

**PERBEDAAN KEPERIBADIAN EKSTROVERT-INTROVERT  
PADA KECENDERUNGAN *IMPULSIVE BUYING*  
MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**SKRIPSI**

**Syifa Aprilia Andary Daulay**

**198.600.163**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)20/10/23

**PERBEDAAN KEPERIBADIAN EKSTROVERT-INTROVERT  
PADA KECENDERUNGAN *IMPULSIVE BUYING*  
MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi

Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi

Universitas Medan Area

Oleh :

**Syifa Aprilia Andary Daulay**

**19.860.0163**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 20/10/23

Access From (repository.uma.ac.id)20/10/23

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul skripsi : Perbedaan Kepribadian Ekstrovert-Introvert pada Kecenderungan *Impulsive Buying* Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area

Nama : Syifa Aprilia Andary Daulay

Npm : 198600163

Fakultas : Psikologi



Tanggal Lulus : 27 September 2023

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syifa Aprilia Andary Daulay

Npm : 198600163

Fakultas : Psikologi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai bentuk syarat untuk memperoleh gelar sarjana yang merupakan hasil tulisan saya sendiri. Mengenai beberapa bagian dari skripsi ini, saya mengutip dari karya orang lain, yang telah disebutkan dengan jelas sumber, standar, kaidah dan etika dari penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar sarjana saya dan sanksi lainnya sesuai peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari saya mengetahui adanya plagiarisme dalam skripsi ini.

Medan, 18 Agustus 2023



**Syifa Aprilia Andary Daulay**

**19.860.0163**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syifa Aprilia Andary Daulay  
NPM : 198600163  
Program Studi : Psikologi  
Fakultas : Psikologi  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Perbedaan Kepribadian Ekstrovert-Introvert pada Kecenderungan *Impulsive Buying* Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area”, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada tanggal : 18 Agustus 2023  
Yang menyatakan



( Syifa Aprilia Andary Daulay )

## Perbedaan Kepribadian Ekstrovert-Introvert Pada Kecenderungan *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis perbedaan kepribadian ekstrovert-introvert pada kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 264 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan teknik *total sampling*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data memakai skala *impulsive buying* dengan model skala *likert* dan *screening impulsive buying* dan *screening* kepribadian ekstrovert-introvert. Uji homogenitas penelitian adalah 0,212. Mean hipotetik kepribadian ekstrovert sebesar 67,5 Mean hipotetik kepribadian introvert sebesar 67,5. Mean hipotetik kepribadian ekstrovert sebesar 76,53 Mean empirik kepribadian introvert sebesar 55,71. Analisis data penelitian ini memakai Uji T test independent. Reliabilitas penelitian memakai teknik *Cronbach Alpha* sebesar 0,870. Berlandaskan hasil dari analisis data homogenitas yang telah dilakukan, maka terdapat nilai T-test  $t = 29,743$  dengan  $p = 0,000 < 0,05$ . Hipotesis dari penelitian ini berarti diterima yaitu dengan adanya perbedaan kepribadian ekstrovert-introvert pada kecenderungan *impulsive buying*. Dengan asumsi yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert memiliki kecenderungan *impulsive buying* yang lebih tinggi daripada individu dengan tipe kepribadian introvert.

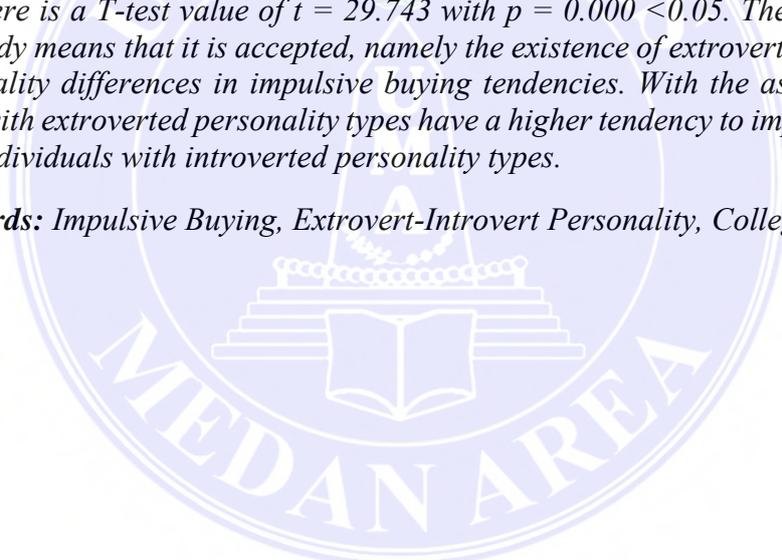
**Kata Kunci:** *Impulsive Buying*, Kepribadian Ekstrovert-Introvert, Mahasiswa.

## ***Extrovert-Introvert Personality Differences in Impulsive Buying Tendencies in Psychology Students at Medan Area University***

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the differences in extroverted-introverted personalities on the tendency of impulsive buying of students of the Faculty of Psychology, Medan Area University. The number of samples in this study were 264 students. Sampling using total sampling technique. This study uses quantitative research methods. The data collection technique uses an impulsive buying scale with a Likert scale model and impulsive buying screening and extrovert-introvert personality screening. The homogeneity test of the study was 0.212. Hypothetical mean of extroverted personality is 67.5 Hypothetical mean of introverted personality is 67.5. Hypothetical mean of extroverted personality is 76.53 Empirical mean of introverted personality is 55.71. This research data analysis uses an independent T test. Research reliability using Cronbach Alpha technique is 0.870. Based on the results of the homogeneity data analysis that has been carried out, there is a T-test value of  $t = 29.743$  with  $p = 0.000 < 0.05$ . The hypothesis of this study means that it is accepted, namely the existence of extroverted-introverted personality differences in impulsive buying tendencies. With the assumption that those with extroverted personality types have a higher tendency to impulsive buying than individuals with introverted personality types.*

**Keywords:** *Impulsive Buying, Extrovert-Introvert Personality, College Students.*

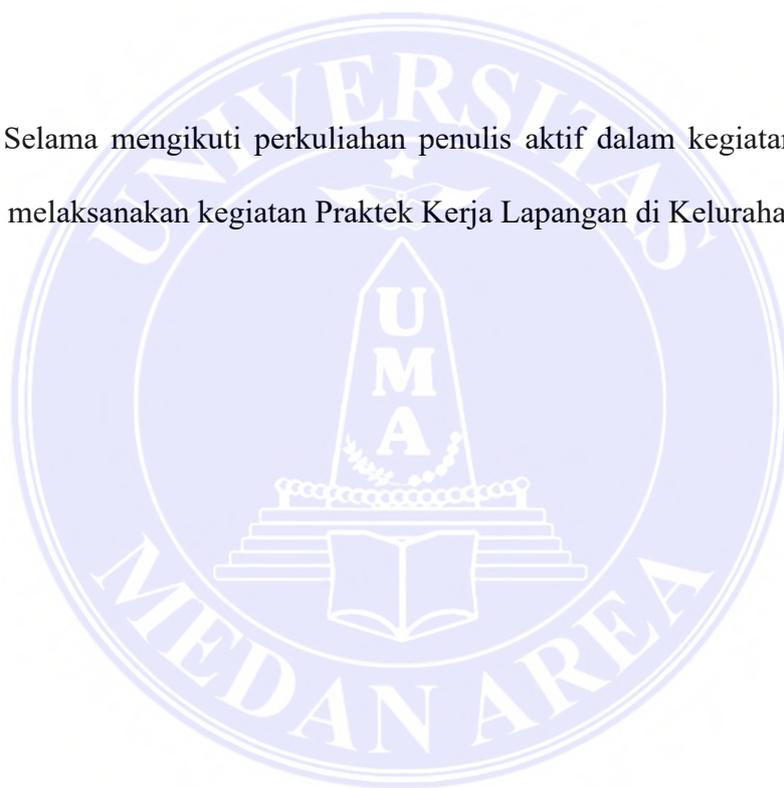


## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan, pada tanggal 28 April 2001 dari ayah Darma Syah Putra Daulay dan ibu Yulia Kurniasih. Penulis merupakan putri pertama dari 2 bersaudara.

Tahun 2019 penulis lulus dari Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Binjai dan pada tahun 2019 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Selama mengikuti perkuliahan penulis aktif dalam kegiatan perkuliahan, penulis melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Kelurahan Aur.



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa dengan segala rahmat dan karunia-NYA serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Perbedaan Kepribadian Ekstrovert-Introvert Pada Kecenderungan *Impulsive Buying* Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area”**.

Penulis juga menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan kerja sama yang baik dari berbagai pihak. Selama dalam pengerjaan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, waktu, serta tenaga juga pikiran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak lupa pula penulis juga mengucapkan terima kasih kepada bapak Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Si selaku pembimbing serta ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd, M.Psi dan ibu Istiana, S.Psi, M.Pd, M.Psi dan bapak Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi yang telah banyak memberikan saran. Disamping itu penghargaan penulis sampaikan kepada subjek penelitian saya mahasiswa aktif Fakultas Psikologi stambuk 2019 dan teman-teman Manusia Pluto dan juga kepada ayu, rizka, kinah yang telah membantu penulis selama melaksanakan penelitian. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada papa, ibu, faiz serta seluruh keluarga atas segala doa dan perhatiannya.

Medan, 25 Juni 2023

Syifa A.A Daulay

19.860.00163

## DAFTAR ISI

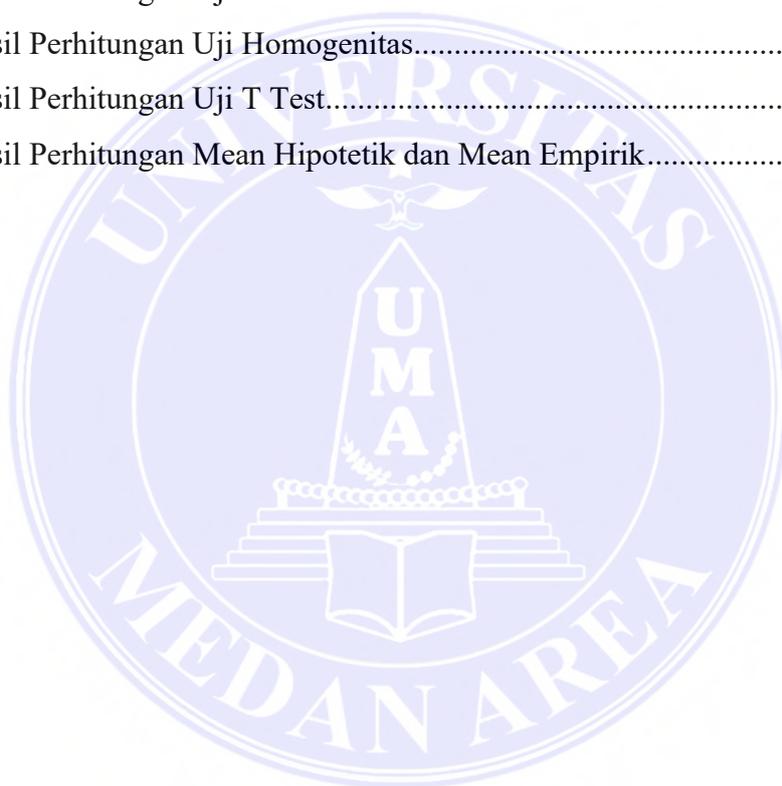
	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
ABSTRAK .....	i
RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Hipotesis Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kepribadian Ekstrovert-Introvert .....	8
2.1.1 Pengertian Kepribadian.....	8
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepribadian .....	9
2.1.3 Tipe Kepribadian Ekstrovert-Introvert.....	9
2.1.4 Aspek-Aspek Tipe Kepribadian Ekstrovert-Introvert.....	11
2.2 <i>Impulsive Buying</i> .....	14
2.2.1 Pengertian <i>Impulsive Buying</i> .....	14
2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i> .....	15
2.2.3 Aspek – Aspek <i>Impulsive Buying</i> .....	17
2.2.4 Karakteristik <i>Impulsive Buying</i> .....	19
2.2.5 Dinamika Perbedaan Kepribadian Ekstrovert-Introvert Pada Kecenderungan <i>Impulsive Buying</i> .....	20
2.2.6 Kerangka Konseptual.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	25
3.2 Bahan dan Alat .....	25
3.3 Metodologi Penelitian .....	25
3.4 Populasi dan Sampel .....	30

3.5	Prosedur Kerja .....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		35
4.1	Hasil Penelitian.....	35
4.2	Pembahasan .....	40
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		44
5.1	Simpulan.....	44
5.2	Saran .....	45
DAFTAR PUSTAKA .....		iii



## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Mahasiswa Aktif Fakultas Psikologi Stambuk 2019 .....	31
2. Mahasiswa Fakultas Psikologi Ekstrovert-Introvert .....	31
3. Skala <i>Impulsive Buying</i> Sebelum Uji Coba .....	33
4. Item Valid Gugur .....	35
5. Skala <i>Impulsive Buying</i> Setelah Uji Coba.....	36
6. Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran .....	37
7. Hasil Perhitungan Uji Homogenitas.....	38
8. Hasil Perhitungan Uji T Test.....	38
9. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Data Mentah Skala Penelitian .....	51
2. Uji Reliabilitas <i>Impulsive Buying</i> .....	67
3. Uji Normalitas .....	73
4. Skala Penelitian.....	76
5. Surat Keterangan Penelitian .....	82



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Gaya hidup masyarakat modern tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan dan keinginan yang ingin dipenuhi. Upaya-upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya antara lain yaitu kegiatan berbelanja. Ada banyak motif seseorang melakukan aktivitas berbelanja, seperti untuk memenuhi keperluan pokok, meningkatkan prestise sosial, reputasi, atau hanya sebagai keinginan semata. Selain itu, banyak tindakan seseorang yang tidak mempertimbangkan dengan hati-hati sama sekali. Salah satunya ditandai dengan kecenderungan perilaku impulsif yang cenderung spontan, dimana seseorang cenderung melakukan pembelian tanpa pertimbangan matang atau perencanaan sebelumnya. Individu memperoleh produk dengan berbagai alasan selain karena produk tersebut memang diperlukan, seperti untuk meredakan suasana hati yang tertekan, untuk mengekspresikan identitas, atau hanya untuk bersenang-senang. Gaya pembelian yang 'tidak rasional' seperti ini dikenal sebagai *impulsive buying*.

Riset dari Mastercard yang dikutip dari laman CNN Indonesia Mastercard melakukan wawancara dengan generasi milenial yang dilakukan selama Mei dan Juni 2015. Melibatkan 2.272 kaum milenial dari 14 negara di Asia Pasifik, mengungkapkan bahwa Generasi Milenial (generasi yang lahir pada tahun 1990-an hingga awal 2000-an) merupakan generasi yang tumbuh karena dukungan perkembangan teknologi, dimana sekitar 50% konsumen indonesia merupakan

konsumen paling impulsif di Asia Pasifik. dimana setengah dari pembelian barang mewah dilakukan secara spontan di atas rata-rata regional sebesar 26%. (CNN Indonesia, 2015).

Keinginan yang sangat tinggi untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidup, bisa berupa pembelian suatu barang. Bahkan barang yang dibeli sering kali tidak diperlukan, tetapi masih ada keinginan untuk membelinya. Misalnya, awalnya tidak ada keinginan untuk membeli barang tertentu, tetapi ketika masuk ke toko, tiba-tiba ada rasa tertarik untuk membeli barang tersebut. Pembelian ini umumnya dipengaruhi oleh situasi dan kondisi saat itu. Tindakan membeli tanpa perencanaan juga dapat disebut sebagai perilaku *impulsive buying*.

Fenomena yang sering terjadi dalam kehidupan masyarakat termasuk di kalangan mahasiswa yaitu *Impulsive buying*, ini dikarenakan kehidupan mahasiswa sangat dipengaruhi oleh lingkungan kampus, seperti pengaruh teman sebaya, promosi/penawaran khusus, pengaruh media sosial, dan juga kontrol diri yang rendah. Selain itu, yang menjadi faktor *impulsive buying* yaitu mahasiswa ingin memiliki penampilan yang menarik mengikuti tren serta menunjukkan kesan yang baik pada diri sendiri yang dimana ini menjadi tujuan utama bagi mahasiswa. Namun, jika melakukan pembelian secara berlebihan untuk memenuhi tujuan tersebut tanpa pertimbangan hal itu dapat memicu efek negatif bagi setiap individu terutama jika pembelian tersebut dilakukan secara impulsif dan tidak rasional.

Adapun subjek pada penelitian ini ialah mahasiswa fakultas Psikologi stambuk 2019 hal ini dikarenakan peneliti melihat mahasiswa Psikologi stambuk 2019 ternyata adanya kecenderungan *impulsive buying* yang didukung dari karakteristik

*impulsive buying*. Sejalan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan mahasiswa psikologi stambuk 2019 yakni mahasiswa cenderung melakukan *impulsive buying* ketika sedang mengalami stres atau sedang mengalami mood yang buruk dan mereka melampiaskan kondisi stresnya dengan melakukan *impulsive buying*. Lalu peneliti menanyakan dampak apa yang dirasakan ketika melakukan *impulsive buying*, ada beragam dampak yang terjadi salah satunya ialah masalah finansial yang membuat mahasiswa mengeluarkan lebih banyak uang daripada yang seharusnya. Dalam hal ini mampu membuat mahasiswa terjebak dalam suatu lingkaran dimana terus-menerus mencari kebahagiaan dengan cara melakukan pembelian impulsif.

Menurut Dawson & Kim (2009), *impulsive buying* adalah perilaku pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya, tetapi didorong oleh keinginan mendesak untuk membeli produk tertentu. *Impulsive buying* terjadi ketika seseorang tiba-tiba merasakan dorongan yang kuat dan gigih untuk segera membeli sesuatu. Dorongan untuk membeli barang tersebut dapat memicu konflik emosional dan mengabaikan konsekuensi negatif yang mungkin timbul. Pembelian impulsif lebih didasarkan pada emosi daripada pertimbangan rasional (Rook, 1987).

Bagi individu yang memiliki kecenderungan *impulsive buying* dalam melakukan pembelian produk, perilakunya cenderung hampir tidak pernah dapat menunda melakukan pembelian. Spontan untuk bertindak dalam melakukan pembelian dengan segera akan sesuatu yang dapat menarik perhatiannya, mampu mengabaikan semua pertimbangan yang rasional serta kurang memperhatikan akan kemungkinan munculnya konsekuensi yang diterima dari pembelian impulsif atau yang dapat diartikan bahwa lebih mementingkan aspek emosional daripada aspek

kognitifnya dalam melakukan pembelian sehingga individu tersebut lebih memiliki kecenderungan untuk keinginan membeli yang tinggi. Begitu pula sebaliknya, dengan individu yang memiliki kecenderungan perilaku yang tidak impulsif dalam melakukan pembelian produk, perilakunya cenderung tidak mudah spontan untuk bertindak dalam melakukan pembelian dengan segera akan sesuatu yang dapat menarik perhatiannya, lebih mampu melakukan semua pertimbangan terlebih dahulu secara rasional dalam melakukan pembelian produk serta lebih mampu memperhatikan terlebih dahulu akan kemungkinan munculnya konsekuensi yang diterima dari pembelian impulsif atau yang dapat diartikan bahwa lebih mementingkan aspek kognitif daripada aspek emosionalnya dalam melakukan pembelian sehingga individu tersebut lebih memiliki kecenderungan untuk keinginan membeli yang rendah.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi dalam perilaku *impulsive buying* adalah faktor demografi, faktor eksternal dan faktor internal ditinjau dari tipe kepribadian. Hal ini didukung dengan hasil penelitian menurut Kasbasivar & Yarahmadi (2011) faktor eksternal yang bisa mempengaruhi perilaku *impulsive buying* pada individu adalah promosi atau pemasaran suatu produk, keadaan dalam toko, dan penampilan toko. Sedangkan menurut Beatty & Ferrel (dalam Tjiptono, 2008), menyatakan bahwa kecenderungan pembelian tanpa pemikiran ini terkait dengan karakter atau kepribadian dari individu. Kepribadian merupakan pola karakteristik yang konsisten dalam perilaku, pemikiran, dan emosi seseorang. Dalam konteks ini, *impulsive buying* tidak dapat dipisahkan dari kepribadian seseorang mengapa beberapa individu lebih rentan terhadap *impulsive buying* daripada yang lain.

Menurut Eysenck (dalam Lestari, 2015), bahwa kepribadian adalah keseluruhan pola perilaku, baik yang aktual maupun yang potensial dari organisme yang ditentukan oleh keturunan dan lingkungan. Eysenck mengelompokkannya menjadi tipe kepribadian introvert dan ekstrovert. Individu yang memiliki kepribadian introvert cenderung dipengaruhi oleh dunia di dalam dirinya sendiri. Individu dengan tipe kepribadian introvert menunjukkan perilaku yang cenderung kurang dapat menyesuaikan diri dengan dunia luar, kurang tertarik dengan hal-hal di dunia luar, lebih banyak mengontrol diri, jiwanya lebih tertutup, sulit bergaul, namun tidak mudah terpengaruh oleh rangsangan dari luar, mampu mempertimbangkan secara logis, lebih banyak pasif, kurang ekspresif, dan tidak impulsif (dalam Pratiwi, 2013). Dengan demikian, mahasiswa yang introvert tersebut cenderung untuk tidak mudah terpengaruh oleh rangsangan dari luar dalam bentuk belanja online di media sosial ataupun rangsangan dari toko fisik, tidak bertindak segera, tidak spontan dalam membuat keputusan atau memutuskan segala sesuatu, dan tidak impulsif dalam hal melakukan pembelian produk.

Berbeda halnya dengan individu yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert cenderung dipengaruhi oleh dunia di luar dirinya. Individu dengan tipe kepribadian ekstrovert menunjukkan perilaku yang cenderung lebih mudah menyesuaikan diri dengan dunia luar, lebih tertarik dengan hal-hal di dunia luar, kurang dapat mengontrol diri, jiwanya lebih terbuka, lebih sosial, namun lebih rentan terhadap pengaruh dari luar, tidak mampu mempertimbangkan secara logis, lebih aktif, lebih ekspresif, dan impulsif (dalam Pratiwi, 2013). Mahasiswa dengan kepribadian ekstrovert, cenderung lebih mudah terpengaruh oleh pengaruh dari luar dalam bentuk rangsangan belanja online di media sosial, promosi dari toko offline,

bertindak secara spontan, spontan dalam membuat keputusan atau memutuskan segala sesuatu, dan impulsif dalam hal melakukan pembelian produk.

Di samping itu, Taylor (dalam Ahmadian & Yadgari, 2011) mengungkapkan salah satu karakteristik umum individu yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert adalah cenderung bertindak tanpa berpikir terlebih dahulu. Ini tentu bisa memicu kecenderungan perilaku *impulsive buying* pada seseorang. Karena perilaku *impulsive buying* adalah ketika seseorang membeli barang berdasarkan keinginan tanpa memperhatikan kegunaan dan manfaatnya serta kebutuhannya.

Selanjutnya peneliti ingin melihat perbedaan tipe kepribadian ekstrovert-introvert pada kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa psikologi. Selain itu juga dapat dilihat dari fenomena *impulsive buying* cenderung dilakukan oleh kaum mahasiswa yang seharusnya mereka lebih matang dalam berpikir dan bertindak secara spontan dalam membeli suatu produk. Dan peneliti juga ingin melihat serta mengungkapkan mengenai perbedaan kepribadian ekstrovert dan introvert, manakah yang lebih cenderung *impulsive buying*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang telah diuraikan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan dari kepribadian ekstrovert-introvert pada kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa psikologi stambuk 2019 Universitas Medan Area.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menganalisis perbedaan

kepribadian ekstrovert-introvert pada kecenderungan *impulsive buying* mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

#### **1.4 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan hasil dari kajian teoritis diatas, maka hipotesis dalam riset ini ialah diterima dengan adanya perbedaan kepribadian ekstrovert-introvert pada kecenderungan *impulsive buying*. Dengan asumsi bahwa mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert memiliki kecenderungan *impulsive buying* yang lebih tinggi daripada individu dengan tipe kepribadian introvert.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan menjadi kajian yang bermanfaat bagi perkembangan keilmuan Psikologi, khususnya di bidang Psikologi Klinis.

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan menjadi kajian yang bermanfaat bagi perkembangan keilmuan Psikologi, khususnya di bidang Psikologi Klinis.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat terutama bagi mahasiswa yang cenderung *impulsive buying* dapat menggunakannya sebagai informasi dan masukan serta dapat mengevaluasi diri.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kepribadian Ekstrovert-Introvert

##### 2.1.1 Pengertian Kepribadian

Kata kepribadian (*personality*) berasal dari Bahasa Yunani-kuno yaitu *prosopon* atau *persona*, yang artinya ‘topeng’ yang biasa dipakai seorang artis dalam teater. Para artis itu bertingkah laku sesuai dengan ekspresi topeng yang dipakainya, seolah-olah topeng itu mewakili ciri kepribadian tertentu. Jadi konsep awal dari kepribadian adalah tingkah laku yang ditampilkan ke lingkungan sosial mengenai kesan diri yang diinginkan agar dapat ditangkap oleh lingkungan sosial.

Menurut Eysenck (dalam Lestari, 2015), bahwa kepribadian adalah keseluruhan pola tindakan, baik yang aktual maupun yang potensial dari makhluk hidup yang ditentukan oleh warisan genetik dan lingkungan. Menurut Jung (Suryabrata, 2008), mengungkapkan bahwa kepribadian adalah keseluruhan dari semua peristiwa psikis, baik yang disadari maupun tidak, atau juga dikenal dengan *psyche* atau jiwa. Kesadaran memiliki peran yang penting dalam pengarahan manusia terhadap lingkungannya. Sementara itu, jiwa, menurut Jung, masih terbagi menjadi dua kelompok, yaitu ekstrover dan introvert (Suryabrata, 2008).

Berdasarkan dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepribadian adalah suatu pola perilaku yang cukup abadi, khas, ditujukan untuk menciptakan impresi/kesan pada lingkungan sosial baik yang disadari maupun yang tidak disadari oleh individu.

### 2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepribadian

Terdapat dua faktor utama yang dapat memengaruhi kepribadian seseorang dalam kehidupannya menurut Sjarkawi (2008), yakni:

#### 1) Faktor Internal

Faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri umumnya merupakan faktor genetik atau bawaan. Faktor genetik maksudnya adalah faktor yang berupa bawaan sejak lahir dan merupakan pengaruh keturunan dari salah satu karakteristik yang dimiliki salah satu dari kedua orang tua atau bisa jadi kombinasi dari karakteristik kedua orang tua. Misalnya ayah yang pemarah, maka kemungkinan anaknya akan menjadi anak yang mudah marah.

#### 2) Faktor Eksternal

Faktor yang berasal dari luar individu tersebut. Faktor eksternal ini umumnya merupakan pengaruh yang berasal dari lingkungan seseorang mulai dari lingkungan terkecilnya, yaitu keluarga, teman, tetangga, sampai dengan pengaruh dari berbagai media audiovisual seperti TV, VCD, internet, atau media cetak seperti koran, majalah dan lain sebagainya.

### 2.1.3 Tipe Kepribadian Ekstrovert-Introvert

Menurut Eysenck (dalam Lestari, 2015), Eysenck mengelompokkan tipe kepribadian ke dalam dua model tipe yaitu kepribadian introvert dan ekstrovert. Individu memiliki tipe kepribadian introvert cenderung dipengaruhi oleh dunia di dalam diri mereka sendiri. Individu dengan tipe kepribadian introvert menunjukkan perilaku yang cenderung sulit beradaptasi dengan dunia luar, kurang tertarik dengan hal-hal di dunia luar, lebih banyak mengontrol diri, jiwa mereka lebih tertutup, sulit bergaul, namun tidak mudah dipengaruhi oleh rangsangan dari luar, mampu

mempertimbangkan secara logis, lebih banyak bersifat pasif, kurang ekspresif, dan tidak impulsif (dalam Pratiwi, 2013). Berbeda dengan individu yang memiliki tipe kepribadian introvert, individu yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert cenderung dipengaruhi oleh lingkungan di sekitarnya. Individu dengan tipe kepribadian ekstrovert menunjukkan perilaku yang lebih mudah beradaptasi dengan dunia luar, lebih tertarik dengan hal-hal di luar dirinya, sulit mengontrol diri, jiwa mereka lebih terbuka, mudah bergaul, namun lebih mudah terpengaruh oleh rangsangan dari luar, tidak mampu mempertimbangkan secara logis, lebih aktif, lebih ekspresif, dan impulsif (dalam Pratiwi, 2013).

Introversi merupakan sebuah sikap yang menggambarkan aliran mental ke arah internal sehingga individu tersebut memiliki orientasi subyektif. Ia kurang bisa bergaul dengan lingkungannya, namun penyesuaian terhadap dirinya sendiri baik (Yusuf & Nurihsan, 2007). Individu yang cenderung lebih tertarik pada dunia internal mereka sendiri. Mereka cenderung lebih tenang, hati-hati, dan membutuhkan waktu sendiri untuk mengisi ulang energi. Para introvert cenderung lebih terfokus pada pemikiran dan perasaan mereka sendiri, dan cenderung menghindari situasi yang berisik atau terlalu ramai.

Extraversi merupakan sebuah sikap yang menggambarkan aliran mental ke arah eksternal sehingga individu tersebut akan memiliki orientasi obyektif, dan tindakannya ditentukan oleh lingkungannya (Yusuf & Nurihsan, 2007). Di sisi lain, ekstrovert merupakan individu yang cenderung lebih tertarik pada dunia luar dan mengarahkan energi mereka ke interaksi sosial. Mereka cenderung lebih ekspresif, berenergi, dan suka berinteraksi dengan orang lain. Para ekstrovert mendapatkan

energi dari interaksi sosial dan lingkungan sekitar mereka, dan cenderung merasa terstimulasi dalam situasi sosial yang ramai.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa individu dengan sifat ekstrovert adalah orang yang cenderung terpengaruh oleh dunia luar yang nyata di sekitarnya. Individu yang memiliki sifat ekstrovert cenderung mudah beradaptasi dengan lingkungan sosial dan mudah dipengaruhi oleh lingkungannya. Sementara itu, orang yang memiliki sifat introvert lebih terpengaruh oleh dunia dalam dirinya sendiri. Orang dengan sifat introvert cenderung kesulitan beradaptasi dengan lingkungan, lebih tertutup, sulit bergaul dan berinteraksi dengan orang lain, serta kurang mampu menarik perhatian orang lain.

#### **2.1.4 Aspek-Aspek Tipe Kepribadian Ekstrovert-Introvert**

Penelitian yang telah dilakukan oleh Eysenck dan Wilson (2008) menghasilkan sejumlah karakteristik perilaku operasional yang dikategorikan berdasarkan sifat-sifat kelompok yang mendasarinya menjadi tujuh aspek yang terdapat pada tipe kepribadian introvert dan ekstrovert. Adapun aspek-aspek dari tipe kepribadian ekstrovert adalah:

- 1) *Activity*, individu yang memiliki nilai tinggi dalam hal ini umumnya aktif, berenergi, menyukai segala jenis kegiatan fisik, bangun pagi, bergerak dengan cepat, beralih dari satu aktivitas ke aktivitas lainnya, serta mengejar berbagai macam kepentingan dan minat yang berbeda-beda.
- 2) *Sociability*, yaitu individu yang gemar mencari teman, menikmati kegiatan sosial, pesta, dan merasa senang dalam situasi yang ramah.
- 3) *Risk Taking*, merupakan individu yang suka hidup dalam situasi berbahaya, mencari kegiatan yang menantang.

- 4) *Impulsiveness*, individu ini cenderung bertindak secara spontan tanpa berpikir secara lebih matang terlebih dahulu, suka membuat keputusan dengan cepat dan tidak memiliki pendirian yang tetap.
- 5) *Expresiveness*, individu ini cenderung memiliki perasaan yang dalam, penuh dengan emosi, dan demonstratif, dia dapat mengungkapkan perasaannya dengan baik dan jujur. Individu dengan nilai tinggi dalam aspek ini adalah mereka yang cenderung menunjukkan emosi mereka secara terbuka, termasuk ketika sedih, marah, mencintai, dan membenci.
- 6) *Practically*, merupakan individu yang memiliki minat pada hal-hal yang praktis dan lebih tertarik untuk melakukan hal-hal yang bermanfaat, tidak sabar dengan kegiatan yang bersifat khayalan dan abstrak.
- 7) *Irresponsibility*, merupakan individu yang tidak menyukai hal-hal yang formal, sering berubah pikiran, sulit untuk memenuhi janji, dan kurang bertanggung jawab secara sosial, namun masih dalam batas normal.

Adapun aspek-aspek yang ada pada kepribadian introvert adalah sebagai berikut:

- 1) *Inactivity* (pasif), individu yang memiliki nilai tinggi pada aspek ini merupakan individu yang lamban dan tidak siap dalam tindakan yang berkaitan dengan aktivitas fisik, mudah mengantuk, kurang bersemangat atau kurang berminat dalam bersikap, dan mudah lelah.
- 2) *Unsociability* (tidak mampu bergaul), individu ini cenderung kurang berminat untuk berhubungan dengan orang lain, cukup senang punya sedikit teman tapi lebih akrab, lebih suka kegiatan mandiri, seperti membaca, cenderung menarik

diri jika tertekan atau terganggu perasaannya jika berhubungan dengan orang lain.

- 3) *Carefulness*, merupakan individu yang mengandalkan kecermatan dalam melakukan suatu tindakan, lebih suka kepada hal yang sudah umum, dikenal atau dilakukan dengan sengaja menghindari risiko, merasa aman dan terlindungi, jika perlu ia mengorbankan kepentingan atau kesenangan pribadinya.
- 4) *Controlled*, merupakan individu yang mengandalkan kendali diri, sangat berhati-hati dalam membuat keputusan, perhitungan dan pertimbangan yang matang, sangat teratur, merencanakan masa depan dengan cermat, berpikir sebelum berbicara dan bertindak.
- 5) *Inhibition* (menutup diri), merupakan individu yang cenderung tidak menunjukkan segala jenis perasaan kepada orang lain secara terang-terangan, bersikap tenang, tidak mudah marah, tidak mudah dipengaruhi, pikiran dan emosi terkendali.
- 6) *Reflectiveness*, merupakan individu yang sangat tertarik pada pemikiran konseptual abstrak, menjawab pertanyaan yang bersifat filosofis, berdiskusi, membuat prediksi, tenggelam dalam proses berpikir, dan selalu berpikir kritis.
- 7) *Responsibility* (bertanggung jawab), dapat diandalkan untuk melakukan hal-hal yang baik, selalu memenuhi janji, dapat dipercaya, bersikap sungguh-sungguh, dan sedikit kompulsif.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa aspek-aspek dari ekstrovert dan introvert yaitu, ekstrovert individunya mudah dalam

bergaul dan senang bersama teman-temannya. Sedangkan introvert individu nya cenderung kurang senang dalam bergaul ia lebih menyukai kesendirian.

## **2.2 Impulsive Buying**

### **2.2.1 Pengertian *Impulsive Buying***

Senada dengan Suryaningsih (2020) dan Zafar, dkk., (2019) menyatakan bahwa *impulsive buying* melibatkan investasi yang dilakukan karena motivasi tertentu di mana keputusan untuk membeli sesuatu tidak bergantung pada proses pemikiran yang mendalam. *Impulsive buying* dapat dipicu oleh rangsangan eksternal. Namun, menurut Addo, dkk., (2020), tidak hanya rangsangan eksternal yang terlibat, tetapi juga rangsangan internal yang berkaitan dengan emosi pribadi. *Impulsive buying* dapat membantu orang menghadapi rasa percaya diri yang rendah, keadaan emosi negatif, dan pemikiran mental negatif. Pembelian yang tidak direncanakan adalah tindakan pembelian yang sebelumnya tidak teridentifikasi secara sadar sebagai hasil pertimbangan atau niat yang terbentuk untuk membeli sebelum memasuki toko atau dorongan kuat yang tiba-tiba, bertahan dan tidak berencana untuk membeli sesuatu tanpa memperhatikan akibatnya.

Selanjutnya, Rahayu, dkk., (2012) menambahkan bahwa *impulsive buying* adalah tindakan di mana keputusan untuk membeli terjadi setelah berada di dalam toko, saat melihat produk, dan dilakukan tanpa perencanaan, sulit untuk ditahan, terburu-buru, dan hanya memprioritaskan kesenangan sesaat tanpa memikirkan manfaat dan konsekuensi dari pembelian tersebut. Pada dasarnya *impulsive buying* adalah perilaku dimana seseorang merasakan keinginan spontan untuk membeli suatu produk tanpa perencanaan sebelumnya. Perilaku ini dapat disebabkan oleh

dua faktor, yaitu berasal dari diri individu itu sendiri atau dari lingkungan toko (Harmon dan Novia, 2016).

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *impulsive buying* merupakan suatu kegiatan pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa adanya suatu pertimbangan sebelumnya yang dipicu oleh perasaan emosional yang kuat daripada pikiran logis, sehingga individu tersebut cenderung terburu-buru tanpa mempertimbangkan manfaat dan akibat dari pembelian yang telah dilakukan.

### 2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi *Impulsive Buying*

Faktor – faktor yang mempengaruhi *impulsive buying* menurut Verplanken dan Herabadi (2001), terdapat dua faktor yang mempengaruhi *impulsive buying*, antara lain:

#### 1) Faktor Eksternal

##### 1. Lingkungan Toko (*Store Environment*)

Keadaan toko atau lingkungan toko berperan dalam mempengaruhi *impulsive buying*, keadaan yang dimaksud berupa kombinasi dari fitur fisik toko, seperti arsitektur, tata letak, tanda/label, tampilan warna, pencahayaan, suhu, musik, dan aroma, yang secara bersamaan akan menciptakan citra di benak konsumen (Levy dan Weitz, dalam Putra, 2014).

##### 2. Karakteristik Produk

Konsumen melakukan *impulsive buying* dipengaruhi oleh karakteristik produk. Produk tertentu dibeli secara spontan lebih sering daripada yang lain. Peluang suatu produk akan dibeli secara impulsif bergantung pada jenis produk, harga

produk, merek dan kemasan produk yang menarik, serta distribusi produk (Stern, 1962; Duarte dkk., 2013; Tinne, 2010).

## 2) Faktor Internal

### 1. Usia

Menurut Wood (1998), usia telah terbukti menjadi faktor penting dalam memprediksi *impulsive buying*. Individu yang lebih muda cenderung merasa kurang berisiko ketika menghabiskan uang. *Impulsive buying* cenderung lebih tinggi di antara individu berusia 18 hingga 39 tahun, dan menurun setelah usia tersebut. Selain itu, penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa individu yang lebih muda cenderung memiliki tingkat impulsivitas yang lebih tinggi daripada individu yang lebih tua, dan kurang dalam mengendalikan diri (Kacen dan Lee, 2002).

### 2. Gender

Berdasarkan jenis kelamin, biasanya perempuan lebih cenderung melakukan *impulsive buying* dibandingkan dengan laki-laki. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rizqi Barkah (2008), yang menunjukkan bahwa perempuan memiliki kecenderungan yang lebih besar dalam melakukan *impulsive buying* daripada laki-laki. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Reynold (dalam Fitriani, 2016), yang menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak menghabiskan uang mereka daripada laki-laki, terutama untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu.

### 3. Demografis (Kondisi Tempat Tinggal/Status Sosial)

Kondisi tempat tinggal dan status sosial memiliki kecenderungan pembelian impulsif yang lebih tinggi di antara konsumen yang tinggal di kota daripada konsumen yang tinggal di daerah pinggiran kota.

#### 4. Suasana Hati (Mood)

Keadaan emosional atau suasana hati individu telah ditemukan sebagai salah satu faktor penting dalam *impulsive buying*, suasana hati dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam kondisi senang ataupun sedih.

#### 5. Kepribadian

Salah satu elemen yang bisa mempengaruhi dalam *impulsive buying* adalah tipe kepribadian. Dan didukung oleh temuan penelitian dari Beatty & Ferrel (dalam Tjiptono, 2008), yang menunjukkan bahwa kecenderungan *impulsive buying* ini terhubung dengan karakteristik atau kepribadian individu dan dapat membantu untuk menentukan tingkat kecenderungan *impulsive buying* yang dimiliki oleh seseorang.

### 2.2.3 Aspek – Aspek *Impulsive Buying*

Verplanken & Herabadi (2001) mengemukakan ada dua aspek pembelian impulsif, yakni aspek kognitif dan aspek afektif.

#### 1) Aspek Kognitif

Aspek kognitif yaitu kurangnya unsur pertimbangan dan perencanaan dalam pembelian yang dilakukan. Hal ini didasarkan pada pernyataan Verplanken & Aarts (dalam Verplanken & Herabadi, 2001) bahwa pembelian yang telah dilakukan mungkin tidak direncanakan atau dipertimbangkan secara hati-hati karena berbagai alasan, seperti ketika pembelian yang tidak direncanakan muncul

tiba-tiba dalam waktu yang lama atau dalam kasus pembayaran berulang atau metode pembayaran. Selain itu, individu tidak melakukan perbandingan barang terlebih dahulu, cenderung enggan memberikan opini tentang mutu barang yang akan dibeli, dan mengabaikan konsekuensi saat melakukan *impulsive buying*.

## 2) Aspek Afektif

Aspek afektif meliputi dorongan emosi yang secara bersamaan melibatkan perasaan senang setelah melakukan pembelian tanpa perencanaan (Verplanken & Herabadi, 2001), diikuti dengan perasaan atau keinginan yang tiba-tiba muncul untuk melakukan pembelian berdasarkan keinginan hati, bersifat kompulsif. tidak terkendali, kepuasan, kekecewaan dan penyesalan karena telah menghabiskan uang hanya untuk memenuhi keinginan mereka.

Berdasarkan aspek-aspek tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua aspek yang dapat membentuk kecenderungan *impulsive buying* yaitu faktor kognitif dan faktor afektif. Faktor kognitif pada *impulsive buying* ditandai dengan berpikir secara spontan, tanpa perencanaan atau pertimbangan sebelum membeli, tidak melakukan perbandingan produk sebelumnya, dan mengabaikan konsekuensi yang akan terjadi setelah membeli barang tersebut. Sementara itu, faktor afektif dalam melakukan pembelian impulsif dapat ditunjukkan dengan adanya dorongan mendadak untuk segera membeli, didominasi oleh perasaan senang atau antusias, dan individu akan merasa menyesal setelah melakukan pembelian tanpa pertimbangan.

#### 2.2.4 Karakteristik *Impulsive Buying*

Kecenderungan *impulsive buying* mengacu pada perilaku pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan yang matang dan tiba-tiba, dimana seseorang membeli barang atau jasa dengan cepat dan tanpa berpikir panjang tentang konsekuensi atau kebutuhan sebenarnya. Berikut beberapa karakteristik dari kecenderungan *impulsive buying* antara lain:

- 1) Ketidakstabilan Emosional: Individu yang cenderung melakukan *impulsive buying* sering kali dipengaruhi oleh perasaan dan emosi pada saat itu. Mereka mungkin membeli sesuatu untuk meredakan tekanan, kebosanan, atau bahkan sebagai tanggapan terhadap kegembiraan yang secara tiba-tiba.
- 2) Kekuatan, Kompulsi dan Intensitas: Ada dorongan untuk mengesampingkan hal-hal lain dan bertindak atau memutuskan saat itu juga. Selain itu, *impulsive buying* juga melibatkan keinginan yang tak terduga dan tak henti-hentinya untuk mencapai sesuatu dengan segera.
- 3) Pengaruh Lingkungan: Lingkungan sekitar dapat mempengaruhi keputusan dalam melakukan *impulsive buying*. Misalnya, promosi tiba-tiba, diskon besar, atau barang-barang yang menarik dapat mendorong seseorang untuk membeli tanpa berpikir panjang.
- 4) Kurangnya Perencanaan Keuangan: Individu yang cenderung spontan dalam berbelanja mungkin kurang memperhatikan perencanaan keuangan pribadi mereka. Mereka mungkin tidak memiliki anggaran yang jelas atau mempertimbangkan apakah mereka mampu membeli produk tersebut.

- 5) Ketidakpedulian Terhadap Konsekuensi. Dorongan untuk membeli segera yang begitu sulit untuk ditolak sehingga konsekuensi negatifnya diabaikan. Individu memiliki keinginan membeli secara menarik yang kerap mengabaikan konsekuensi negatif akibat dari pembelian yang sudah dilakukannya.
- 6) Penyesalan Setelah Pembelian: Setelah efek impulsif mereda, individu yang melakukan *impulsive buying* seringkali merasakan penyesalan dan menyadari bahwa pembelian tersebut mungkin tidak masuk akal atau tidak diperlukan.
- 7) Pembelian Berulang: Kebiasaan membeli secara impulsif dapat menyebabkan pembelian berulang yang tidak direncanakan, yang pada akhirnya dapat menyebabkan pengeluaran yang berlebihan.

### **2.2.5 Dinamika Perbedaan Kepribadian Ekstrovert-Introvert Pada Kecenderungan *Impulsive Buying***

Menurut Eysenck (dalam Lestari, 2015), kepribadian adalah keseluruhan pola perilaku, baik yang aktual maupun yang potensial dari individu yang ditentukan oleh genetika dan lingkungan. Menurut Jung, kepribadian merupakan semua pikiran dan perilaku yang disadari maupun tidak disadari yang mengarahkan individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial (Hall & Lindzey, 1993). Eysenck mengelompokkan kepribadian menjadi dua tipe yaitu, kepribadian introvert dan ekstrovert. Individu yang memiliki tipe kepribadian introvert cenderung dipengaruhi oleh dunia dalam dirinya sendiri. Individu dengan tipe kepribadian introvert menunjukkan perilaku yang cenderung sulit beradaptasi dengan dunia luar, kurang tertarik dengan hal-hal di luar diri, lebih banyak mengendalikan diri, pribadi yang tertutup, sulit bergaul, namun tidak mudah terpengaruh oleh rangsangan dari luar, mampu berpikir secara rasional, lebih pasif,

kurang ekspresif, dan tidak impulsif (dalam Pratiwi, 2013). Dengan demikian, karakteristik mahasiswa yang memiliki kepribadian introvert tersebut cenderung bersifat reflektif, tidak mudah terpengaruh oleh rangsangan dari luar dalam bentuk online shopping di media sosial, promosi di offline store, tidak bertindak segera, tidak spontan dalam mengambil keputusan atau memutuskan segala sesuatu, dan tidak impulsif dalam melakukan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan. Berbeda dengan individu yang memiliki kepribadian ekstrovert, individu dengan kepribadian ekstrovert menunjukkan perilaku yang lebih mudah beradaptasi dengan lingkungan luar, lebih tertarik dengan hal-hal di dunia luar, memiliki kendali diri yang kurang, memiliki jiwa yang terbuka, mudah bergaul, tetapi juga lebih mudah dipengaruhi oleh rangsangan dari luar, tidak mampu berpikir secara logis, lebih aktif, lebih ekspresif, dan lebih impulsif (dalam Pratiwi, 2013).

Lury (1998) menyatakan bahwa individu yang memiliki kepribadian ekstrovert cenderung memperoleh barang seperti pakaian, barang tambahan, dan lain sebagainya, yang sesuai dengan preferensi atau tren saat ini untuk mencapai kedudukan sosial, sehingga terkadang membeli tanpa mempertimbangkan dengan lebih mendalam. Hal ini juga dapat disebabkan karena rasa penasaran yang memicu individu tersebut untuk membeli produk yang ditawarkan saat itu juga. Selain itu, karakteristik mahasiswa yang memiliki kepribadian ekstrovert, cenderung lebih mudah dipengaruhi oleh rangsangan dari luar dalam bentuk promosi online shopping di media sosial, promosi dari offline store, bertindak dengan cepat, spontan dalam mengambil keputusan atau memutuskan sesuatu, dan impulsif dalam melakukan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan.

*Impulsive buying* merupakan aktivitas pembelian yang dilakukan konsumen yang tidak terlihat dan tidak dapat diprediksi yang diikuti oleh konflik emosional dan keinginan. Hasrat emosional ini menimbulkan perasaan kuat yang ditunjukkan dengan realisasi pembelian akibat keinginan untuk membeli produk sehingga menimbulkan efek negatif, kepuasan dan konflik dalam pikiran (Verplanken & Herabadi, 2001). Menurut Rook & Fisher (Baron & Byrne, 2004), bahwa tindakan belanja impulsif adalah kecenderungan tindakan individu untuk membeli secara tiba-tiba, langsung, spontan, atau kurang melibatkan pemikiran tetapi karena keinginan untuk membeli yang sangat kuat.

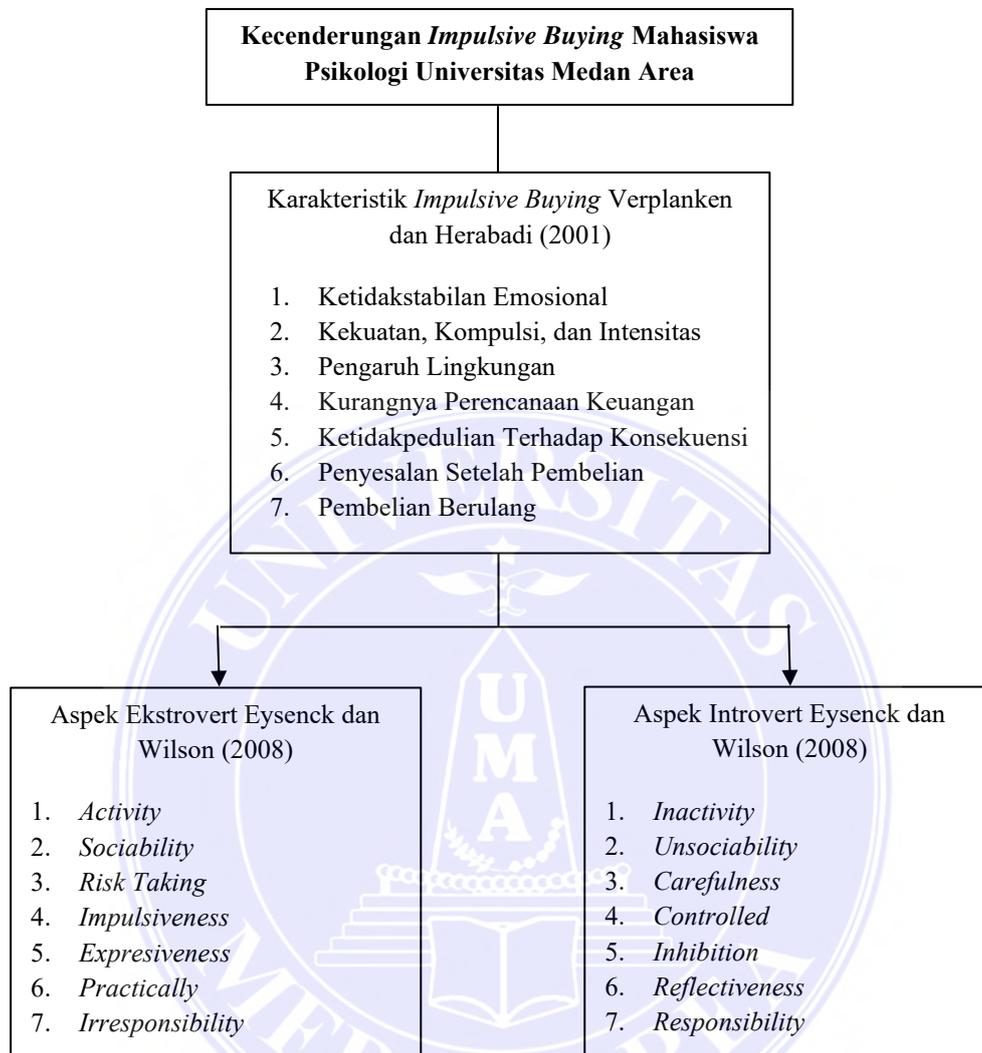
Mahasiswa yang sering berhadapan dengan lingkungan sosial serta emosional akan cenderung terdorong mengenai gaya hidup. Untuk melakukan *impulsive buying*, seperti terpengaruh oleh teman sebaya, iklan, media sosial, dan tren konsumsi dapat membuat mahasiswa merasa terdorong untuk membeli barang-barang yang tidak direncanakan. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti ingin melihat perbedaan dari tipe kepribadian mahasiswa. Tipe kepribadian ekstrovert atau introvert yang cenderung melakukan *impulsive buying*. Dan didukung oleh temuan penelitian dari Beatty & Ferrel (dalam Tjiptono, 2008), yang menunjukkan bahwa kecenderungan *impulsive buying* ini terhubung dengan karakteristik atau kepribadian individu dan dapat membantu untuk menentukan tingkat kecenderungan *impulsive buying* yang dimiliki oleh seseorang.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Fachrul Ilham Al-Fisyahri & Abdul Muhid, (2022) dengan judul “*Self Control, Extrovert Personality Impulsive Buying Behaviors Among Online Gamers*”. Jumlah subjek dalam penelitian ini yaitu para pemain game online Indonesia sebanyak 272 orang. Hasil penelitian analisis yang

digunakan yaitu regresi linier berganda dan dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan kepribadian ekstrovert dengan *impulsive buying* pada pemain game online. Selain itu Kontrol diri dan kepribadian ekstrovert memberikan sumbangan efektif sebesar 13.5 % terhadap *Impulsive buying* dan sisanya 86.5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti oleh peneliti.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Nur Farayani, Iga Noviekayati, & Aliffia Ananta, (2022) dengan judul “*Kepribadian Ekstrovert pada Dewasa Awal: Menguji Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di E-Commerce*”. Jumlah subjek dalam penelitian ini melibatkan 62 orang berusia antara 18 sampai 40 tahun yang sering berbelanja minimal 3 kali dalam seminggu dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian analisis ini menggunakan teknik Spearman Rho dan menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif. Sehingga semakin tinggi kepribadian ekstrovert seseorang maka akan semakin tinggi pula perilakunya.

## 2.2.6 Kerangka Konseptual



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area pada tanggal 3-10 Juli 2023, selama seminggu melakukan penelitian peneliti mendapatkan hasil jawaban dari responden di tiap harinya. Peneliti mendapatkan jawaban kuesioner dari responden dalam kurun waktu 5 jam per hari nya dengan memberikan sebuah reward kepada mahasiswa yang berkontribusi menjadi responden peneliti.

#### 3.2 Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner kepribadian ekstrovert dan introvert dan kuesioner kecanduan *impulsive buying* yang akan disebarkan kepada para sampel pada saat penelitian. Adapun alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa surat penelitian, skala penelitian, handphone, laptop, kuota internet, media sosial berupa whatsapp atau instagram, *microsoft word*, *SPSS for Windows 23.00*, dan *microsoft excell*.

#### 3.3 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah Uji T independent, alasan digunakannya teknik statistik ini untuk membandingkan rata-rata dua kelompok yang berbeda. Dalam konteks ini, peneliti dapat membandingkan skor *impulsive buying* antara kepribadian ekstrovert dan introvert. Hasil yang ditampilkan dalam uji T independen pada penelitian perbedaan kepribadian ekstrovert pada *impulsive buying* ini adalah melihat perbedaan signifikan atau tidaknya skor *impulsive buying* antara kelompok kepribadian ekstrovert dan kelompok kepribadian introvert. Teknik dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan memakai teknik total sampling.

Metode uji yang dipakai dalam penelitian ini ialah menggunakan uji normalitas sebaran yang dianalisis memakai uji normalitas sebaran data penelitian dengan memakai aplikasi SPSS 23 For Windows pada teknik *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria yang dipakai yaitu apabila  $p \text{ (sig)} > 0,05$  maka sebarannya dinyatakan normal, dan sebaliknya sebaran yang dinyatakan tidak normal apabila  $p \text{ (sig)} < 0,05$ . Kemudian dalam menganalisis uji homogenitas memakai program SPSS 23 For Windows. Kriteria yang dipakai yaitu apabila sebarannya  $p \text{ (sig)} > 0,05$  maka dinyatakan homogen, dan sebaliknya apabila sebarannya  $p < 0,05$  maka dinyatakan tidak homogen.

Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini dengan melakukan *screening* kepribadian ekstrovert dan introvert dan *screening impulsive buying* dan juga menggunakan skala *impulsive buying*. Menurut (Arikunto, 2006), teknik pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan sebagai bentuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini merupakan

skala psikologi. Kecenderungan *impulsive buying* peneliti melakukan *screening* dan menggunakan skala Likert sedangkan kepribadian ekstrovert-introvert melakukan *screening* dengan Eysenck Personality Questionnaire (EPQ).

Hadi (2004) menyatakan bahwa skala adalah teknik pengumpulan data yang terdiri dari daftar pernyataan tertulis yang harus dijawab atau disajikan oleh teruji untuk mengungkapkan status suatu subjek yang diinginkan. Dua skala penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1) *Screening impulsive buying*

*Screening impulsive buying* bertujuan untuk mengidentifikasi kecenderungan *impulsive buying* pada subjek penelitian ini sebelum peneliti melakukan pengukuran *impulsive buying* melalui skala Likert. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan *impulsive buying* pada subjek berupa pernyataan tertutup dengan pilihan jawaban “Ya” dan “Tidak” yang terdiri dari 29 pernyataan yang mengandung karakteristik *impulsive buying* yang dikemukakan oleh Verplanken dan Herabadi (2001) yakni: ketidakstabilan emosional, kekuatan, kompulsi, dan intensitas, pengaruh lingkungan, kurangnya perencanaan keuangan, ketidakpedulian terhadap konsekuensi, penyesalan setelah pembelian, pembelian berulang.

Pernyataan yang diberikan kepada masing-masing jawaban subjek pada setiap pernyataan akan menunjukkan kecenderungan pada diri subjek. Jika jawaban subjek “Ya” maka akan menunjukkan kecenderungan *impulsive buying* dan diberikan nilai 1. Jika jawaban subjek “Tidak” maka akan menunjukkan tidak ada kecenderungan *impulsive buying* dan diberikan nilai 0. Kemudian jika jumlah nilai

lebih > 15 maka individu tersebut kecenderungan impulsive buying, dan jika jumlah nilai kurang < 14 maka individu tersebut tidak ada kecenderungan impulsive buying.

## 2) Skala *Impulsive Buying*

Skala yang dipakai untuk mengukur kecenderungan *impulsive buying* pada subjek penelitian ini adalah skala yang disusun berdasarkan karakteristik impulsive buying yang dikemukakan oleh Verplanken dan Herabadi (2001) yakni: ketidakstabilan emosional, kekuatan, kompulsi, dan intensitas, pengaruh lingkungan, kurangnya perencanaan keuangan, ketidakpedulian terhadap konsekuensi, penyesalan setelah pembelian, pembelian berulang.

Penelitian ini menggunakan penskalaan jenis skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap indikator diatas akan diuraikan sejumlah pernyataan favorable (mendukung) dan unfavorable (tidak mendukung). Dimana jawaban setiap item instrument pertanyaan memiliki gradasi sangat positif sampai sangat sangat negatif. Umumnya skala likert mengandung pilihan jawaban: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Skor yang bersifat favorable diberikan nilai 4-1, sedangkan skor yang bersifat unfavorable diberikan nilai 1-4. Untuk item yang favorable, pilihan SS akan mendapatkan skor 4, pilihan S akan mendapatkan skor 3, Pilihan TS akan mendapatkan skor 2, pilihan STS akan mendapatkan skor 1. Sedangkan untuk item yang unfavorable pilihan SS akan mendapatkan skor 1, pilihan S akan mendapatkan skor 2, pilihan TS akan mendapatkan skor 3, pilihan STS akan mendapatkan skor 4.

### 3) *Screening* Kepribadian Ekstrovert-Introvert

Screening kepribadian bertujuan untuk mengidentifikasi ciri-ciri ekstrovert dan introvert, umumnya menggunakan berbagai alat tes dan instrumen psikometrik. Tujuan dari screening ini ialah untuk membantu individu memahami preferensi kepribadian mereka, baik sebagai ekstrovert (orang yang lebih berorientasi pada lingkungan luar) atau introvert (orang yang lebih berorientasi pada dunia dalam diri).

Penelitian ini menggunakan Eysenck Personality Questionnaire (EPQ) untuk membantu memahami kepribadian individu dan karakteristiknya. Eysenck Personality Questionnaire (EPQ) adalah instrumen psikometrik yang dikembangkan oleh psikolog Inggris-Jerman, Hans Eysenck, untuk mengukur kepribadian individu. EPQ dirancang berdasarkan teori kepribadian Eysenck, yang mencakup tiga dimensi utama dalam kepribadian manusia: ekstraversi-introversi, neurotisisme-stabilitas emosional, dan psikotisme-psikotisme normal.

EPQ adalah kuesioner yang terdiri dari sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang dirancang untuk mengukur dimensi-dimensi kepribadian ini. Responden diminta untuk memberikan respons yang mencerminkan preferensi atau perilaku mereka dalam berbagai situasi. Hasil dari pengisian kuesioner ini kemudian digunakan untuk menentukan sejauh mana individu tersebut mencapai skor tinggi atau rendah pada masing-masing dimensi, yang akan memberikan gambaran tentang kepribadian mereka sesuai dengan teori Eysenck. EPQ telah digunakan dalam berbagai penelitian dan pengujian psikologis untuk membantu memahami kepribadian individu dan karakteristiknya. Meskipun telah mengalami kritik dan

perdebatan, EPQ tetap menjadi salah satu alat pengukuran kepribadian yang penting dalam psikologi.

Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur kepribadian ekstrovert dan introvert dengan menggunakan tes dari Eysenck Personality Questionnaire (EPQ) ini pernyataan tertutup dengan jawaban “Ya” atau “Tidak” terdiri dari 13 pernyataan yang mengandung 7 aspek yang berisi activity, sociability, risk taking, impulsiveness, expresiveness, practically, irresponsibility. Pernyataan yang diberikan kepada masing-masing jawaban subjek pada setiap pernyataan akan menunjukkan kepribadian yang cenderung pada diri subjek. Jika jawaban subjek “Ya” maka akan menunjukkan kepribadian ekstrovert dan diberikan nilai 1. Jika jawaban subjek “Tidak” maka menunjukkan kepribadian introvert dan diberikan nilai 0. Kemudian Penggolongan subjek kedalam suatu kepribadian dilihat dari perbandingan skor total item untuk tipe kepribadian ekstrovert dan skor total item untuk tipe kepribadian introvert. jika jumlah nilai lebih  $> 7$  maka individu tersebut masuk ke dalam tipe kepribadian ekstrovert, dan jika jumlah nilai kurang  $< 6$  maka individu tersebut masuk ke dalam tipe introvert.

### 3.4 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2019) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di interpretasikan hasil kesimpulannya. Berdasarkan data mahasiswa dari fakultas, mahasiswa Psikologi yang aktif secara keseluruhan berjumlah 354 orang. Setelah peneliti melakukan *screening* ternyata hanya 264 orang lah yang berpartisipasi, maka populasi pada

penelitian ini ialah berjumlah 264 orang yang dijadikan sebagai subjek penelitian atau yang dikenal dengan nama sampel.

**Tabel 1. Mahasiswa Aktif Stambuk 2019**

Kriteria	Psikologi Stambuk 2019
Laki-Laki	86
Perempuan	268
<b>Total</b>	<b>354</b>

Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun yang menjadi sampel penelitian ini sebanyak 264 orang mahasiswa Fakultas Psikologi Stambuk 2019 Universitas Medan Area. Dari total sampel peneliti ingin melihat perbedaan kepribadian mahasiswa pada kecenderungan *impulsive buying*. Dari 264 orang mahasiswa, 186 orang mahasiswa memiliki tipe kepribadian ekstrovert dan 78 orang mahasiswa memiliki tipe kepribadian introvert.

**Tabel 2. Mahasiswa Fakultas Psikologi Ekstrovert-Introvert**

Fakultas	Kepribadian Ekstrovert	Kepribadian Introvert	Jumlah
Psikologi stambuk 2019	186 orang	78 orang	264

### 3.5 Prosedur Kerja

Prosedur kerja dalam penelitian merupakan serangkaian langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian, yaitu persiapan penelitian dan pelaksanaan penelitian.

### 3.5.1 Persiapan Penelitian

#### 1) Persiapan Administrasi Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan beberapa persiapan yang berkaitan dengan administrasi penelitian, mengenai masalah perizinan penelitian. Tahap penelitian dimulai dengan menghubungi pihak Fakultas Psikologi Universitas Medan Area secara informal dengan tujuan memohon kesediaan untuk melakukan penelitian. Setelah sudah mendapatkan persetujuan dari pihak Fakultas Psikologi Universitas Medan Area setelah itu, dapat mengurus surat pengantar penelitian dari pihak Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang nantinya ditujukan kepada pihak Dekan selaku pimpinan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

#### 2) Persiapan Alat Ukur Penelitian

Setelah menyelesaikan berbagai perlengkapan administrasi, peneliti juga melakukan perlengkapan peralatan pengukuran penelitian agar dapat memudahkan peneliti dalam segala proses pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sebelumnya peneliti sudah melakukan *screening* kepribadian ekstrovert-introvert dengan menyebarkan *Google Form* kepada mahasiswa fakultas Psikologi stambuk 2019. Setelah melakukan *screening*, peneliti juga memakai skala. Skala yang peneliti gunakan ialah skala kecenderungan *Impulsive Buying* yang dirancang oleh Viola Dena Halifah. Sebelum memulai penelitian, penulis telah menghubungi pemilik dari skala tersebut untuk mendapatkan izin penggunaan skala.

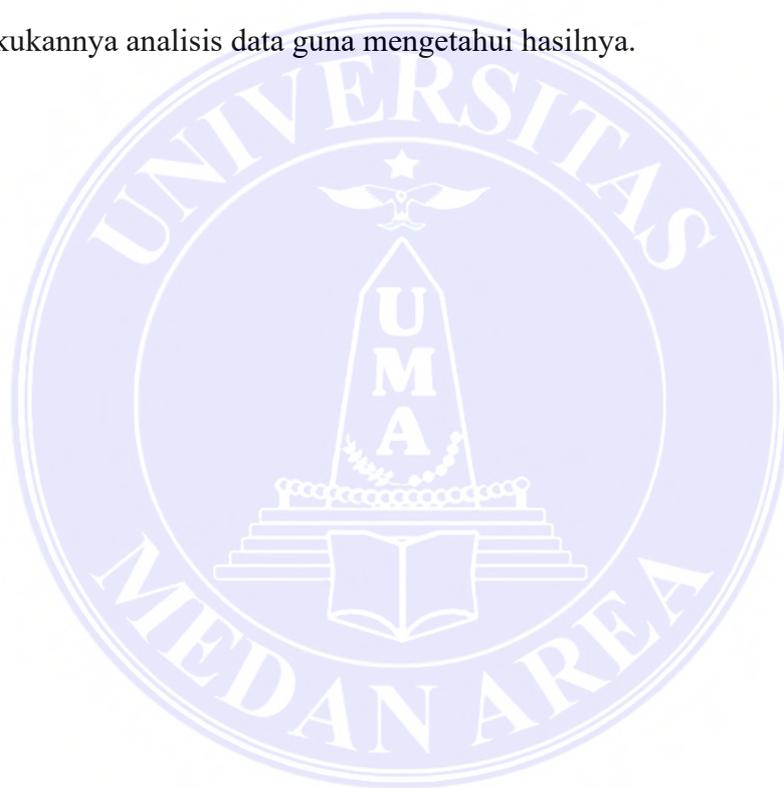
**Tabel 3. Skala *Impulsive Buying* Sebelum Uji Coba**

No.	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
1.	Kognitif	Membeli barang secara impulsif, kesulitan pengendalian diri dalam berbelanja, pengaruh media dan iklan.	1,2,3,8,9,19,20,22, 24,27,28,29,30	4,5,6,7,13,14, 15,16,17,18,26	24
2.	Afektif	Faktor sosial yang mendorong suatu kelompok untuk mengikuti trend dan membeli untuk kepuasan diri sendiri.	10,11,21	12,23,25	6
<b>Jumlah</b>					<b>30</b>

### 3.5.2 Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 03 juli 2023 sampai tanggal 10 juli 2023 dengan menyebarkan *Google Formulir* pada mahasiswa aktif stambuk 2019 fakultas Psikologi. Dengan populasi sebanyak 354 orang mahasiswa aktif. Dan yang menjadi sampel penelitian sebanyak 264 orang mahasiswa. Dari 264 orang mahasiswa yang menjadi sampel, terdapat 186 orang memiliki kepribadian ekstrovert, dan 78 orang memiliki kepribadian introvert. Dengan asumsi bahwa mahasiswa yang memiliki kepribadian ekstrovert memiliki kecenderungan *impulsive buying* yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dengan kepribadian introvert.

Skala yang peneliti sebar ialah *screening impulsive buying* dan skala *impulsive buying* dan peneliti melakukan *screening* kepribadian ekstrovert-introvert berdasarkan model skala *likert* dan tes kepribadian Eysenck Personality Questionnaire (EPQ) dengan T-Test. Skala yang telah disebar sudah diberikan nomor urut agar dapat memudahkan pada saat pendataan. Pada tanggal 11 juli 2023 peneliti melakukan skoring. Setelah penskoring-an selesai, selanjutnya ialah memindahkan hasil data skoring tersebut ke dalam *microsoft excel*. Lalu dilakukannya analisis data guna mengetahui hasilnya.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai “Perbedaan Kepribadian Ekstrovert-Introvert Pada Kecenderungan *Impulsive Buying* Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji beda T-test bahwa terdapat perbedaan antara tipe kepribadian ekstrovert dengan tipe kepribadian introvert pada kecenderungan *impulsive buying*. Berdasarkan hasil analisis uji beda T-test diperoleh  $t = 29,743$  dengan  $p = 0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara kepribadian ekstrovert dan introvert pada kecenderungan *impulsive buying*.
2. Hasil uji reliabilitas menunjukkan skala *impulsive buying* pada penelitian ini ialah reliabel dengan nilai Cronbach Alpha sebesar 0,870.

Berdasarkan dari hasil perhitungan mean hipotetik dan mean empirik maka kecenderungan *impulsive buying* pada kepribadian ekstrovert termasuk dalam kategori tinggi dengan mean hipotetiknya adalah 67,5 dan mean empirik adalah 76,53. Sedangkan, kecenderungan *impulsive buying* pada kepribadian introvert termasuk dalam kategori rendah dengan mean hipotetiknya 67,5 dan mean empirik adalah 55,71.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Bagi Mahasiswa

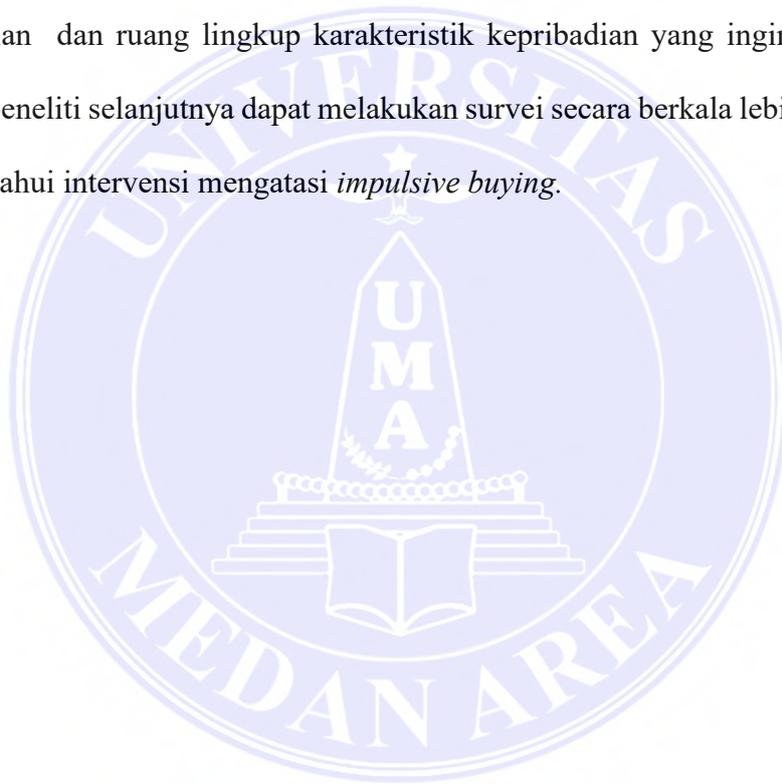
Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan kepribadian ekstrovert dan introvert pada kecenderungan *impulsive buying*. Pada tipe kepribadian ekstrovert cenderung lebih tinggi *impulsive buying* dibandingkan dengan tipe kepribadian introvert, maka saran yang dapat dilakukan kunci utamanya adalah dengan meningkatkan kesadaran diri, dan mengembangkan strategi untuk mengendalikan kebiasaan ini dengan cara membuat daftar prioritas kebutuhan agar dapat mengontrol diri dan mengontrol pengeluaran serta pemasukan agar kehidupan lebih seimbang, terutama bagi mereka yang sangat suka menjadi pusat perhatian dan berada di tengah-tengah keramaian agar lebih selektif dalam mengambil keputusan dengan mengutamakan kebutuhan, bahwa hidup di lingkungan sosial tidak harus selalu mengikuti tren yang ada. Dengan konsistensi dan dukungan yang tepat, anda dapat meminimalisir *impulsive buying*.

### 5.2.2 Bagi lembaga Universitas Medan Area

Berdasarkan hasil dari penelitian ini ialah, lembaga UMA dapat mengevaluasi dengan melakukan survei secara berkala untuk mengidentifikasi sejauh mana masalah belanja impulsif yang memengaruhi mahasiswa. Informasi ini dapat digunakan untuk mengembangkan program pelatihan dan penelitian mengenai *impulsive buying* misalnya, mendiskusikan mengenai *impulsive buying* untuk menjadikan topik-topik penelitian yang lebih dalam dan menarik di fakultas Psikologi.

### 5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil dari penelitian ini ialah, peneliti selanjutnya yang tertarik dengan penelitian *impulsive buying* dapat menggunakan peralatan pengukuran kepribadian selain Eysenck Personality Questionnaire (EPQ), seperti Big Five Personality Traits atau Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) yang sering digunakan dalam penelitian psikologi. Pilihlah alat ukur yang cocok dengan tujuan penelitian dan ruang lingkup karakteristik kepribadian yang ingin diukur. Lalu untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan survei secara berkala lebih dalam untuk mengetahui intervensi mengatasi *impulsive buying*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Addo, P. C., Jiaming, F., Kulbo, N. B., & Liangqiang, L. (2020). *COVID-19: Fear Appeal Favoring Purchase Behavior Towards Personal Protective Equipment*. *The Service Industries Journal*, 40 (7–8), 471–490.
- Ahmadian, M., & Yadgari, H. (2011). *The Relationship between Extraversion/Introversion and the Use of Strategic Competence in Oral Referential Communication*. *Two Quarterly Journal of English Language Teaching and Learning University of Tabriz*, 2(222), 1-27.
- Asterrina, F., & Hermiati, T. (2013). *Pengaruh Discount Terhadap Perilaku Impulse Buying*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Barkah, R. (2008). *Perbedaan Belanja Impulsif Antara Remaja Perempuan Dan Laki-Laki Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi*. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2004). *Psikologi Sosial Edisi Kesepuluh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Baumeister, R. F. (2002). *Yielding To Temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, And Consumer Behavior*. *Journal of Consumer Research*. 28(4), 670–676.
- Dameyasani, A. W., & Abraham, J. (2013). *Impulsive Buying, Cultural Values Dimensions, And Symbolic Meaning Of Money: A Study On College Students In Indonesia's Capital City And Its Surrounding*. *International Journal of Research Studies in Psychology*, 2(4).
- Dawson, S., & Kim, M. (2009). *External and Internal Trigger Cues of Impulse Buying Online*. *Direct Marketing: An International Journal*, 3 (1), 20- 34.
- Duarte, P., Raposo, M., & Ferraz, M. (2013). *Drivers Of Snack Foods Impulse Buying Behaviour Among Young Consumers*. *British Food Journal*, 115(9), 1233-1254.
- Eysenck, H.J., dan Wilson, G. D. (2008). *Know your own personality*. Anglesburg: Pelican Books, Hazel Watson and Viney, Ltd
- Fitriani, N. A. (2016). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Online Shopping Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Erlangga.

- Hall, Calvin S. & Lindzey, Garner. (1993). *Teori-teori Psikodinamik (Klinis)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Herabadi, A. G., Verplanken, B., & Van Knippenberg, A. (2009). *Consumption Experience Of Impulse Buying In Indonesia: Emotional Arousal And Hedonistic Considerations*. *Asian Journal Of Social Psychology*. 12(1), 20-31.
- Juliandi, Azuar., & Irfan. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). *The Influence Of Culture On Consumer Impulsive Buying Behavior*. *Journal of consumer psychology*, 12(2), 163-176.
- Kacen, J.J., Lee, J.A., (2002). *The Influence Of Culture On Consumer Impulsive Buying Behavior*. *J. Consum. Psychol.* 12(2), 163–176.
- Karbasivar, A., & Yarahmadi, H. (2011). Evaluating Effective Factors On Consumer Impulse Buying Behavior. *Asian Journal of Business Management Studies*, 2(4), 174–181.
- Lestari, H. R. (2015). *Pengaruh Tipe Kepribadian (Ekstrovert & Introvert) Terhadap Perilaku Agresi Pada Pelajar Laki-Laki di SMAN X Jakarta Pusat (Studi Kasus Tawuran)*. (Skripsi). Universitas Esa Unggul, Jakarta.
- Lin, C. H., & Lin, H. M. (2005). *An Exploration Of Taiwanese Adolescents impulsive Buying Tendency*. *Adolescence*. 40(157).
- Lury, C. (1998). *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Novia, M. H., & Harmon, H. (2016). *Faktor Penentu Perilaku Impulsive Buying Pada Fashion Business Di Kota Bandung*. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 2(3), 121-133.
- Persada.
- Pratiwi, N. (2013). *Hubungan Antara Kepribadian Ekstrovert dan Kecenderungan Pembelian Impulsif pada Remaja Tengah*. (Skripsi). Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, Jawa Tengah.
- Puri, R., (1996). *Measuring And Modifying Consumer Impulsiveness: A Cost–Benefit Accessibility Framework*. *J. Consum. Psychol.* 5(2), 87–113.
- Putra, B. P., & Mudiantono, M. (2014). *Analisis pengaruh promosi, emosi positif dan store environment terhadap perilaku impulse buying (studi kasus pada pelanggan swalayan Tong Hien di Kota Semarang)*. *Diponegoro Journal of Management*.
- Rahayu, W. (2012). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Pada Konsumen Muslim Pengguna Kartu Kredit*. *Jurnal Ecogen*. 5(3), 437-450.

- Rook, D. W. (1987). *The Buying Impulse*. Journal of consumer research, 14(2), 189–199.
- Sjarkawi. (2008). *Pembentukan Kepribadian Anak*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Stern, H. (1962). *The Significance Of Impulse Buying Today*. The Journal of Marketing, 26 (2) 59–62.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. (2008). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Suryaningsih, I. B. (2020). *Hedonic Shopping Mediation On Impulse Buying Determinants*. Manajemen dan Bisnis, 19(1).
- Tinne, W. S. (2010). *Impulse purchasing: A literature overview*. ASA University Review, 4(2), 65-73.
- Tjiptono, F. (2008). *Marketing Strategy*. Third Edition. Yogyakarta: ANDI Publisher.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). *Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking*. European Journal of personality, 15, S71-S83.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). *Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking*. European Journal Of Personality. 15(1), 71-83.
- Weinberg, P., Gottwald, W., (1982). *Impulsive Consumers Buying As A Result Of Emotions*. J. Bus. Res. 10(1), 43–57.
- Weun, S., Jones, M.A., Beatty, S.E., (1998). *Development And Validation Of The Impulse Buying Scale*. Psychol. Rep. 82(3), 1123–1133.
- Whiteside, S. P., & Lynam, D. R. (2001). *The Five Factor Model and Impulsivity: Using a Structural Model of Personality to Understand Impulsivity*. Personality and individual differences, 30(4), 669-689.
- Wood, M. (1998). *Socio-Economic Status, Delay Of Gratification, And Impulse Buying*. Journal of economic psychology, 19(3), 295-320.
- Yusuf, S dan Nurihsan, J., (2007). *Teori Kepribadian*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Zafar, A. U., Qiu, J., Li, Y., Wang, J., & Shahzad, M. (2019). *The Impact Of Social Media Celebrities' Posts And Contextual Interactions On Impulse Buying In Social Commerce*. Computers in Human Behavior.
- Zhang, Y., Winterich, K.P., Mittal, V., (2010). *Power Distance Belief And Impulsive Buying*. J. Mark. Res. 47(5), 945–954.



**LAMPIRAN I**  
**Data Mentah Skala Penelitian**

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Jumlah	Kriteria
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	Ekstrovert
2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert
3	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert
4	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert
5	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	9	Ekstrovert
6	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	9	Ekstrovert
7	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	9	Ekstrovert
8	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	7	Ekstrovert
9	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	9	Ekstrovert
10	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	9	Ekstrovert
11	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	10	Ekstrovert
12	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	9	Ekstrovert
13	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	9	Ekstrovert
14	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	10	Ekstrovert
15	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	8	Ekstrovert
16	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	10	Ekstrovert
17	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	9	Ekstrovert
18	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	11	Ekstrovert
19	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	11	Ekstrovert
20	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	7	Ekstrovert
21	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert
22	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	7	Ekstrovert
23	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	7	Ekstrovert
24	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	9	Ekstrovert
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	Ekstrovert
26	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert
27	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	10	Ekstrovert
28	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	9	Ekstrovert
29	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	8	Ekstrovert
30	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	8	Ekstrovert
31	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	7	Ekstrovert
32	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	10	Ekstrovert
33	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	7	Ekstrovert
34	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	8	Ekstrovert
35	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	10	Ekstrovert
36	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	8	Ekstrovert
37	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	8	Ekstrovert
38	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	7	Ekstrovert
39	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	7	Ekstrovert
40	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert
41	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	8	Ekstrovert
42	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	7	Ekstrovert
43	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	10	Ekstrovert
44	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	7	Ekstrovert
45	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert
46	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	8	Ekstrovert
47	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	7	Ekstrovert
48	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	10	Ekstrovert
49	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	9	Ekstrovert
50	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	10	Ekstrovert
51	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	8	Ekstrovert
52	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	8	Ekstrovert
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	12	Ekstrovert
54	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	8	Ekstrovert
55	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	10	Ekstrovert
56	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	8	Ekstrovert
57	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	8	Ekstrovert
58	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	7	Ekstrovert
59	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	9	Ekstrovert
60	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	7	Ekstrovert
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	11	Ekstrovert
62	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	7	Ekstrovert
63	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	10	Ekstrovert
64	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	11	Ekstrovert
65	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	8	Ekstrovert
66	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	8	Ekstrovert
67	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	7	Ekstrovert
68	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert
69	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	9	Ekstrovert
70	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	12	Ekstrovert
71	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	8	Ekstrovert
72	0	0	0	0	2	1	0	1	1	0	1	0	1	7	Ekstrovert
73	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	8	Ekstrovert
74	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	7	Ekstrovert
75	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	10	Ekstrovert
76	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	10	Ekstrovert
77	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	12	Ekstrovert
78	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	7	Ekstrovert
79	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	8	Ekstrovert
80	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	10	Ekstrovert
81	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	11	Ekstrovert
82	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	9	Ekstrovert
83	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	8	Ekstrovert

84	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	Ekstrovert
85	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	11	Ekstrovert
86	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	11	Ekstrovert	
87	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	7	Ekstrovert	
88	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	11	Ekstrovert	
89	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	10	Ekstrovert	
90	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert	
91	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	Ekstrovert	
92	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	9	Ekstrovert	
93	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	8	Ekstrovert	
94	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	9	Ekstrovert	
95	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	10	Ekstrovert	
96	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	9	Ekstrovert	
97	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	11	Ekstrovert	
98	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert	
99	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	10	Ekstrovert	
100	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	10	Ekstrovert	
101	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert	
102	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert	
103	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	10	Ekstrovert	
104	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	2	1	7	Ekstrovert	
105	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	

106	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	9	Ekstrovert	
107	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	10	Ekstrovert	
108	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	9	Ekstrovert	
109	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
110	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	9	Ekstrovert	
111	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	10	Ekstrovert	
112	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	7	Ekstrovert	
113	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	8	Ekstrovert	
114	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert	
115	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	9	Ekstrovert	
116	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	11	Ekstrovert	
117	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	9	Ekstrovert	
118	0	1	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	0	9	Ekstrovert	
119	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	8	Ekstrovert
120	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	9	Ekstrovert
121	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	8	Ekstrovert
122	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	7	Ekstrovert	
123	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	9	Ekstrovert	
124	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
125	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	9	Ekstrovert	
126	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	8	Ekstrovert	

127	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	Ekstrovert	
128	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
129	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	Ekstrovert	
130	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	8	Ekstrovert	
131	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	7	Ekstrovert	
132	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
133	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
134	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	8	Ekstrovert	
135	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	Ekstrovert	
136	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	8	Ekstrovert	
137	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	Ekstrovert	
138	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	7	Ekstrovert	
139	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	7	Ekstrovert	
140	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
141	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	9	Ekstrovert	
142	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert	
143	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	7	Ekstrovert	
144	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
145	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	11	Ekstrovert
146	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	13	Ekstrovert
147	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	Ekstrovert	

148	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	12	Ekstrovert	
149	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	12	Ekstrovert
150	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	8	Ekstrovert	
151	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	7	Ekstrovert	
152	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
153	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	Ekstrovert	
154	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	8	Ekstrovert	
155	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	Ekstrovert	
156	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	2	1	8	Ekstrovert	
157	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	13	Ekstrovert	
158	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
159	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	7	Ekstrovert	
160	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	11	Ekstrovert	
161	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	12	Ekstrovert
162	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	10	Ekstrovert	
163	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	9	Ekstrovert	
164	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	8	Ekstrovert	
165	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	9	Ekstrovert	
166	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	9	Ekstrovert	
167	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	8	Ekstrovert	
168	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	13	Ekstrovert

168	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	9	Ekstrovert	
169	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	8	Ekstrovert	
170	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	Ekstrovert	
171	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	8	Ekstrovert	
172	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	7	Ekstrovert	
173	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	Ekstrovert	
174	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	Ekstrovert	
175	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	9	Ekstrovert	
176	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	9	Ekstrovert	
177	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
178	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	7	Ekstrovert	
179	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	12	Ekstrovert	
180	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	11	Ekstrovert	
181	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	9	Ekstrovert	
182	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
183	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	11	Ekstrovert	
184	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert	
185	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	11	Ekstrovert	
186	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	12	Ekstrovert	
187	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	5	Introvert	
188	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	4	Introvert	
189	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	6	Introvert	
190	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	6	Introvert	
191	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	5	Introvert	
192	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	6	Introvert	
193	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	5	Introvert	
194	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	6	Introvert	
195	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	3	Introvert	
196	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	6	Introvert	
197	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	6	Introvert	
198	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	4	Introvert	
199	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	4	Introvert	
200	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	4	Introvert	
201	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	6	Introvert	
202	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	5	Introvert	
203	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	Introvert	
204	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	6	Introvert	
205	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	Introvert	
206	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	6	Introvert	
207	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	5	Introvert	
208	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	4	Introvert	
209	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	Introvert
210	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	5	Introvert	
211	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	Introvert	
212	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3	Introvert	
213	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	Introvert
214	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	3	Introvert
215	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	Introvert
216	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	Introvert
217	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	4	Introvert	
218	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	Introvert
219	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	Introvert
220	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	4	Introvert	
221	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	Introvert
222	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	3	Introvert
223	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	3	Introvert
224	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	5	Introvert	
225	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	4	Introvert	
226	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	4	Introvert	
227	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	4	Introvert	
228	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	6	Introvert	
229	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	4	Introvert	
230	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	4	Introvert	
231	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2	Introvert	
244	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	6	Introvert	
245	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	6	Introvert	
246	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	Introvert	
247	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	5	Introvert	
248	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	4	Introvert	
249	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	3	Introvert	
250	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	6	Introvert	
251	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	4	Introvert	
252	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	5	Introvert	
253	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	5	Introvert	
254	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	6	Introvert	
255	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	4	Introvert	
256	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	5	Introvert
257	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	4	Introvert	
258	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	5	Introvert	
259	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	6	Introvert	
260	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	5	Introvert	
261	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	5	Introvert	
262	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	Introvert	
263	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	5	Introvert	
264	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	4	Introvert	

Table with 27 rows and 28 columns (x1 to x28). Contains numerical data for each row.

Table with 27 rows and 30 columns (x5 to x30). Includes a 'Jumlah' column with values ranging from 84 to 102.

Table with 27 rows and 30 columns (x1 to x30). Includes a 'Jumlah' column with values ranging from 84 to 102.

Table with 27 rows and 30 columns (x5 to x30). Includes a 'Jumlah' column with values ranging from 84 to 102.



x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28				
105	104	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	1	3	4	4	3	3	2	3	3	2	4			
106	103	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	2	1	4	4			
107	106	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	3	4	4	3	4	4	3	1	2	4	4			
108	107	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	2	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4			
109	108	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	3	1	3	4	4	4	3	3	3	2	4			
110	109	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	2	2	2	2	1	5	4	4	4	3	4	2	4	4	4			
111	110	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	3	4	2	4	4	3	4	4	4	2	1	4	2	4			
112	111	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	1	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2			
113	112	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	4	3	5	2	1	3	4		
114	113	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	1	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4		
115	114	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	3	4	4	4	1	2	4	4	2	4		
116	115	4	4	4	3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	2	3	2	3	1	3	4	4	4	3	4	2	3	3	2	4	
117	116	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	2	3	3	4	4	3	3	2	1	3	2	2	4	
118	117	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	1	3	4	4	4	3	3	2	5	1	2	4	
119	118	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	1	3	4	4	4	3	5	2	4	3	2	4	
120	119	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	1	3	4	4	4	3	4	2	4	2	4	2	4	
121	120	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	4	2	4	3	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	
122	121	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	1	3	4	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4	
123	122	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	3	4	2	3	4	2	4	
124	123	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	4	3	2	2	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	2	4	
125	124	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	2	2	2	4	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	2	4	
126	125	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	3	2	2	4	3	4	4	4	3	4	2	1	1	2	4	
127	126	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	4	2	2	3	2	4	3	4	4	4	3	4	2	1	1	2	4	
128	127	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	4	4	2	2	2	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	
129	128	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	4	3	4	4	4	3	3	2	1	4	4	3	2	4
130	129	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	3	1	2	2	2	2	1	3	4	4	4	3	1	4	4	3	2	4	

x1	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	x30	Jumlah			
105	2	3	4	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	1	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	4	3	2	4	87 Ekstrovert
106	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	2	1	4	4	4	3	3	4	95 Ekstrovert	
107	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	3	3	4	4	4	3	1	2	4	1	4	4	3	3	4	87 Ekstrovert
108	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	1	4	2	4	3	3	4	3	3	92 Ekstrovert
109	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	1	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	4	88 Ekstrovert
110	2	3	2	3	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	1	5	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	94 Ekstrovert
111	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	2	1	4	2	4	3	4	3	4	95 Ekstrovert
112	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	1	5	4	4	3	4	4	4	4	2	2	5	4	3	4	90 Ekstrovert
113	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	4	3	2	1	5	4	4	4	4	4	4	93 Ekstrovert
114	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	1	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	89 Ekstrovert
115	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	3	4	4	4	1	2	4	4	2	4	4	3	3	4	97 Ekstrovert
116	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	2	3	2	3	1	3	4	4	3	4	2	3	3	2	4	3	3	4	3	92 Ekstrovert
117	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	3	5	4	4	3	3	2	1	3	2	4	3	3	3	4	86 Ekstrovert
118	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	1	3	4	4	3	2	2	3	1	2	4	3	3	4	3	91 Ekstrovert
119	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	1	5	4	4	3	3	2	4	3	2	4	3	3	3	4	87 Ekstrovert
120	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	1	3	4	4	3	4	2	4	2	4	2	4	3	3	4	89 Ekstrovert
121	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	90 Ekstrovert
122	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	1	5	4	4	3	4	2	4	4	2	4	2	4	3	3	89 Ekstrovert
123	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	4	4	3	4	2	3	4	2	4	2	4	3	3	90 Ekstrovert
124	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	3	1	4	4	3	4	2	3	4	2	4	2	4	3	3	84 Ekstrovert
125	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	3	4	4	1	3	4	2	1	1	2	4	3	3	4	85 Ekstrovert
126	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	3	2	2	4	5	4	4	3	4	2	1	1	2	4	3	3	4	3	87 Ekstrovert
127	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	4	3	4	4	3	4	2	1	1	2	4	3	3	3	4	90 Ekstrovert
128	2	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	96 Ekstrovert
129	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	4	5	4	4	3	3	2	1	4	2	4	3	3	3	4	88 Ekstrovert
130	2	3	2	3	4	4	4	4	3	1	2	2	2	2	1	3	4	4	3	1	4	4	3	2	4	3	3	3	4	87 Ekstrovert

x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	x30	Jumlah		
131	130	2	2	4	4	4	2	4	4	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	84 Ekstrovert	
132	131	2	2	4	4	4	2	3	1	1	3	2	2	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	87 Ekstrovert	
133	132	1	2	2	3	3	2	3	2	1	2	2	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	87 Ekstrovert	
134	133	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	91 Ekstrovert	
135	134	3	4	3	2	2	1	2	3	3	4	3	2	3	2	2	3	2	2	4	2	3	4	4	4	3	4	2	3	4	92 Ekstrovert	
136	135	4	4	3	2	4	4	2	4	2	4	4	3	4	3	2	4	4	3	2	2	3	1	3	3	2	4	2	4	2	89 Ekstrovert	
137	136	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	4	2	2	4	4	3	4	2	4	4	2	4	2	3	4	94 Ekstrovert
138	137	4	3	2	4	2																										

No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28		
157	156	2	4	2	3	4	3	4	2	1	1	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	2	4	4	2	4	2	4	
158	157	4	4	3	3	2	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	
159	158	3	4	3	2	3	1	3	2	3	2	3	1	3	2	1	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	
160	159	4	4	3	4	1	1	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	
161	160	3	3	4	2	2	2	4	3	4	3	4	1	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	
162	161	4	5	3	2	1	3	4	3	4	1	4	1	4	5	2	3	3	1	2	2	4	4	2	3	4	4	4	4	
163	162	4	3	3	2	1	3	2	3	4	1	4	1	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
164	163	2	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	1	2	3	1	2	3	4	2	4	4	4	4	4	2	3	2	2	
165	164	2	4	3	4	4	2	2	3	3	1	4	1	3	1	3	3	2	4	3	2	4	4	4	4	4	3	2	3	
166	165	3	4	2	2	4	3	3	3	2	3	1	1	2	1	2	4	2	4	2	4	2	4	4	3	3	3	4	3	
167	166	3	3	2	4	3	4	3	2	1	1	1	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	
168	167	3	4	1	4	3	3	4	3	2	2	2	1	2	4	1	3	2	3	4	1	4	4	2	4	2	4	3	4	
169	168	3	4	1	3	3	1	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	4	2	4	
170	169	3	4	1	3	3	1	4	2	3	4	2	1	2	4	2	4	2	3	4	3	1	4	4	4	4	4	3	4	
171	170	4	4	2	2	4	4	2	2	3	4	2	3	2	4	2	4	2	4	2	3	4	3	1	4	2	3	3	4	
172	171	4	2	4	2	1	4	2	2	3	4	2	3	2	4	3	4	3	1	4	3	5	3	3	3	4	4	2	4	
173	172	4	1	4	2	1	4	2	2	3	4	2	3	2	4	3	4	2	2	1	2	4	3	2	4	4	4	3	4	
174	173	4	1	4	4	1	4	1	2	3	3	4	4	3	1	4	3	2	4	2	4	3	4	2	4	4	2	2	4	
175	174	4	1	4	3	1	4	2	4	3	1	4	2	2	3	3	3	1	2	2	2	4	4	2	4	4	3	4	4	
176	175	4	1	3	3	1	2	1	4	3	1	4	3	2	3	4	3	2	1	3	4	4	3	2	4	4	3	2	4	
177	176	2	2	4	3	1	2	2	4	3	1	4	3	2	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4
178	177	1	2	4	3	4	3	2	4	3	1	4	3	2	3	4	2	1	4	3	4	3	3	2	2	2	4	3	3	3
179	178	4	2	3	4	3	3	2	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	1	4	2	2	2	2	4	3	4	3
180	179	1	2	3	1	3	2	2	4	4	2	4	3	2	4	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	3	2
181	180	2	4	3	1	3	1	4	3	4	2	4	1	2	3	4	4	4	3	4	1	3	3	2	1	2	4	4	4	4
182	181	2	4	3	1	2	4	4	4	4	2	3	1	2	4	2	4	3	4	4	3	2	2	3	2	4	3	4	2	4

No	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	Jumlah	Estrovert		
157	4	3	4	2	1	1	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	92	Estrovert
158	2	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	4	4	4	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	94	Estrovert
159	3	1	3	2	3	3	3	1	3	2	1	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	87	Estrovert
160	1	1	4	4	2	2	3	2	4	1	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	97	Estrovert
161	2	4	3	4	3	4	1	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	94	Estrovert
162	1	3	4	3	4	1	4	1	4	3	2	3	3	1	2	2	4	4	2	3	5	4	4	4	4	3	4	88	Estrovert
163	1	3	2	3	4	1	4	1	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2	4	4	4	4	1	4	89	Estrovert
164	4	3	2	3	4	4	4	1	2	3	1	2	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	2	3	2	1	4	87	Estrovert
165	4	2	3	3	3	1	4	1	2	1	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	2	3	5	5	4	87	Estrovert
166	4	3	2	2	3	1	1	2	2	1	2	4	2	4	2	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	88	Estrovert
167	4	3	4	3	2	1	1	1	2	2	1	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	91	Estrovert
168	3	3	4	3	2	2	2	1	2	4	1	3	2	3	4	1	4	4	2	4	2	4	2	4	3	4	4	88	Estrovert
169	3	1	4	3	3	3	3	4	4	2	2	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	2	94	Estrovert
170	3	1	4	2	3	4	4	2	1	2	4	2	4	2	3	4	3	1	4	4	4	4	4	3	4	3	3	89	Estrovert
171	2	4	2	2	3	4	2	3	2	4	2	4	2	3	4	3	1	4	2	3	3	4	2	3	3	4	4	89	Estrovert
172	1	4	2	2	3	4	2	3	2	4	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	90	Estrovert
173	1	4	2	2	3	4	2	3	2	4	3	4	2	2	1	2	4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	87	Estrovert
174	1	4	1	2	3	3	4	4	3	1	4	3	2	4	2	4	3	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	91	Estrovert
175	1	4	2	4	3	1	4	2	2	3	3	3	1	2	2	2	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	87	Estrovert
176	1	2	1	4	3	1	4	3	2	3	4	3	2	1	3	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	4	4	88	Estrovert
177	1	2	2	3	3	1	4	2	3	3	3	3	2	4	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	90	Estrovert
178	4	3	2	4	3	3	4	3	2	3	4	3	2	1	4	3	4	3	3	2	2	4	3	3	3	4	4	90	Estrovert
179	3	2	4	3	4	1	3	2	3	4	4	4	2	4	1	4	4	2	2	2	2	4	2	4	3	2	2	88	Estrovert
180	3	2	2	4	4	2	4	3	2	4	4	4	2	4	3	3	4	3	4	2	4	4	3	2	3	3	3	89	Estrovert
181	3	1	4	3	4	2	4	1	2	3	4	4	3	4	1	3	3	2	1	2	4	4	4	4	4	3	3	88	Estrovert
182	2	4	4	4	4	2	3	1	2	4	2	4	3	4	4	4	3	2	2	3	2	4	3	4	2	3	3	88	Estrovert

No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	
183	182	2	4	4	3	2	4	4	4	4	3	1	2	3	4	4	4	2	2	4	2	4	2	4	4	2	4	2	4
184	183	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
185	184	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	1	4	4	4	4	3	2	4	2	4
186	185	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
187	186	4	5	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3	4	4	3	4	2	1	1	1	3	2	4	4	3
188	187	3	2	2	4	1	1	2	3	3	2	1	1	1	4	4	2	2	3	4	1	3	4	2	4	1	2	2	1
189	188	3	1	1	4	3	3	3	1	1	4	2	2	2	3	3	4	2	1	4	3	2	2	2	1	2	2	1	4
190	189	2	1	4	1	3	4	4	2	3	2	4	1	1	2	2	1	4	2	4	2	2	1	1	2	2	3	3	2
191	190	2	1	4	2	2	2	1	1	2	4	2	4	4															

	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	
183	2	4	4	4	4	4	3	1	2	3	4	4	3	2	4	2	4	2	4	2	4	1	4	2	4	2	4	2	90 Ekstrovert
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100 Ekstrovert
185	2	4	5	3	4	4	3	4	2	4	2	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90 Ekstrovert
186	2	3	5	3	4	4	3	4	2	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100 Ekstrovert
187	2	4	3	4	4	3	4	2	2	3	4	3	4	2	1	1	1	3	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	89 Ekstrovert
188	1	1	2	3	3	2	1	1	4	4	4	2	2	3	4	1	5	4	2	4	2	4	1	2	2	1	3	1	69 Introvert
189	3	3	1	1	4	2	2	2	2	3	3	4	2	1	4	3	2	2	2	2	1	2	2	1	4	3	2	70 Introvert	
190	3	4	4	2	3	2	4	1	1	2	2	1	4	2	4	2	2	1	1	3	2	3	2	3	2	1	1	1	88 Introvert
191	2	2	1	1	1	2	2	4	4	3	2	2	1	1	2	4	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	59 Introvert	
192	2	1	3	1	2	2	4	2	1	1	1	3	1	3	2	2	3	2	4	1	1	3	1	2	2	4	2	63 Introvert	
193	3	2	2	3	2	3	2	4	2	1	3	3	4	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	3	2	64 Introvert	
194	4	2	4	2	1	4	1	2	4	2	3	1	1	3	3	2	4	2	1	1	2	3	3	1	1	1	1	65 Introvert	
195	1	2	1	1	1	1	2	2	3	1	2	2	2	4	1	1	2	4	3	2	1	1	1	2	1	1	2	1	55 Introvert
196	4	2	2	1	1	3	2	3	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	53 Introvert
197	1	1	1	2	2	1	1	3	2	2	1	1	2	1	1	1	2	3	2	1	2	2	1	2	2	1	3	2	51 Introvert
198	2	2	2	1	3	4	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	3	2	2	50 Introvert	
199	3	3	1	2	2	1	1	1	2	1	3	1	2	1	1	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	54 Introvert
200	1	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	3	57 Introvert
201	1	2	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	1	2	1	3	2	1	3	2	1	51 Introvert
202	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	47 Introvert
203	2	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	2	51 Introvert
204	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	3	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	45 Introvert
205	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	3	1	2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	1	4	53 Introvert	
206	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	4	41 Introvert
207	2	1	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	85 Ekstrovert
208	2	3	2	4	1	1	2	1	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	3	4	1	1	56 Ekstrovert

	No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	Jumlah								
209	208	3	4	2	2	1	4	1	3	2	3	1	4	3	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	3	1							
210	209	4	3	2	2	1	3	2	2	1	4	1	2	1	4	3	2	1	3	4	2	1	3	4	2	1	3	2	1	4	2	1						
211	210	2	3	2	4	2	4	1	3	1	2	1	4	2	4	1	4	4	3	2	2	1	2	2	1	2	2	3	1	1	4	3						
212	211	4	4	3	2	1	1	4	2	3	4	1	3	1	2	2	2	1	1	3	4	5	1	1	1	2	3	3	1	1	4	1						
213	212	3	1	3	2	3	2	1	1	2	2	2	1	4	2	2	1	4	3	2	2	1	4	3	2	4	2	3	4	2	4	2	1					
214	213	3	4	3	4	2	2	4	1	1	2	3	3	1	4	3	4	1	2	3	2	1	3	2	1	3	2	1	2	3	1	1						
215	214	3	2	4	2	3	1	2	2	2	4	1	1	2	2	4	3	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4					
216	215	3	1	1	3	3	2	1	2	4	2	1	4	1	1	2	3	1	3	3	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1					
217	216	3	1	1	3	2	1	2	1	1	4	2	1	2	1	2	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2				
218	217	2	2	1	5	1	2	1	2	1	1	1	2	4	3	3	1	1	1	2	3	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	2	1	2				
219	218	2	3	1	3	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	3	2	1	1	2	3	1	1	2	1	1	4	4	1	1	1	1	2	1	2			
220	219	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1		
221	220	4	4	3	2	4	1	1	2	1	2	1	2	1	4	3	4	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	1	1	
222	221	1	3	3	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	4	4	1	4	4	3	3	4	1	1	4	1	1	4	1	2	1	4	2	1	1	1	1	
223	222	4	3	3	1	2	2	3	3	4	1	2	1	1	1	3	4	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	
224	223	4	4	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	4	4	3	3	2	2	2	2	1	2	1	2	
225	224	4	2	3	1	1	1	4	3	1	1	2	1	1	2	1	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
226	225	1	1	2	2	2	1	2	4	1	2	1	1	2	3	4	2	4	2	3	4	3	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	
227	226	3	4	2	3	1	4	1	1	2	1	2	3	1	2	1	2	1	1	1	2	1	4	3	3	2	2	3	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2
228	227	3	1	2	2	1	3	2	2	1	4	4	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
229	228	3	2	3	2	1	4	3	4	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	4	2	5	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
230	229	3	4	2	2	4	1	1	2	2	4	3	1	2	1	1	3	2	1	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
231	230	3	4	3	2	3	2	1	2	2	3	4	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	3	2	4	4	2	4	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1

I	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	x30	Jumlah		
235	1	2	1	2	1	1	1	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	46	Introvert	
236	1	1	2	4	4	2	3	4	1	2	4	3	1	1	1	2	1	4	3	5	1	4	3	3	2	2	1	71	Introvert
237	4	2	3	1	4	3	1	1	3	1	2	1	3	4	3	2	1	2	1	3	3	2	4	1	1	1	2	67	Introvert
238	4	3	4	2	3	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	2	4	3	2	2	2	1	2	2	4	1	71	Introvert	
239	1	2	2	1	2	4	3	2	2	1	4	1	2	2	2	2	4	2	3	4	1	1	4	2	1	1	1	67	Introvert
240	2	3	1	3	3	4	2	4	2	1	2	1	1	2	4	2	1	1	2	1	1	2	4	1	1	3	4	70	Introvert
241	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	3	5	1	3	1	2	2	1	4	54	Introvert
242	4	4	3	2	4	2	2	2	1	1	2	1	2	1	4	3	3	1	1	2	4	3	2	4	2	1	1	76	Introvert
243	2	3	4	1	1	1	1	3	4	4	2	1	1	2	2	1	1	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	58	Introvert
244	2	2	1	1	2	4	2	2	1	4	2	3	1	1	4	3	1	2	2	4	2	3	1	2	4	4	1	73	Introvert
245	2	1	2	1	1	2	4	4	4	2	3	4	1	1	2	2	2	4	4	2	3	1	3	1	1	1	2	68	Introvert
246	2	3	4	4	1	1	2	2	1	1	2	2	2	3	3	3	2	3	1	1	1	1	2	4	4	2	1	67	Introvert
247	2	1	2	2	2	1	3	4	1	2	4	1	2	1	1	1	3	2	2	4	1	2	1	2	1	1	4	58	Introvert
248	1	4	1	1	3	3	4	2	2	3	2	1	2	1	2	2	3	4	1	1	2	1	2	3	2	4	1	63	Introvert
249	2	2	2	4	1	1	2	1	2	4	4	4	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	4	4	4	3	1	78	Introvert
250	4	1	1	3	2	2	2	3	3	1	1	1	2	1	4	4	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	60	Introvert
251	4	4	2	2	4	1	1	2	1	3	3	4	1	4	3	2	2	1	4	3	1	1	2	1	3	4	1	70	Introvert
252	3	1	1	2	3	2	1	4	3	2	4	1	2	3	2	4	1	3	5	4	2	4	1	1	4	1	1	72	Introvert
253	3	3	3	4	4	3	4	1	1	4	2	3	4	1	3	2	4	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	72	Introvert
254	4	2	2	2	2	4	2	3	3	1	2	1	1	2	4	1	2	2	1	2	4	1	3	1	1	1	2	64	Introvert
255	3	1	5	2	3	2	1	2	2	3	4	2	2	2	1	2	1	4	3	1	1	2	2	5	4	4	1	70	Introvert
256	2	2	1	3	4	2	2	2	3	4	3	2	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	1	2	67	Introvert
257	1	4	3	1	3	1	1	2	2	1	3	3	3	4	3	1	1	1	4	4	1	1	1	2	3	2	1	67	Introvert
258	2	3	2	2	1	4	3	3	3	2	3	1	2	2	1	2	2	4	3	2	2	2	2	3	1	1	1	70	Introvert
259	1	1	1	1	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	2	3	4	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	58	Introvert
260	2	1	3	3	4	2	2	1	1	1	4	3	3	4	2	2	2	2	1	1	1	4	2	2	3	4	1	69	Introvert

I	No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	
240	239	4	3	1	3	2	3	1	1	5	3	4	2	4	2	1	2	1	2	1	1	2	4	2	1	1	2	4	1	3
241	240	4	4	1	3	1	2	1	1	2	2	4	1	1	2	1	2	1	2	1	2	3	1	2	2	3	4	3	1	2
242	241	2	2	4	2	4	4	3	2	4	2	2	2	2	1	1	2	1	4	4	4	3	3	1	1	2	4	3	2	4
243	242	3	2	1	1	2	1	4	1	1	1	3	4	4	2	1	1	2	2	1	1	2	3	2	1	1	2	4	1	1
244	243	4	2	3	4	2	2	1	1	2	4	2	2	1	4	2	3	1	1	4	3	1	2	2	4	2	3	1	1	2
245	244	1	3	1	4	2	1	2	1	1	2	4	4	4	2	3	4	1	1	2	2	2	4	4	2	3	1	3	1	1
246	245	3	2	4	2	3	4	4	1	1	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	3	3	2	3	1	1	1	2	4	1
247	246	3	1	1	3	2	1	2	2	2	1	3	4	1	2	4	1	2	4	1	2	1	1	1	3	2	2	4	1	1
248	247	3	1	2	3	1	4	1	1	3	3	4	2	2	3	2	1	2	1	2	2	5	4	1	1	1	2	1	2	3
249	248	2	1	2	3	2	2	2	4	1	1	2	1	2	4	4	4	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	4	4	4
250	249	2	1	4	1	4	1	1	3	2	2	2	3	3	1	1	1	2	1	4	4	2	1	1	2	2	1	2	2	2
251	250	2	3	2	2	2	4	2	2	4	1	1	2	1	3	3	4	1	4	3	2	2	2	1	4	3	1	1	2	1
252	251	4	2	2	3	3	1	1	4	3	2	1	1	4	3	2	4	1	2	4	2	3	2	4	3	2	4	1	1	1
253	252	4	1	2	2	3	3	3	4	4	3	4	1	1	4	2	3	4	1	3	2	4	2	2	4	1	1	2	3	2
254	253	4	1	3	1	4	2	2	2	2	4	2	3	3	1	2	1	1	2	4	1	2	2	4	1	2	4	1	3	1
255	254	4	1	3	2	3	1	3	2	3	2	1	2	2	3	4	2	2	2	1	2	1	4	3	1	1	2	2	3	3
256	255	1	4	1	4	2	2	1	3	4	2	2	2	3	4	3	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4
257	256	4	3	1	4	1	4	3	1	3	1	1	2	2	2	1	3	3	4	3	1	1	1	4	4	1	1	1	1	2
258	257	2	3	4	3	2	3	2	2	1	4	3	3	3	2	3	1	2	2	1	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2
259	258	3	3	1	3	1	1	1	1	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	2	3	4	2	2	2	1	1	1	1	2
260	259	3	2	3	1	2	1	3	3	4	2	2	1	1	1	4	3	2	4	2	2	2	2	1	1	1	4	2	2	2
261	260	4	4	3	2	2	2	2	1	1	3	4	2	2	2	1	2	1	1	2	4	3	4	2	2	1	1	2	1	2
262	261	3	1	4	2	2	1	2	2	2	2	4	3	3	1	1	2	2	4	2	1	2	1	3	2	2	2	4	1	1
263	262	4	4	2	2	3	4	3	2	1	4	2	3	1	4	2	2	4	3	1	2	1	2	1	1	2	1	1	3	2
264	263	3	2	1	1	4	3	2	2	1	4	2	4	2	3	2	4	2	4	1	2	2	2	4	3	2	3	4	3	3
265	264	1	1	2	4	3	2	4	3	4	1	2	4	3	2	1	1	2	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	1	2

I	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	x30	Jumlah			
240	2	3	3	4	2	4	2	1	2	1	2	1	1	2	4	2	1	1	2	1	1	2	4	1	3	4	3	70	Introvert	
241	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	3	5	1	2	2	2	2	1	4	54	Introvert	
242	4	4	3	2	4	2	2	2	1	1	2	1	4	4	4	3	3	1	1	3	4	3	2	4	2	4	2	1	76	Introvert
243	2	1	4	1	1	1	3	4	4	2	1	1	2	2	1	1	2	3	5	2	1	1	1	1	3	3	2	1	58	Introvert
244	2	2	1	1	2	4	2	2	1	4	2	3	1	1	4	3	1	2	2	4	2	3	1	2	4	4	1	73	Introvert	
245	2	1	2	1	1	2	4	4	4	2	3	4	1	1	2	2	2	4	4	2	3	1	3	1	1	1	2	68	Introvert	
246	2	3	4	4	1	1	2	2	1	1	2	2	3	3	3	2	3	1	1	1	2	4	4	2	1	1	4	67	Introvert	
247	2	1	2	2	2	1	3	4	1	2	4	1	2	1	1	1	3	2	2	4	1	2	1	2	1	1	4	58	Introvert	



44	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	20	impulse
45	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	18	impulse
46	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	18	impulse
47	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	23	impulse
48	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	20	impulse
49	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	15	impulse
50	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	20	impulse
51	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	18	impulse
52	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	22	impulse
53	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	16	impulse
54	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	20	impulse
55	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	19	impulse
56	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	18	impulse
57	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	18	impulse
58	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	17	impulse
59	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	18	impulse
60	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	22	impulse
61	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	19	impulse
62	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	22	impulse
63	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	19	impulse
64	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	27	impulse
65	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	16	impulse
66	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	16	impulse

66	65	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
67	66	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
68	67	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0
69	68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0
70	69	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0
71	70	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0
72	71	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0
73	72	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0
74	73	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0
75	74	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1
76	75	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0
77	76	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0
78	77	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
79	78	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
80	79	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
81	80	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1
82	81	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1
83	82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1
84	83	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0
85	84	0	0	0	0	2	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1
86	85	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
87	86	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
88	87	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1

66	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	15	impulse	
67	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	19	impulse
68	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	18	impulse
69	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	21	impulse
70	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	18	impulse
71	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	22	impulse
72	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	18	impulse
73	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	22	impulse
74	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	19	impulse
75	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	16	impulse
76	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	15	impulse
77	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	17	impulse
78	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	impulse
79	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	impulse
80	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25	impulse
81	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
82	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1
83	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	24	impulse
84	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1
85	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1
86	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0
87	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1
88	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1

88	87	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1
89	88	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1
90	89	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1
91	90	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
92	91	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1
93	92	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1
94	93	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1
95	94	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1
96	95	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1
97	96	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1
98	97	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1
99	98	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
100	99	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
101	100	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1
102	101	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1
103	102	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1
104	103	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0
105	104	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0
106	105	1	1	1	1																

88	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	19	impulse
89	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	18	impulse
90	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	17	impulse
91	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	19	impulse
92	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	15	impulse
93	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	15	impulse
94	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	20	impulse
95	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	16	impulse
96	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	16	impulse
97	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	19	impulse
98	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	22	impulse
99	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	21	impulse
100	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	impulse
101	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	17	impulse
102	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	16	impulse
103	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	18	impulse
104	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	20	impulse
105	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	17	impulse
106	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	18	impulse
107	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	20	impulse
108	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	21	impulse
109	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	24	impulse
110	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25	impulse

110	109	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	
111	110	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1
112	111	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0
113	112	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0
114	113	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0
115	114	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1
116	115	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0
117	116	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0
118	117	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0
119	118	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
120	119	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0
121	120	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0
122	121	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1
123	122	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1
124	123	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1
125	124	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	2	1	0	0	1	1	1	0	1	1
126	125	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0
127	126	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0
128	127	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0
129	128	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1
130	129	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1
131	130	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
132	131	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1

110	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25	impulse	
111	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	impulse
112	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	17	impulse
113	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	17	impulse
114	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	15	impulse	
115	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	18	impulse	
116	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	19	impulse	
117	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	20	impulse	
118	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	18	impulse	
119	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	17	impulse	
120	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	16	impulse
121	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	18	impulse	
122	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	19	impulse
123	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	18	impulse
124	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	18	impulse
125	2	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	26	impulse	
126	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	21	impulse	
127	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	19	impulse	
128	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	19	impulse	
129	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	20	impulse	
130	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	20	impulse	
131	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	19	impulse	
132	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	26	impulse	

132	131	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1
133	132	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1
134	133	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0
135	134	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0
136	135	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0
137	136	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0
138	137	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0
139	138	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0
140	139	0	1	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1
141	140	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1
142	141	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1
143	142	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0
144	143	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1
145	144	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1
146	145	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
147	146	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1</											

132	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	20	impulse	
133	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	16	impulse	
134	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	18	impulse	
135	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	20	impulse	
136	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	17	impulse
137	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	19	impulse
138	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	impulse
139	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	21	impulse
140	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	17	impulse
141	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	impulse
142	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	20	impulse
143	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	16	impulse
144	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse
145	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	18	impulse
146	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	17	impulse
147	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	22	impulse
148	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	16	impulse
149	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	20	impulse
150	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	19	impulse
151	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse
152	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse
153	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	24	impulse
154	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse

155	154	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1
156	155	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1
157	156	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
158	157	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
159	158	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1
160	159	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1
161	160	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0
162	161	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0
163	162	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0
164	163	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0
165	164	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0
166	165	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0
167	166	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1
168	167	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1
169	168	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
170	169	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1
171	170	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1
172	171	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
173	172	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1
174	173	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
175	174	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
176	175	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
177	176	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1

155	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	impulse
156	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	16	impulse
157	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse
158	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	21	impulse
159	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	16	impulse
160	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	15	impulse
161	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	21	impulse
162	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	21	impulse
163	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	17	impulse
164	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	16	impulse
165	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	21	impulse	15	impulse
166	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	23	impulse
167	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	17	impulse
168	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse
169	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	impulse
170	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	impulse
171	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	impulse
172	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse
173	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	impulse
174	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	15	impulse
175	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse
176	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	16	impulse
177	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse

177	176	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0
178	177	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1
179	178	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
180	179	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1
181	180	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
182	181	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
183	182	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0
184	183	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0
185	184	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1
186	185	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
187	186	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1
188	187	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1
189	188	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
190	189	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
191	190	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0</							

177	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse
178	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	21	impulse
179	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	18	impulse
180	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	22	impulse
181	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	19	impulse
182	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	17	impulse
183	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	16	impulse
184	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	15	impulse
185	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	17	impulse
186	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	20	impulse
187	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	16	impulse
188	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	14	Non
189	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	13	Non
190	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	14	Non
191	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	12	Non
192	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	13	Non
193	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	12	Non
194	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	12	Non
195	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	14	Non
196	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	12	Non
197	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	13	Non
198	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	10	Non
199	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	Non

199	198	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
200	199	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0
201	200	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
202	201	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1
203	202	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1
204	203	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1
205	204	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1
206	205	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0
207	206	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1
208	207	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0
209	208	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0
210	209	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1
211	210	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
212	211	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1
213	212	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1
214	213	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1
215	214	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1
216	215	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0
217	216	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
218	217	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
219	218	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0
220	219	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
221	220	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1

199	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	11	Non	
200	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	9	Non
201	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	13	Non
202	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	9	Non
203	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	14	Non
204	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	14	Non
205	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	13	Non
206	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	14	Non
207	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	14	Non
208	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	13	Non
209	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	13	Non
210	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	12	Non
211	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	13	Non
212	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	10	Non
213	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	14	Non
214	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	12	Non
215	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	10	Non
216	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	10	Non
217	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	12	Non
218	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	14	Non
219	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	12	Non
220	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	13	Non
221	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	11	Non

221	220	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1
222	221	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0
223	222	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1
224	223	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1
225	224	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0
226	225	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1
227	226	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1
228	227	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0
229	228	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1
230	229	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1
231	230	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1
232	231	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0
233	232	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0
234	233	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
235	2																					

221	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	14	Non
222	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	14	Non
223	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	13	Non
224	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	12	Non
225	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	13	Non
226	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	14	Non
227	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	10	Non
228	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	13	Non
229	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	13	Non
230	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	12	Non
231	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	Non
232	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	12	Non
233	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	11	Non
234	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	14	Non
235	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	13	Non
236	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	12	Non
237	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	14	Non
238	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	14	Non
239	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	10	Non
240	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	14	Non
241	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	14	Non
242	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	13	Non
243	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	14	Non

244	243	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0
245	244	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
246	245	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0
247	246	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0
248	247	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
249	248	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
250	249	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1
251	250	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1
252	251	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
253	252	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
254	253	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0
255	254	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0
256	255	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
257	256	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
258	257	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0
259	258	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0
260	259	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0
261	260	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0
262	261	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0
263	262	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0
264	263	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
265	264	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1

244	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	12	Non
245	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	10	Non
246	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	11	Non
247	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	9	Non
248	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	Non
249	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	14	Non
250	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	12	Non
251	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	12	Non
252	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	9	Non
253	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	12	Non
254	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	10	Non
255	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	11	Non
256	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	14	Non
257	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	13	Non
258	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	14	Non
259	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	13	Non
260	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	11	Non
261	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	14	Non
262	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	13	Non
263	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	9	Non
264	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	12	Non
265	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	11	Non



**LAMPIRAN II**

**Uji Reliabilitas *Impulsive Buying***

## Reliability

### Scale: *Impulsive Buying*

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	264	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	264	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	30

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
IB1	3.12	.975	264
IB2	3.10	1.051	264
IB3	2.86	1.064	264
IB4	2.53	.947	264
IB5	2.48	1.002	264
IB6	2.75	.992	264
IB7	2.49	.967	264
IB8	2.83	.988	264
IB9	2.86	1.106	264
IB10	2.97	1.148	264
IB11	3.08	1.072	264
IB12	2.67	.971	264
IB13	2.46	1.123	264
IB14	2.58	1.010	264
IB15	2.60	.997	264
IB16	2.81	1.062	264
IB17	2.53	.959	264
IB18	2.60	1.163	264
IB19	2.70	.955	264
IB20	2.85	1.070	264
IB21	3.02	1.082	264
IB22	2.69	1.010	264
IB23	2.78	1.077	264
IB24	2.66	1.016	264

IB25	2.77	1.105	264
IB26	2.94	1.276	264
IB27	2.53	1.028	264
IB28	3.06	1.082	264
IB29	2.84	.975	264
IB30	2.80	1.009	264

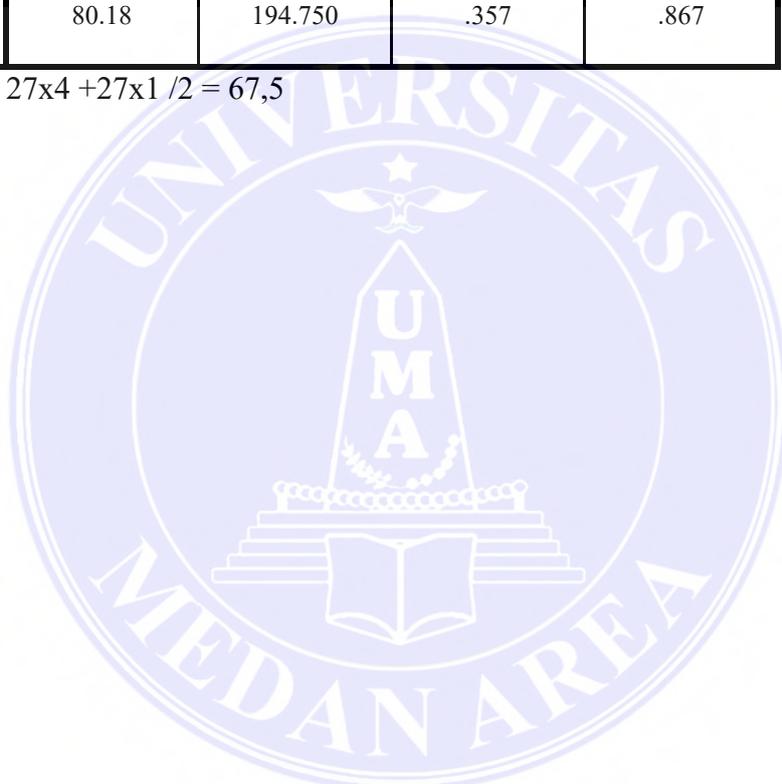


**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
<b>IB1</b>	<b>79.86</b>	<b>200.187</b>	<b>.170</b>	<b>.871</b>
IB2	79.88	194.507	.349	.867
IB3	80.13	195.000	.326	.868
IB4	80.45	198.903	.326	.870
<b>IB5</b>	<b>80.50</b>	<b>198.198</b>	<b>.235</b>	<b>.870</b>
IB6	80.23	191.387	.490	.864
IB7	80.49	194.205	.397	.866
IB8	80.15	190.312	.534	.863
IB9	80.13	192.688	.388	.866
IB10	80.01	191.874	.397	.866
IB11	79.90	187.055	.601	.861
IB12	80.31	194.937	.367	.867
<b>IB13</b>	<b>80.53</b>	<b>196.805</b>	<b>.247</b>	<b>.870</b>
IB14	80.41	195.452	.331	.867
IB15	80.39	195.820	.323	.868
IB16	80.17	190.312	.491	.863
IB17	80.45	194.211	.400	.866
IB18	80.39	192.869	.360	.867
IB19	80.29	194.434	.394	.866
IB20	80.13	192.001	.428	.865
IB21	79.96	189.337	.515	.863
IB22	80.29	193.782	.392	.866

IB23	80.20	191.836	.430	.865
IB24	80.33	194.844	.351	.867
IB25	80.22	190.816	.452	.864
IB26	80.05	189.750	.411	.866
IB27	80.46	193.671	.388	.866
IB28	79.92	186.872	.601	.861
IB29	80.15	189.267	.582	.862
IB30	80.18	194.750	.357	.867

$$30 - 3 = 27 \times 4 + 27 \times 1 / 2 = 67,5$$





### NPar Tests

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>impulsive buying</i>
N		264
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	73.90
	Std. Deviation	13.441
Most Extreme Differences	Absolute	.192
	Positive	.075
	Negative	-.192
Kolmogorov-Smirnov Z		3.114
Asymp. Sig. (2-tailed)		141
a. Test distribution is Normal.		

--	--

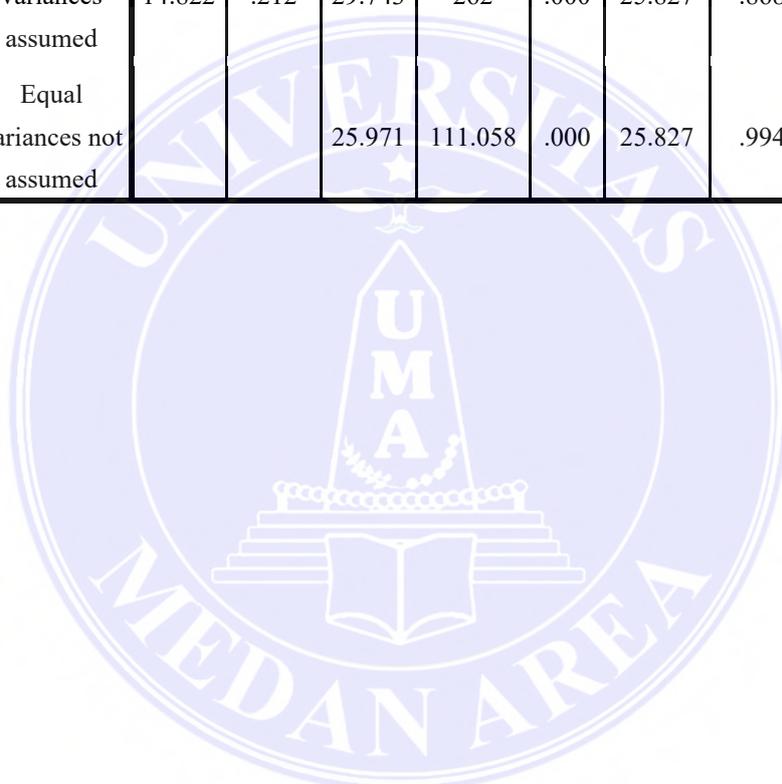
### T-Test

#### Group Statistics

tipe		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
<i>impulsive buying</i>	Ekstrovert	186	76.53	5.674	.416
	Introvert	78	55.71	7.977	.903

### Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
<i>impulsive buying</i>	Equal variances assumed	14.822	.212	29.743	262	.000	25.827	.868	24.117	27.537
	Equal variances not assumed			25.971	111.058	.000	25.827	.994	23.857	27.798





### LAMPIRAN SCREENING KEPERIBADIAN EKSTROVERT-INTROVERT

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya sangat tertarik melakukan beberapa kegiatan secara bersamaan.		
2	Saya mudah berubah pikiran.		
3	Saya tertarik pada aktivitas yang beresiko dan berbahaya.		
4	Saya cenderung tertawa lebih keras dibandingkan orang disekitar saya.		
5	Saya menyukai kegiatan diluar daripada berdiam diri dirumah.		
6	Saya dapat menyesuaikan diri dan bergaul dengan baik dilingkungan baru yang belum saya kenal.		
7	Bila ada seorang teman yang mengajak saya bermain, saya akan langsung ikut meskipun saya memiliki banyak tugas yang harus diselesaikan.		
8	Jika saya tidak menyukai sesuatu, saya akan jujur mengatakannya.		
9	Saya akan mengambil tindakan apapun yang terlintas dalam pikiran saya pada saat itu.		
10	Saya tertarik untuk mengikuti kegiatan di kampus maupun diluar kampus.		
11	Saya berani membuat keputusan baru meskipun ada resiko yang terlibat.		
12	Saya sering melakukan sesuatu tanpa perencanaan sebelumnya.		
13	Saya merasa mudah untuk mengekspresikan ketidaknyamanan saya kepada teman dan keluarga.		

**LAMPIRAN SCREENING IMPULSIVE BUYING**

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Saya terbiasa melakukan pembelian secara impulsif		
2	Saya tertarik membeli barang jika ada diskon		
3	Saya menjadi bersemangat melakukan pembelian jika melihat sesuatu yang menarik ditoko		
4	Saya hanya akan membeli barang sesuai dengan perencanaan saya.		
5	Saya membeli barang terkadang tidak sesuai rencana saya		
6	Saya tidak dapat mengontrol emosi saya saat ingin membeli suatu barang		
7	Saya membandingkan beberapa merk berbeda sebelum membeli suatu barang		
8	Saya merasa terpengaruh dengan potongan harga jika barang tersebut tidak ada dalam daftar belanjaan saya		
9	Mendapatkan barang dengan harga diskon memberikan kepuasan tersendiri bagi saya		
10	Suasana toko yang menarik akan membuat saya semakin senang untuk membeli barang		
11	Terkadang saya membeli suatu barang hanya karena menyukai, bukan karena suatu kebutuhan		
12	Saya merasa puas dapat memperoleh barang yang saya inginkan		
13	Saya tidak ada perasaan menyesal dengan barang yang sudah dibeli		
14	Sebelum saya membeli barang, saya tidak berpikir dua kali apakah saya memerlukan barang itu atau tidak		

15	Saya lebih memprioritaskan berbelanja daripada menabung		
16	Saya hanya membeli barang yang saya sukai, bukan yang dibutuhkan		
17	Saya tidak mampu menunda pembelian jika barang tersebut menarik perhatian saya		
18	Saya tidak berpikir secara matang pada saat berbelanja dimanapun		
19	Saya tidak berpikir panjang ketika memutuskan untuk berbelanja		
20	Saya sering membeli barang tanpa memikirkan resiko yang terjadi kedepannya		
21	Saya senang mengikuti tren mode yang sedang berlangsung		
22	Terkadang saya menggunakan uang simpanan untuk berbelanja suatu barang yang saya inginkan		
23	Saya akan selalu melakukan pembelian secara spontan, walaupun suasana hati saya sedang tidak baik		
24	Apabila melihat barang yang bagus dan menarik ditoko manapun, saya akan selalu membelinya		
25	Saya tidak dapat mengontrol emosi saya saat sedang berbelanja		
26	Saya merasa tidak baik-baik saja ketika saya belum bisa membeli barang yang saya inginkan		
27	Saya kesulitan untuk melewati barang yang menarik yang saya temui tanpa harus membelinya		
28	Terkadang saya membeli barang tanpa alasan yang tepat		
29	Sulit bagi saya untuk melewati barang yang menawarkan promo seperti " <i>Buy One Get One</i> "		

## LEMBAR KUESIONER

### SKALA *IMPULSIVE BUYING*

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya terbiasa melakukan pembelian secara impulsif				
2	Saya tertarik membeli barang jika ada diskon				
3	saya menjadi bersemangat melakukan pembelian jika melihat sesuatu yang menarik di toko				
4	saya hanya akan membeli barang sesuai dengan rencana saya				
5	saya dapat mengontrol emosi saya saat ingin membeli suatu barang				
6	saya membandingkan beberapa merk berbeda sebelum membeli suatu barang				
7	saya merasa tidak terpengaruh dengan potongan harga jika barang tersebut tidak ada dalam daftar belanja saya				
8	mendapatkan barang dengan harga diskon memberikan kepuasan tersendiri bagi saya				
9	suasana toko yang menarik akan membuat saya semakin senang untuk membeli barang				
10	Terkadang saya membeli suatu barang hanya karena suka, bukan karena suatu kebutuhan				
11	Saya merasa puas dapat memperoleh barang yang saya inginkan				
12	Saya tidak ada perasaan menyesal dengan barang yang sudah dibeli				
13	Sebelum saya membeli barang, saya selalu berpikir dua kali apakah saya memerlukan barang itu atau tidak				
14	Saya lebih memprioritaskan menyimpan uang ditabungan saya daripada berbelanja				

15	Saya mampu menunda pembelian barang yang menarik perhatian saya				
16	Saya selalu berpikir matang saat berbelanja dimanapun				
17	Saya tipe orang yang merencanakan pengeluaran sebelumnya saat berbelanja				
18	Saya tidak berpikir panjang ketika memutuskan untuk berbelanja				
19	Saya sering membeli barang tanpa berpikir lebih matang terlebih dahulu.				
20	Saya senang mengikuti tren mode yang sedang berlangsung				
21	Saya senang mengikuti mode yang sedang tren				
22	Terkadang saya menggunakan uang simpanan untuk berbelanja suatu barang yang saya inginkan				
23	Saya tidak akan melakukan pembelian secara spontan, walaupun hati saya senang				
24	Apabila melihat barang yang bagus dan menarik di toko manapun, saya berpikir ulang untuk membelinya				
25	Saya dapat mengontrol emosi saya saat sedang berbelanja				
26	Saya merasa baik-baik saja ketika saya belum bisa membeli barang yang saya inginkan				
27	Saya kesulitan untuk melewati barang yang menarik yang saya temui tanpa harus membelinya				
28	Terkadang saya membeli barang tanpa alasan yang tepat				
29	Sulit bagi saya untuk melewati barang yang menawarkan promo "Buy One Get One"				



**LAMPIRAN V**

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
Kampus I : Jalan Kolan Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Sefiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

---

Nomor : 1213/UMA/B/01.7/VII/2023 07 Juli 2023  
Lamp. : 1 (satu) Berkas  
Hal : Izin Penelitian Dan Pengambilan Data

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Medan Area  
di - M e d a n

Dengan hormat,

Sesuai dengan surat Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Fakultas Psikologi Universitas Medan Area nomor 1491/FPSP/01.10/VII/2023 tertanggal 03 Juli 2023 perihal Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir di Universitas Medan Area oleh mahasiswa :

Nama : Syifa Aprilia Andary Daulay  
No. Pokok Mahasiswa : 198600163  
Program Studi : Ilmu Psikologi  
Fakultas : Psikologi

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan melaksanakan pengambilan data di Lingkungan Universitas Medan Area, untuk menunjang tugas akhir dengan judul Skripsi “Perbedaan Kepribadian Ekstrovert-Introvert Pada Kecenderungan *Impulsive Buying* Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area.” Dengan tetap mengikuti protokol Covid-19.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wakil Rektor Bidang Pengembangan  
Sistem dan Administrasi Keuangan,  
  
Dr. Ir. Suswati, MP

**Tembusan :**  
1. Mahasiswa Ybs  
2. File





# UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolang Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

---

### SURAT KETERANGAN

Nomor : 1360/UMA/B/01.7/VII/2023

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

**Nama** : Syifa Aprilia Andary Daulay  
**No. Pokok Mahasiswa** : 198600163  
**Fakultas** : Psikologi

Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area pada tanggal 03 sd 10 Juli 2023 dengan Judul skripsi judul “Perbedaan Kepribadian *Ekstrovert-Introvert* Pada Kecenderungan *Impulsive Buying* Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area”.

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Psikologi.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 24 Juli 2023.  
An Rektor,  
Wakil Rektor Bidang Pengembangan SDM dan  
Administrasi Keuangan,



An. M. Suswati, MP

Tembusan :  
- Mahasiswa Ybs  
- File

