

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora

Pada tanggal 22 September 1961 merupakan momen penting bagi Fakultas Ushuluddin IAIN Antasari Banjarmasin, yang saat itu berada di Amuntai, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Pada hari tersebut, Fakultas Ushuluddin yang telah lama dinantikan oleh lulusan Madrasah Aliyah dan setara diresmikan. Sebelumnya, pada 21 September 1961, Fakultas Tarbiyah di Barabai dan Fakultas Adab di Kandangan juga telah diresmikan. Ketiga fakultas ini berada di bawah koordinasi satu badan bernama Koordinator Fakultas Adab, Tarbiyah, dan Ushuluddin, yang diketuai oleh Gubernur Kalimantan Selatan, H. Maksid, dan Sekretaris H. Abd. Rasyid Nasar.¹

Pada 21 Oktober 1961, ketiga fakultas memulai perkuliahan dengan fasilitas yang terbatas. Bertepatan dengan hari ulang tahun Gubernur Tentara Divisi ALRI Kalimantan Selatan pada 17 Mei 1962, Gubernur meresmikan berdirinya Universitas Islam Antasari (UNISAN) yang mencakup ketiga fakultas tersebut. Untuk meringankan beban pengelolaan, diajukan permohonan penegerian kepada Menteri Agama RI, yang dikabulkan melalui SK Menteri Agama Nomor 88 tanggal 27 Oktober 1964. Upacara penegerian dilakukan pada 20 November 1964, yang

¹Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, "Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora" <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

kini dianggap sebagai Hari Jadi IAIN Antasari Banjarmasin. Fakultas Ushuluddin di Amuntai beroperasi hingga 1980, menghasilkan ratusan Sarjana Muda. Sejak 1978, proses integrasi Fakultas Ushuluddin ke Banjarmasin dimulai, dengan mahasiswa Tingkat I pindah pada 1978, Tingkat II dan III pada 1979, dan seluruh mahasiswa pada 1980. Hingga 1986, Fakultas Ushuluddin telah meluluskan 253 Sarjana Muda.²

Fakultas Ushuluddin berada di Amuntai selama 17 tahun (1961-1978), dan setelah itu, hingga 2011, berada di Banjarmasin selama 33 tahun. Pada 1968, program doktoral dengan Program Studi Dakwah dimulai di Amuntai, namun terhenti pada 1971. Program doktoral dengan Program Studi Perbandingan Agama dibuka kembali pada 1977 setelah melalui perjuangan yang panjang dan diresmikan pada 7 Januari 1977. Namun, perkuliahan menghadapi berbagai tantangan, termasuk masalah materi kuliah dan fasilitas, yang menyebabkan perkuliahan berlangsung hingga 1979 tanpa menyelesaikan program dengan baik. Pada 1980, sistem perkuliahan mengalami perubahan dengan diterapkannya Sistem Kredit Semester (SKS). Program Studi yang ada di Fakultas Ushuluddin termasuk Perbandingan Agama (sejak 1977), Tafsir Hadis (sejak 1989), Akidah Filsafat (sejak 1995), Pemikiran Politik Islam (2000-2004), dan Psikologi Islam (sejak 2008). Hingga semester genap 2010/2011, Fakultas Ushuluddin telah menghasilkan 253 Sarjana Muda, 91 Sarjana Lengkap, dan 1080 Sarjana Strata Satu. Keluarga Alumni Fakultas Ushuluddin (KAFUSARI) didirikan pada 4 Desember 1997 untuk

²Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, "Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora" <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

mendukung para alumni dan meningkatkan kualitas pendidikan di Fakultas Ushuluddin.

KAFUSARI telah melakukan berbagai kegiatan, termasuk memberikan bantuan studi, menyumbangkan buku-buku langka, mengadakan pelatihan keterampilan, dan menerbitkan buletin. Mereka juga mengadakan pertemuan untuk memilih pengurus baru dan menyelenggarakan acara ulang tahun Fakultas Ushuluddin yang ke-50 pada 24 September 2011. Dengan berbagai perkembangan dan tantangan yang dihadapi, Fakultas Ushuluddin diharapkan dapat terus beradaptasi dengan zaman, meningkatkan mutu pendidikan, dan membekali lulusannya dengan keterampilan serta pengetahuan yang bermanfaat. Semoga ke depannya, para alumni dan institusi dapat terus berkembang untuk menghadapi tantangan dan memenuhi cita-cita mulia.³

a. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora

1) Visi

Menjadi pusat pengembangan ilmu-ilmu keushuluddin dan Humaniora yang unggul dan berakhlak tahun 2023

2) Misi

a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ilmu-ilmu keushuluddinan dan humaniora yang diperkaya dengan ilmu-ilmu sosial.

³Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, "Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora" <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

- b) Mengembangkan penelitian ilmu-ilmu keushuluddinan dan humaniora yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- c) Membangun kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka pemberdayaan masyarakat.

3) Tujuan

- a) Menghasilkan sarjana muslim yang menguasai ilmu-ilmu keushuluddinan dan humaniora yang diperkaya dengan ilmu-ilmu sosial.
- b) Menghasilkan penelitian ilmu-ilmu keushuluddinan dan humaniora yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- c) Terlaksananya kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka pemberdayaan masyarakat.⁴

2. Prodi Studi Agama-agama

Pada awal berdiri, Prodi Studi Agama Agama bernama Program Studi Perbandingan Agama. Prodi ini berdiri pada tanggal 1 Pebruari 1977 dengan SK Rektor No. 04/V/1977, tertanda H. Mastur Djahri, M.A. Perkuliahan dimulai tanggal 7 Pebruari 1977. Berdasarkan SK Dirjen Pendis No.6943 Tahun 2016 Nama Prodi diubah menjadi Prodi Studi Agama-Agama. Berdasarkan SK tersebut nama Prodi Perbandingan Agama kemudian resmi berganti nama pada tanggal 21 Februari 2019 berdasarkan SK Dirjen Pendis No.1053 tahun 2019 menjadi Studi Agama Agama. Prodi ini mulai diakreditasi pada tahun 2000 dengan peringkat B.

⁴Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, "Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora" <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

Peringkat akreditasi terakhir adalah peringkat B yang berlaku untuk tahun 2015-2020. Prodi Studi Agama Agama memiliki dua program, yaitu Program Reguler (sejak tahun 1977 – sekarang) dan Program Khusus Ulama (dilaksanakan sejak tahun 2018).⁵

a. Visi, misi, dan Tujuan Prodi Studi Agama-agama

1) Visi

Menjadi pusat pengembangan Studi Agama-agama yang unggul dan berakhlak tahun 2032.

2) Misi

a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran Studi Agama-agama yang diperkaya dengan ilmu-ilmu sosial dan humaniora.

b) Mengembangkan penelitian di bidang Studi Agama-agama yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

c) Membangun kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka pemberdayaan masyarakat.

3) Tujuan

a) Menghasilkan sarjana muslim yang menguasai Studi Agama-agama yang diperkaya dengan ilmu-ilmu sosial dan humaniora.

b) Menghasilkan penelitian di bidang studi Agama-agama yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

⁵Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, “Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora” <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

- c) Terlaksananya kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka pemberdayaan masyarakat.

3. Prodi Ilmu Al-Quran dan Tafsir

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan ilmu-ilmu Al-Quran dan Tafsir yang unggul dan berakhlak tahun 2032.⁶

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang ilmu-ilmu Al-Quran dan Tafsir yang unggul dan berakhlak yang terintegrasi dengan ilmu-ilmu sosial dan humaniora.
- 2) Mengembangkan penelitian di bidang ilmu-ilmu Al-Quran dan Tafsir yang unggul dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian berbasis ilmu-ilmu Al-Quran dan Tafsir yang unggul dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- 4) Membangun kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka peningkatan mutu akademik, penelitian, dan pemberdayaan masyarakat.
- 5) Menyelenggarakan pelayanan akademik dan administrasi modern berbasis teknologi informasi.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan sarjana muslim memiliki:

⁶Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, "Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora" <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

- a) Pengetahuan yang luas dan mendalam di bidang Ilmu Al-Quran dan Tafsir yang diintegritasikan dengan ilmu-ilmu sosial dan humaniora.
 - b) Kepribadian yang baik dalam pergaulan, baik di kalangan masyarakat akademik maupun masyarakat umum.
 - c) Kepiawaian dalam mendialogkan nilai Al-Quran dengan hasil kajian ilmiah dan teori-teori ilmu pengetahuan lainnya, baik dalam konteks masyarakat lokal maupun global.
 - d) Kemampuan melaksanakan tugas secara profesional berlandaskan ajaran dan etika keislaman, keilmuan, dan keahlian.⁷
- 2) Menghasilkan penelitian di bidang Ilmu Al-Quran dan Tafsir yang unggul dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.
 - 3) Terselenggaranya pengabdian berbasis ilmu-ilmu al-quran dan tafsir yang unggul dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.
 - 4) Terwujudnya kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka peningkatan mutu akademik, penelitian, dan pemberdayaan masyarakat.
 - 5) Terlaksananya pelayanan akademik dan administrasi modern yang berbasis teknologi informasi.

4. Prodi Aqidah dan Filsafat Islam

⁷Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, "Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora" <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

Bertujuan untuk menghasilkan sarjana muslim yang unggul dalam ilmu-ilmu keakidahan dan kefilsafatan dengan integritas akhlak yang tinggi. Program ini memberikan landasan kokoh bagi mahasiswa untuk memahami dan menerapkan konsep-konsep keagamaan dan filsafat dalam kehidupan sehari-hari, serta aktif dalam pengembangan ilmu dan penelitian di bidang Akidah dan Filsafat Islam dengan pendekatan integrasi ilmu, baik secara nasional maupun internasional. Melalui riset yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat dan kerjasama lintas lembaga, program ini berkomitmen untuk memberikan kontribusi yang signifikan bagi kemajuan masyarakat dan peradaban, sehingga lulusannya menjadi agen perubahan yang mampu mengintegrasikan ilmu pengetahuan dengan nilai-nilai keagamaan dan moral dalam menjawab tantangan zaman, serta memberikan solusi-solusi inovatif dan berkelanjutan untuk masyarakat dan umat.

a. Visi

Membangun ilmu-ilmu keakidahan dan kefilsafatan melalui perencanaan sistematis untuk mencapai kualitas program studi yang unggul dan berakhlak pada tahun 2025.⁸

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan program pendidikan dan pengajaran ilmu-ilmu keakidahan dan kefilsafatan yang unggul, dengan pendekatan moderat dan berbasis pembentukan akhlak serta integrasi ilmu.

⁸Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, "Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora" <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

- 2) Mengembangkan ilmu dan penelitian dalam bidang Akidah dan Filsafat Islam dengan pendekatan integrasi ilmu, baik di tingkat nasional maupun internasional.
- 3) Melaksanakan pemberdayaan masyarakat berbasis riset untuk manfaat jangka panjang.
- 4) Mendorong kerjasama dengan lembaga-lembaga regional, nasional, dan internasional.

c. Tujuan

Melahirkan sarjana Muslim yang memiliki kompetensi dalam ilmu-ilmu keakidahan kefilsafatan dengan berbasis integrasi ilmu, berdaya saing tinggi, dan berakhlak.⁹

5. Prodi Psikologi Islam

Tanggal 12 Desember 2007, Fakultas IAIN Antasari Banjarmasin mengadakan seminar untuk membahas pembentukan Program Studi Psikologi Islam, yang mendapat dukungan penuh dari peserta seminar. Rekomendasi seminar menekankan pentingnya lulusan Psikologi Islam untuk mendampingi umat, serta medesak percepatan pengajuan proposal. Selanjutnya, proposal pembentukan prodi Psikologi Islam tertanggal 18 Maret 2008 segera disampaikan ke Departemen Agama untuk mendapatkan izin penyelenggaraan. Pada akhirnya prodi Psikologi Islam menjadi bagian dari Fakultas Ushuluddin dan Humaniora berdasarkan Direktur Jenderal Islam Nomor: DJ.I/306/2008 Tentang Pembukaan Program Studi

⁹Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, "Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora" <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

(S1) pada Perguruan Tinggi Agama Islam (PTAI) tahun 2008 tanggal 04 September 2008. Prodi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin adalah satu-satunya Prodi Psikologi yang ada di Kalimantan.

a. Visi

Terwujudnya program studi yang unggul dan berakhlak dengan mengintegrasikan Psikologi dan Keislaman pada Tahun 2034.¹⁰

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran psikologi berbasis keislaman
- 2) Mengembangkan riset penelitian di bidang psikologi berbasis keislaman yang relevan dengan kebutuhan dengan kebutuhan masyarakat.
- 3) Melaksanakan pengabdian masyarakat dengan membangun kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka pemberdayaan masyarakat sesuai kompetensi keilmuan psikologi berbasis keislaman dengan melibatkan unsur tenaga pendidik, mahasiswa, dan alumni.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan lulusan yang lulusan yang menguasai psikologi berbasis keislaman

¹⁰Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, "Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora" <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

- 2) Menghasilkan riset penelitian psikologi berbasis keislaman yang relevan dengan kebutuhan masyarakat
- 3) Terlaksanannya pengabdian masyarakat dan kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka pemberdayaan masyarakat sesuai kompetensi bidang psikologi berbasis keislaman dengan melibatkan unsur tenaga pendidik, mahasiswa, dan alumni.¹¹

6. Prodi Ilmu Hadis

Prodi Ilmu Hadis pada awalnya adalah prodi Tafsir Hadis, kemudian prodi Tafsir Hadis ini dikembangkan menjadi dua prodi, yaitu prodi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir dan prodi Ilmu Hadis. Kurikulum yang ada di prodi Ilmu Hadis sebagiannya merupakan kurikulum yang dulunya ada di prodi Tafsir Hadis, tentunya ada beberapa tambahan mata kuliah baru yang disesuaikan dengan nama prodi Ilmu Hadis. Peninjauan kurikulum yang ada di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin khususnya prodi Ilmu Hadis merupakan yang pertama kalinya dilakukan. Surat keluar izin penyelenggaraan Prodi ini baru keluar pada tanggal 26 Juni 2023 dengan nomor surat B-2735/DJ.I/Dt.I.III/HM.01/06/2023. Sedangkan SK Menteri Agama Republik Indonesia dengan Nomor 518 Tahun 2023 keluar pada tanggal 29 Mei 2023.

a. Visi

Menjadi pusat pengkajian ilmu hadis dan tradisi kenabian yang unggul dan berakhlak 2032.

¹¹Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, "Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora" <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ilmu hadis yang diintegrasikan dengan ilmu-ilmu keislaman, sosial, dan humaniora.
- 2) Mengembangkan penelitian ilmu hadis yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian berbasis ilmu hadis yang unggul dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- 4) Membangun kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka peningkatan mutu akademik, penelitian, dan pemberdayaan masyarakat.
- 5) Menyelenggarakan pelayanan akademik dan administrasi modern berbasis teknologi informasi.¹²

¹² Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, “Sejarah Fakultas Ushuluddin dan Humaniora” <https://fuh.uin-antasari.ac.id/>, diakses 20 November 2024.

Tabel 4. 1 Tahapan Penelitian

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1	Selasa, 24 Oktober 2023	Wawancara studi pendahuluan mahasiswa FUH UIN Antasari Banjarmasin	Menghubungi melalui via <i>whatsApp</i>
2	Rabu, 25 Oktober 2023	Wawancara kedua untuk studi pendahuluan mahasiswa FUH Antasari Banjarmasin	Menghubungi melalui via <i>whatsApp</i>
3	Selasa, 24 September 2024	Konsultasi skripsi ke dosen pembimbing	Ruang dosen
4	Jum'at, 25 oktober 2024	Konsultasi skala penelitian ke dosen pembimbing	Ruang dosen
5	Kamis, 31 Oktober 2024	Pengambilan data skripsi melalui kuesioner di <i>gform</i>	Fakultas Ushuluddin dan Humanira
6	Jum'at 13 Desember 2024	Selesai melakukan pengambilan data	Fakultas Ushuluddin dan Humaniora

B. Hasil Uji Instrumen

Dalam penelitian ini, peneliti tidak menjalankan uji coba instrumen. Hal tersebut dikarenakan instrumen variabel identitas diri dan instrumen variabel *impulsive buying* yang diterapkan peneliti adalah instrumen yang telah disusun dan diterapkan pada penelitian terdahulu yang telah dianggap reliabel dan valid. Mengacu pada norma penelitian, peneliti telah diberikan izin dari peneliti terdahulu terkait implementasi instrumen penelitian tersebut.

Skala yang dipakai dalam pengukuran aspek identitas diri yaitu skala yang dibuat oleh Lalu Hardika Septian Nuari dalam penelitiannya yang berjudul “Hubungan Identitas Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa-Siswi SMA Negeri 1 Pringgarata Lombok” pada tahun 2019. Skala ini berisi 13 aitem dengan indeks validitas 0,307-0,561 dan indeks reliabilitas sebesar 0,825. Skala tersebut disusun berdasarkan enam aspek identitas diri yakni genetik, adaptif, struktural, dinamis, timbal balik psikososial, dan status eksistensial yang dikemukakan oleh Erik Erikson. Kemudian skala yang dipakai dalam pengukuran aspek *impulsive buying* yaitu skala yang disusun oleh Dona Putri Andayani dalam penelitiannya yang berjudul “Hubungan Antara *Impulsive Buying* dengan Perilaku Berhutang pada Masa Pandemi Covid-19” pada tahun 2021. Skala ini berisi 20 aitem dengan indeks validitas 0,473-0,742 dan indeks reliabilitas sebesar 0,899. Skala tersebut disusun berdasarkan 2 aspek *impulsive buying* yakni kognitif dan afektif yang dikemukakan oleh Verplanken dan Herabadi. Untuk *blueprint* skala ini telah dimuat pada bab III.

C. Hasil Data dan Interpretasi

1. Gambaran Responden

Subjek penelitian yang dicari yaitu Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin angkatan 2022 dan 2023 serta berbelanja *online* pada 6 bulan terakhir yang ditetapkan 173 responden dalam penelitian ini. Adapun deskripsi umum atau gambaran responden pada penelitian ini dapat dilihat tabel berikut.

Tabel 4. 2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
18 Tahun	11	6,4%
19 Tahun	60	34,7%
20 Tahun	32	18,5%
21 Tahun	17	9,8%
22 Tahun	31	17,9%
23 Tahun	20	11,6%
24 Tahun	2	1,2%
Total	173	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa terdapat 11 orang responden berusia 18 tahun (6,4%), 60 orang responden berusia 19 tahun (34,7%), 32 orang responden berusia 20 tahun (18,5%), 17 orang responden berusia 21 tahun (9,8%), 31 orang responden berusia 22 tahun (17,9%), 20 orang responden berusia 23 tahun (11,6%), dan 2 orang responden berusia 24 tahun (1,2%).

Tabel 4. 3 Responden berdasarkan Angkatan

Angkatan	Jumlah	Persentase
2022	77	45,6%
2023	96	58,8%

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa terdapat 77 orang pada angkatan 2022 (45,6%) dan terdapat 96 orang pada angkatan 2023 (58,8%).

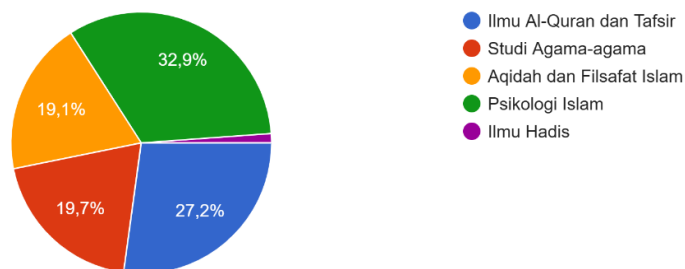


Diagram 4. 1 Responden berdasarkan Program Studi

Berdasarkan diagram 4.1 diatas dapat diketahui bahwa terdapat 57 orang berasal dari prodi Psikologi Islam (32,9%), terdapat 2 orang berasal dari prodi Ilmu hadis (1,2%), terdapat 47 orang berasal dari prodi Ilmu Al-Quran dan Tafsir (27,2%), terdapat 34 orang berasal dari prodi Studi Agama-agama (19,7%), dan terdapat 33 orang berasal dari prodi Aqidah dan Filsafat Islam (19,1%).

2. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas termasuk uji dalam uji asumsi yang dilaksanakan pada suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang akan diuji (data empirik) yang didapat di lapangan sesuai distribusi, sehingga dapat dilanjutkan ke proses selanjutnya.¹³ Kaidah yang digunakan ialah jika nilai signifikansi $>0,05$ maka sebaran data dianggap normal, dan jika nilai signifikansi $<0,05$ maka sebaran dianggap tidak normal.¹⁴

¹³Akbar Narsum, *Uji Normalitas Untuk Penelitian* (Bali:Jayapangus Press, 2018), 1.

¹⁴Abdul Muhid, *Analisis Statistik: 5 Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Windows*, 2019, 418.

Pada penelitian ini, pengujian normalitas dan dibantu oleh *IBM SPSS Statistic 25*. Metode yang digunakan ialah *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang mana ialah nilai sig. (*Monte Carlo Sig. 2-tailed*), seperti yang disajikan oleh tabel berikut.

Tabel 4. 4 Uji Normalitas Skala Identitas Diri dan *Impulsive Buying*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		173	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.20158350	
Most Extreme Differences	Absolute	.080	
	Positive	.060	
	Negative	-.080	
Test Statistic		.080	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.207^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.197
		Upper Bound	.218

Mengacu pada tabel 4.3 diperlihatkan pada nilai signifikan pada variabel identitas diri Dimana *impulsive buying* senilai 0.207. bila diketahui dari pada dasar pengambilan keputusannya maka nilai signifikansi $0,207 > 0,05$, dengan demikian Kesimpulannya ialah data yang diambil memiliki distribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk menentukan apakah hubungan antara 2 variabel adalah linier atau tidak secara signifikan. Menurut

kaidah, data dianggap linier jika nilai signifikansi $>0,05$ dan nilai tidak akan linier apabila nilai signifikansi $<0,05$.¹⁵

Tabel 4. 5 Uji Linieritas Skala Identitas Diri dan *Impulsive Buying*

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	99.867	8	12.483	1.222	.289
		Linearity	12.398	1	12.398	1.214	.272
		Deviation from Linearity	87.469	7	12.496	1.223	.293
Within Groups			1675.555	164	10.217		
Total			1775.422	172			

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada kolom *deviation from linierity* ialah sebesar $0,293 > 0,05$. Maka dapat kita simpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara identitas diri dan *impulsive buying*.

3. Analisis Data Deskriptif Hasil Penelitian

Analisis deskriptif penelitian ini tujuannya untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan peneliti. Analisis deskriptif ini akan memberikan hasil nilai standar deviasi dan mean yang kemudian dapat diketahui frekuensi penyebarannya datanya.¹⁶

¹⁵Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*.

¹⁶Edi Riadi, *Statistika Penelitian (Analisis Manual Dan IBM SPSS)*, Yogyakarta, CV Andi Offset, 2016, 191.

Tabel 4. 6 Uji Deskriptif Hasil Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IdentitasDiri	173	33	41	36.80	1.667
Impulsive Buying	173	47	63	55.06	3.213
Valid N (listwise)	173				

Pada tabel 4.5 tersebut menunjukkan bahwa 173 responden, didapatkan skor minimum variabel penelitian identitas diri sebesar 33 dan skor maksimum sebesar 41 dengan mean 36,80. Kemudian diketahui juga variabel *impulsive buying* skor minimum yang didapatkan sebesar 47 dan skor maksimum yang didapatkan ialah 63 dengan mean 55,06.

Untuk mengetahui tingkat kategorisasi masing-masing variabel penelitian, digunakan rumus berikut:

Rendah : $X < M - 1SD$

Sedang : $M - 1SD \leq X < M + 1SD$

Tinggi : $M + 1SD \leq X$

Keterangan:

X: Skor Subjek

Mean: Nilai Rata-rata

SD: Standar Deviasi

a. Analisis Kategori Data (Identitas Diri)

Skala identitas diri terdiri dari 13 aitem pernyataan, skor minimal pada skala identitas diri adalah $1 \times 13 = 13$, dan skor maksimal $4 \times 13 = 52$. Luas jarak sebenarnya (*range*) adalah $52 - 13 = 39$. dengan mean sebesar $52 + 13 / 2 = 58,5$. Dengan standar deviasi bernilai $36 / 6 = 6,5$.¹⁷ Hasil perhitungan tersebut lalu dimasukkan ke dalam rumus kategorisasi, dan didapatkan hasil berikut:

Tabel 4. 7 Kategorisasi Identitas Diri

Kategori	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 52$	147	85%
Sedang	$52 \leq X < 65$	26	15%
Tinggi	$65 \leq X$	0	0%

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa 147 responden masuk ke dalam kategori identitas diri yang rendah dengan persentase 85%, 26 responden untuk kategori sedang dengan persentase 15%, dan 0 responden untuk kategori tinggi dengan persentase 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa semua responden pada penelitian masuk ke dalam kategori identitas diri tingkat yang rendah.

b. Analisis Kategori Data (*Impulsive Buying*)

Skala *impulsive buying* terdiri dari 20 aitem pernyataan, skor minimal pada skala *impulsive buying* adalah $1 \times 20 = 20$, dan skor maksimal $4 \times 20 = 80$. Luas jarak sebenarnya (*range*) adalah $80 - 20 = 60$. Dengan mean sebesar $80 + 20 / 2 = 50$. Dengan standar deviasi

¹⁷Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi, 2 ed.*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2020), 149.

sebesar $60/6=10$. Hasil perhitungan tersebut lalu dimasukkan ke dalam rumus kategorisasi, dan didapatkan hasil berikut.

Tabel 4. 8 Kategorisasi *Impulsive Buying*

Kategori	Rentang Nilai	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 60$	0	0%
Sedang	$60 \leq X < 90$	159	91,9%
Tinggi	$90 \leq X$	14	8,1%

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa 0 responden dalam kategori rendah dengan presentase 0%, untuk kategori sedang menunjukkan 159 responden dengan presentase 91,9%, dan untuk kategori tinggi menunjukkan 14 responden dengan presentase 8,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden penelitian ini berada dalam kategori *impulsive buying* tingkat sedang.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Sederhana

Pada penelitian ini, uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.¹⁸ Selain itu, uji regresi linier sederhana juga dapat mengukur kekuatan pengaruh variabel tersebut dan membuat ramalan berdasarkan kekuatan atau kelemahan pengaruh tersebut.¹⁹

¹⁸Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 397.

¹⁹Kadir, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018), 178.

Tabel 4. 9 Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Identitas Diri dan *Impulsive Buying*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.398	1	12.398	1.203	.274 ^b
	Residual	1763.024	171	10.310		
	Total	1775.422	172			

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.084 ^a	.007	.001	3.211

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas, dapat dilihat nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,274. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima karena $0,274 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara identitas diri terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini mengacu pada dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima, sedangkan jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_o diterima, hal ini dikemukakan oleh Sugiyono.²⁰

Kemudian pada tabel di atas juga diperoleh nilai koefisien korelasi r sebesar 0,084. Artinya hubungan antara variabel identitas diri dan *impulsive buying*

²⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 65.

dapat dikatakan positif. Untuk memudahkan interpretasi kekuatan hubungan dapat dilihat pada tabel koefisien nilai di bawah ini:

Tabel 4. 10 Nilai Koefisien

Nilai Koefisien	Penjelasan
0,00-0,199	Sangat lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Nilai koefisien korelasi r yang didapatkan ialah sebesar 0,084, dan jika melihat pada tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara variabel identitas diri dan *impulsive buying* dalam kategori lemah.²¹

Kemudian R Square yang dihasilkan dalam uji hipotesis ini sebesar 0,007. Hal ini menjelaskan bahwa besarnya nilai pengaruh variabel bebas (identitas diri) terhadap variabel terikat (*impulsive buying*) yaitu 0,07% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang lain di luar dari penelitian ini.²²

5. Perhitungan Sumbangan Efektif

Untuk menghitung sumbangan efektif dari setiap aspek, maka dapat menggunakan cara membagi jumlah skor total untuk setiap aspek dengan skor total keseluruhan variabel. Sumbangan efektif dari setiap aspek pada kedua variabel ini adalah sebagai berikut.

²¹Fajri Ismail, *Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Prenadamedia Group (Divisi Kencana)),2018, 335.

²²Kadir, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, 189.

a. Sumbangan efektif identitas diri

Variabel identitas diri memiliki 5 aspek dan sumbangan efektifnya ialah sebagai berikut:

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1) Genetik | $= \frac{2096}{6733} \times 100\% = 31,13\%$ |
| 2) Adaptif | $= \frac{1633}{6733} \times 100\% = 24,25\%$ |
| 3) Dinamis | $= \frac{1067}{6733} \times 100\% = 15,84\%$ |
| 4) Timbal balik psikososial | $= \frac{544}{6733} \times 100\% = 18,81\%$ |
| 5) Status eksistensi | $= \frac{1433}{6733} \times 100\% = 21,28\%$ |

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui aspek genetik memiliki nilai sebesar 31,13%, aspek adaptif 24,25%, aspek dinamis 15,84%, aspek timbal balik psikososial 18,81%, dan aspek status eksistensi 21,28%. Dapat disimpulkan bahwa aspek yang paling berpengaruh besar pada identitas diri adalah aspek genetik dan aspek adaptif.

b. Sumbangan efektif *Impulsive Buying*

Variabel *impulsive buying* memiliki 2 aspek dan sumbangan efektifnya ialah sebagai berikut:

- | | |
|-------------|--|
| 1) Kognitif | $= \frac{4429}{9525} \times 100\% = 46,49\%$ |
| 2) Afektif | $= \frac{5096}{9525} \times 100\% = 53,50\%$ |

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui aspek kognitif memiliki nilai sebesar 46,49% dan aspek afektif

memiliki nilai sebesar 53,50%. Dapat disimpulkan bahwa nilai afektik yang paling berpengaruh besar pada *impulsive buying*.

D. Pembahasan

Menurut Verplanken dan Herabadi mendefinisikan *impulsive buying* sebagai pembelian irasional dan terkait dengan pembelian yang cepat dan tidak terencana, diikuti dengan adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Dorongan emosional terkait dengan adanya perasaan pembelian yang kuat, individu ingin membeli produk dengan segera, tetapi mengabaikan konsekuensi negatif, merasa puas, dan mengalami konflik pemikiran.²³ Sedangkan menurut Bong *impulsive buying* adalah spontanitas dan keputusan mendadak dimana konsumen tidak secara aktif melihat lebih rinci produk-produk yang dibeli dan tanpa rencana awal.²⁴

Perilaku konsumen sendiri dalam melakukan pembelian mengalami perubahan seiring dengan pemanfaatan teknologi internet pada industri perdagangan. Pada penelitian oleh Reni dan Harini, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin tahun semakin banyak melakukan pembelian secara daring setiap tahunnya. Pada tahun 2017, sebanyak 41% dari total populasi Indonesia melakukan pembelian *online* dalam waktu satu bulan, meningkat lebih pesat 15% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 26% pada tahun 2016.²⁵

²³Bas Verplanken dan Astrid Herabadi "Individuals Difference in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking", *European Journal of Personality*, 2001

²⁴Soeseno Bong, "Pengaruh *In-Store* Stimuli Terhadap *Impulsive Buying Behavior* Konsumen Hypermarket di Jakarta," *Jurnal Ultima Management* 3, no. 1 (2011): 31–51.

²⁵Reni Suci Wahyuni dan Harini Abrilia Setyawati, Pengaruh *Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulsive Buying* pada *E-commerce* Shopee, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akutansi*, No.2, Vol.2, 2020.

Dalam pandangan Islam seseorang harus pandai-pandai dalam mengatur segala keperluannya agar tidak berlebihan dalam berbelanja baik itu kebutuhan tersier, primer, dan sekunder. Hal ini terdapat pada surah Al-Furqan ayat 67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.”

Rasulullah saw, bersabda,

لَا تَزُولُ قَدَمَا عَبْدٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ عُمُرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ وَعَنْ عِلْمِهِ فِيمَا فَعَلَ وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَا أَنْفَقَهُ وَعَنْ جِسْمِهِ فِيمَا أَبْلَاهُ

Artinya: “Tidak akan bergeser dua telapak kaki seorang hamba pada hari kiamat sampai dia ditanya (dimintai pertanggungjawaban) tentang umurnya kemana dihabiskannya, tentang ilmunya bagaimana dia mengamalkannya, tentang hartanya; dari mana diperolehnya dan ke mana dibelanjakannya, serta tentang tubuhnya untuk apa digunakannya”. (HR at-Tirmidzi (no. 2417), ad-Daarimi (no. 537), dan Abu Ya’la (no. 7434), dishahihkan oleh at-Tirmidzi dan al-Albani dalam “as-Shahiihah” (no. 946) karena banyak jalurnya yang saling menguatkan.

kewajiban mengatur pembelanjaan harta dengan menggunakannya untuk hal-hal yang baik dan diridhai oleh Allah, karena pada hari kiamat nanti manusia akan dimintai pertanggungjawaban tentang harta yang mereka belanjakan sewaktu di dunia.²⁶

Berdasarkan usia mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora terdapat 11 orang responden berusia 18 tahun (6,4%), 60 orang responden berusia 19 tahun (34,7%), 32 orang responden berusia 20 tahun (18,5%), 17 orang responden berusia

²⁶Abdullah bin Taslim al-Buthoni, “Mengatur dan Membelanjakan Harta,” 2013, dalam https://muslim.or.id/3952-mengatur-dan-membelanjakan-harta.html#_ftn3, diakses 3 Agustus 2022.

21 tahun (9,8%), 31 orang responden berusia 22 tahun (17,9%), 20 orang responden berusia 23 tahun (11,6%), dan 2 orang responden berusia 24 tahun (1,2%). Kemudian, berdasarkan prodi di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora terdapat 57 orang berasal dari prodi Psikologi Islam (32,9%), terdapat 2 orang berasal dari prodi Ilmu hadis (1,2%), terdapat 47 orang berasal dari prodi Ilmu Al-Quran dan Tafsir (27,2%), terdapat 34 orang berasal dari prodi Studi Agama-agama, dan terdapat 33 orang berasal dari prodi Aqidah dan Filsafat Islam. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata umur responden dari mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora berumur antara 19 dan 20 tahun sementara untuk prodi rata-rata responden ialah mahasiswa prodi Ilmu Al-Quran dan Tafsir, dan mahasiswa prodi Psikologi Islam. Kemudian, identitas diri menurut Erikson mendefinisikan identitas sebagai konsepsi tentang diri, penentuan tujuan, nilai, dan keyakinan yang dipegang teguh oleh seseorang,²⁷ apabila tidak memiliki tujuan dan keyakinan maka sangat sulit untuk menentukan masa depan. Untuk menentukan itu diperlukan adanya aspek dari identitas diri seperti yang pertama Genetik dengan pengertian bahwa orang tua sangat mempengaruhi sifat yang akan dimiliki anaknya di kemudian hari.

Hal ini berkaitan dengan suatu sifat yang diwariskan oleh orang tua pada anaknya. Sifat inilah yang akan memberikan sesuatu yang berbeda antara individu satu dengan individu lainnya, terutama dalam menjalankan kehidupannya. Yang kedua Adaptif dengan pengertian adaptif merupakan penyesuaian remaja mengenai keterampilan-keterampilan khusus, dan bagaimana remaja tersebut dapat

²⁷E.H. Erikson. *Identitas dan Siklus Hidup Manusia; Bunga Rampai* (terjemahan Agus Cremers). Jakarta: PT. Gramedia, 1994.

menyesuaikan diri dengan masyarakat di lingkungan tempat tinggalnya. Sejahtera mana keterampilan atau kemampuannya tersebut dapat diterima oleh lingkungannya. Yang ketiga Struktural yaitu, bahwa struktural terkait dengan perencanaan masa depan yang telah disusun oleh mahasiswa, atau dengan kata lain mahasiswa yang telah mempersiapkan kehidupan di masa depannya. Namun bukan berarti tidak ada hambatan dalam menjalankan rencana masa depannya ini. Seringkali apa yang telah direncanakan tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan, bisa jadi rencana tersebut mengalami suatu kemunduran atau bahkan bisa tidak sama sekali terwujud. Keempat Dinamis ialah proses dinamis muncul dari identifikasi masa kecil individu dengan orang dewasa yang kemudian dapat membentuk suatu identitas yang baru di masa depannya ataukah sebaliknya, proses identifikasi tersebut tidak berpengaruh pada identitas melainkan yang berpengaruh adalah pemberian peran dari masyarakat terhadap mahasiswa. Yang kelima Timbal balik psikososial ialah mengatakan bahwa timbal balik psikososial merupakan bahwa hubungan timbal balik antara remaja dengan dunia masyarakat sosialnya.

Perkembangan identitas tidak hanya terbentuk oleh diri kita sendiri, melainkan melibatkan hubungan dengan orang lain, komunitas dan masyarakat. Dan yang terakhir Status eksistensial, Erikson mengatakan bahwa remaja mencari arti dari hidup secara umum, seperti layaknya seorang filsuf eksistensialisme. Hasil dari penelitian yang peneliti dapatkan ialah uji normalitas yang menggunakan signifikansi *monte carlo* pada nilai signifikan pada variabel identitas diri Dimana *impulsive buying* senilai 0.207. bila diketahui dari pada dasar pengambilan keputusannya maka nilai signifikansi $0,207 > 0,05$, dengan demikian Kesimpulannya

ialah data yang diambil memiliki distribusi normal. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada kolom *deviation from linierity* ialah sebesar $0,293 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara identitas diri dan *impulsive buying*. bahwa 173 responden, didapatkan skor minimum variabel penelitian identitas diri sebesar 33 dan skor maksimum sebesar 41 dengan mean 36,80.

Kemudian diketahui juga variabel *impulsive buying* skor minimum yang didapatkan sebesar 47 dan skor maksimum yang didapatkan ialah 63 dengan mean 55,06. Menurut analisis kategori dari Identitas Diri terdiri dari 13 aitem pernyataan, skor minimal pada skala identitas diri adalah $1 \times 13 = 13$, dan skor maksimal $4 \times 13 = 52$. Luas jarak sebenarnya (*range*) adalah $52 - 13 = 39$. dengan mean sebesar $52 + 13 / 2 = 58,5$. Dengan standar deviasi bernilai $36 / 6 = 6,5$, bahwa 147 responden masuk ke dalam kategori identitas diri yang rendah dengan persentase 85%, 26 responden untuk kategori sedang dengan persentase 15%, dan untuk kategori tinggi dengan persentase 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa semua responden pada penelitian masuk ke dalam kategori identitas diri tingkat yang rendah.

Selanjutnya analisis kategori dari *impulsive buying* terdiri dari 20 aitem pernyataan, skor minimal pada skala *impulsive buying* adalah $1 \times 20 = 20$, dan skor maksimal $4 \times 20 = 80$. Luas jarak sebenarnya (*range*) adalah $80 - 20 = 60$. Dengan mean sebesar $80 + 20 / 2 = 50$. Dengan standar deviasi sebesar $60 / 6 = 10$, menunjukkan bahwa tidak ada responden dalam kategori rendah dengan persentase 0%, untuk kategori sedang menunjukkan 159 responden dengan persentase 91,9%, dan untuk kategori tinggi menunjukkan 14 responden dengan persentase 8,1%. Maka dapat

disimpulkan bahwa sebagian besar responden penelitian ini berada dalam kategori *impulsive buying* tingkat sedang.

Pada uji regresi sederhana dapat dilihat nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,274. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima karena nilai signifikansi $0,274 > 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh antara identitas diri terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini diperkuat oleh penelitian jurnal dari Mochammad Faisal, dkk. Yang berjudul “Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* dan *Promotion* Terhadap *Impulse Buying*”, bahwa t hitung variabel promosi adalah 0,900 dengan nilai signifikansi yaitu 0,370. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel 1,984723 dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hipotesis kedua ditolak dan H_0 diterima. Artinya variabel promosi tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada mahasiswa UMSurabaya yang menjadi konsumen Shopee.²⁸ Selanjutnya sumbangan efektif dari identitas diri bahwa aspek adaptif memberikan nilai sebesar 24,45% dan aspek status eksistensial sebesar 20,56%. Untuk variabel *impulsive buying* sumbangan aspek terbesar adalah aspek afektif sebesar 53,50%.

²⁸Mochammad Faisal, dkk, “Pengaruh *Hedonic Shopping Motives* dan *Promotion* Terhadap *Impulse Buying*”, Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 1, 357.

E. Keterbatasan Penelitian

Peneliti telah berusaha secara maksimal untuk mendapatkan data-data penelitian yang diperlukan. Di samping itu pada penelitian pun memiliki keterbatasan saat mengumpulkan beberapa data, diantaranya:

1. Pengisian dan pembagian kuesioner lebih banyak dilakukan secara *online* melalui *google form* dan dibagikan *via whatsapp*, sehingga kontrol peneliti kepada responden kurang.
2. Penelitian ini hanya mengungkapkan data secara kuantitatif serta belum mencapai pada faktor-faktor lain secara kualitatif.
3. Responden penelitian yang hanya berfokus pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin. Sehingga, hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan kepada populasi umum.