, Indrayani, Widi Adnyani, Asri, Yuni, Yudak, Ika yang selalu membantu peneliti kapanpun dibutuhkan.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan yang peneliti miliki. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Singaraja, 6 September 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Pembatasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 Teori Atribusi.....	16
2.2 Situs <i>E-MarketPlace</i>	19
2.3 Pembelian Impulsif <i>Online</i>	19
2.3.1 Pengertian Pembelian Impulsif <i>Online</i>	19
2.3.2 Proses Pembelian Impulsif.....	20
2.3.3 Faktor Pendorong Pembelian Impulsif.....	21
2.3.4 Tipe-Tipe Pembelian Impulsif.....	22
2.3.5 Indikator Pembelian Impulsif.....	22
2.4 <i>Financial Knowledge</i>	24
2.4.1 Indikator <i>Financial Knowledge</i>	25
2.5 <i>Financial Attitude</i>	26
2.5.1 Indikator <i>Financial Attitude</i>	26
2.6 <i>External Locus of Control</i>	27
2.6.1 Indikator <i>External Locus of Control</i>	28

2.7 Gaya Hidup Hedonis	29
2.8 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	31
2.9 Kerangka Berpikir	34
2.10 Hipotesis penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	40
3.2 Rancangan Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi.	43
3.3.2 Sampel.	43
3.4 Jenis dan Sumber Data	45
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	46
3.5.1 Definisi Operasional Variabel Bebas (X).....	46
3.5.2 Definisi Operasional Variabel Terikat (Y).....	47
3.5.3 Operasionalisasi Variabel.....	48
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	49
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	49
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.	50
3.7 Teknik Analisis Data	51
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif.....	51
3.7.2 Uji Kualitas data.....	51
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.	52
3.7.4 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Deskripsi Data.....	56
4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	59
4.3 Hasil Uji Kualitas Data	61
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	61
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.	64

4.4.1 Hasil Uji Normalitas.	64
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.	66
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis.	67
4.5.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.	67
4.5.2 Hasil Uji Statistik t (Uji t).	70
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.	73
4.6.1 Pengaruh <i>Financial Knowledge</i> terhadap Pembelian Impulsif <i>Online</i> dengan Situs <i>Marketplace</i> pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha.....	73
4.6.2 Pengaruh <i>Financial Attitude</i> terhadap Pembelian Impulsif <i>Online</i> dengan Situs <i>Marketplace</i> pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha.....	79
4.6.3 Pengaruh <i>External Locus of Control</i> terhadap Pembelian Impulsif <i>Online</i> dengan Situs <i>Marketplace</i> pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha.....	83
4.6.4 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Pembelian Impulsif <i>Online</i> dengan Situs <i>Marketplace</i> pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha.....	88
4.7 Implikasi.....	92
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Rangkuman.	95
5.2 Simpulan.	98
5.2 Saran.....	99
DAFTAR RUJUKAN	102
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Pemerolehan Pendapatan <i>E-Commerce</i> Tahun 2018 - 2019.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	48
Tabel 3.2 Skala Likert	50
Tabel 4.1 Data Responden.....	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik t (Uji t).....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir35

Gambar 3.1 Rancangan Penelitian42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01. Instrumen Penelitian.....	108
Lampiran 02. Tabulasi Data Responden	113
Lampiran 03. Hasil Uji SPSS.....	141
Lampiran 04. Riwayat Hidup.....	149

