

HALAMAN MOTTO

“Upgrade your life in silence”

“Life is better when nobody know what your are doing”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, kekuatan, dan hidayah yang telah diberikan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sebagai bentuk rasa hormat, kasih sayang, dan terima kasih yang mendalam, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada :

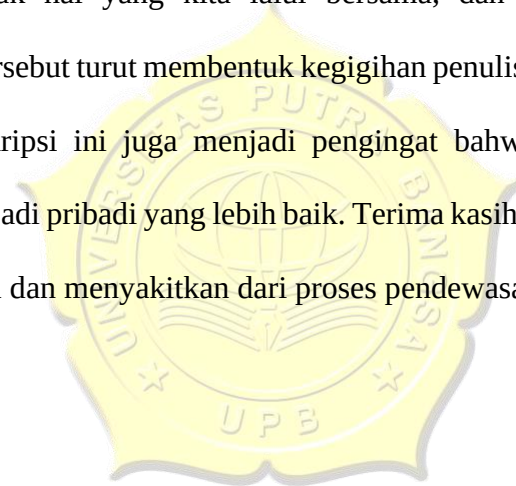
1. Paling istimewa untuk Ibu, satu-satunya orang tua yang penulis miliki hingga saat ini. Sosok paling berjasa yang selalu mengusahakan segalanya agar anak tunggal perempuannya ini dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya, meskipun Ibu sendiri tidak menyelesaikan pendidikan tingkat dasar. Terima kasih atas segala motivasi, doa, dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah ikhtiar penulis untuk menjadi pribadi yang berpendidikan. Terima kasih atas kasih sayang tanpa batas, serta kesabaran dan pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup penulis untuk terus maju. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan, inspirasi, serta pelita yang tak pernah padam. Skripsi ini adalah wujud kecil dari segala harapan dan perjuangan yang telah kita jalani bersama. Semoga karya ini menjadi kebanggaan bagi Ibu, sebagaimana Ibu telah menjadi kebanggaan terbesar dalam hidup penulis.
2. Dosen pembimbing, Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E.,M.M. Terima kasih atas waktu, kesabaran, dan arahan selama proses membimbing penulis hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik dan tepat waktu, dan terima kasih untuk kritik, saran dan motivasi yang membangun.
3. Teman terima kasih telah menjadi teman seperjuangan yang selalu memberi support system luar biasa. Terima kasih atas setiap canda tawa, cerita konyol,

dan semangatnya yang membuat proses pengerjaan skripsi yang melelahkan ini jadi terasa jauh lebih ringan, semoga pencapaian ini menjadi awal dari keberhasilan-keberhasilan lain untuk kita semua ke depannya.

4. Untuk Seseorang yang Istimewa, seseorang yang selalu hadir dan menjadi bagian dari perjalanan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, tempat berkeluh kesah, sekaligus menjadi salah satu sumber semangat ketika saya merasa lelah dan ingin menyerah. Terima kasih atas kesabaran dalam menghadapi segala keluh kesah, atas perhatian yang diberikan, atas waktu yang diluangkan, serta atas dukungan yang selalu hadir di tengah proses panjang penyelesaian skripsi ini. Mungkin tidak semua bantuan dan dukunganmu terlihat secara langsung dalam lembaran skripsi ini, tetapi saya menyadari bahwa keberadaanmu telah memberikan arti tersendiri dalam perjalanan saya. Semoga kita sama-sama dapat terus bertumbuh menjadi pribadi yang lebih baik, saling mendukung dalam mengejar cita-cita, dan mampu melewati setiap proses kehidupan dengan cara terbaik. Terima kasih telah menjadi salah satu bagian terindah dalam perjalanan saya hingga sampai pada titik ini.
5. Kepada diri sendiri, apresiasi sebesar besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit untuk dapat bertahan sampai dititik ini, terima kasih untuk tetap memilih hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering ragu, lelah dan ingin menyerah. Terima kasih karena tetap melanjutkan, walau sering kali tidak tahu pasti kemana arah ini akan membawa. Terima kasih sudah berani memilih untuk mencoba, memilih untuk

belajar, memilih untuk menerima dan mensyukuri apa yang sudah ditakdirkan. Semoga langkah dari kakimu selalu diperkuat, dikelilingi oleh orang – orang baik serta mimpimu satu i persatu akan terjawab. Terima kasih Rizky Ardianto kamu hebat sudah sejauh ini dan aku bangga dengan diri sendiri, berbahagialah.

6. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seseorang yang pernah hadir dalam perjalanan hidup penulis. Meskipun tidak lagi bersama kehadirannya pernah memberikan warna, pelajaran dan kebahagiaan yang turut menguatkan penulis. Banyak hal yang kita lalui bersama, dan tanpa penulis sadari pengalaman tersebut turut membentuk kegigihan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini juga menjadi pengingat bahwa penulis akan terus berproses menjadi pribadi yang lebih baik. Terima kasih sudah menjadi bagian menyenangkan dan menyakitkan dari proses pendewasaan penulis.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, khususnya pada platform social commerce seperti TikTok Shop yang menggabungkan konten hiburan dengan aktivitas transaksi jual beli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh time pressure, shoppertainment, dan engagement rate konten terhadap impulsive buying decision pada pengguna TikTok Shop di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner secara daring. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna TikTok Shop di Kabupaten Kebumen yang pernah melakukan pembelian impulsif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan snowball sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, ketiga variabel independen yaitu time pressure, shoppertainment, dan engagement rate konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap impulsive buying decision. Variabel shoppertainment ditemukan sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian impulsif, diikuti oleh variabel time pressure dan engagement rate konten. Secara simultan, ketiga variabel tersebut bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap impulsive buying decision dengan kontribusi sebesar 46,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Penelitian ini memberikan implikasi teoritis berupa penguatan teori Stimulus-Organism-Response (SOR) dalam konteks social commerce, serta implikasi praktis bagi pelaku usaha untuk mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis time pressure, shoppertainment, dan engagement rate konten dalam mendorong keputusan pembelian impulsif konsumen. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku belanja impulsif sehingga dapat lebih bijak dalam bertransaksi di platform digital.

Kata Kunci: Time Pressure, Shoppertainment, Engagement Rate Konten, Impulsive Buying Decision, TikTok Shop, Social Commerce.

ABSTRACT

The development of digital technology has brought significant changes in consumer behavior, particularly on social commerce platforms such as TikTok Shop which combines entertainment content with buying and selling transaction activities. This study aims to analyze the influence of time pressure, shoppertainment, and content engagement rate on impulsive buying decisions among TikTok Shop users in Kebumen Regency. This study employs a quantitative approach with a survey method through online questionnaire distribution. The population of this study is TikTok Shop users in Kebumen Regency who have made impulsive purchases. The sampling technique used purposive sampling and snowball sampling with a total sample of 96 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS program. The results showed that partially, the three independent variables, namely time pressure, shoppertainment, and content engagement rate, have a positive and significant influence on impulsive buying decisions. Shoppertainment was found to be the most dominant factor influencing impulsive purchase decisions, followed by time pressure and content engagement rate. Simultaneously, these three variables together have a significant influence on impulsive buying decisions with a contribution of 46.1%, while the remainder is influenced by other variables outside the research model. This study provides theoretical implications in the form of strengthening the Stimulus-Organism-Response (SOR) theory in the context of social commerce, as well as practical implications for business actors to optimize marketing strategies based on time pressure, shoppertainment, and content engagement rate in encouraging consumer impulsive buying decisions. For consumers, this research is expected to increase awareness of the factors that influence impulsive shopping behavior so that they can be wiser in transacting on digital platforms.

Keywords: Time Pressure, Shoppertainment, Content Engagement Rate, Impulsive Buying Decision, TikTok Shop, Social Commerce.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Analisis Time Pressure, Shoppertainment, dan Engagement Rate Konten terhadap Impulsive Buying Decision di TikTok Shop**" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S1) pada Program Studi Manajemen, Universitas Putra Bangsa.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M. Universitas Putra Bangsa, yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Sigit Wibawanto, S.E., M.M. yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, masukan, serta arahan yang sangat berharga sejak awal hingga terselesaikannya skripsi ini.

4. Bapak/Ibu Dosen Penguji, yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Program Studi Manajemen S1 Universitas Putra Bangsa, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta, serta keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan moral, material, dan kasih sayang yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
7. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, yang telah memberikan semangat, motivasi, dan kebersamaan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini, tanpa partisipasi mereka penelitian ini tidak akan terselesaikan.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1. Tinjauan Teori	11

2.1.1.	Impulsive Buying	11
2.1.2.	Time Presssure	17
2.1.3.	Shoptertainment	23
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3.	Hubungan Antar Variabel	41
2.4.	Model Empiris	44
2.5.	Hipotesis	44
BAB III		46
METODE PENELITIAN		46
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	46
3.2.	Variabel Penelitian	46
3.3.	Definisi Operasional Variabel	46
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data	50
3.6.	Populasi dan Sampel	52
3.7.	Teknik Analisis.....	54
BAB IV		62
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		62
4.2.	Analisis Deskriptif.....	64
4.3.	Analisis Statistik.....	66
4.4.	Pembahasan	76
BAB V		79
SIMPULAN		79
5.1.	Simpulan.....	79
5.1.	Keterbatasan	80

5.2. Implikasi	82
5.3.1 Implikasi Praktis	82
5.3.2 Implikasi Teoritis	83
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3 1 Indicator dan Distribusi Variabel Impulsive Buying.....	47
Tabel 3.2 Time Pressure	48
Tabel 3.3 Shoppertainment	48
Tabel 3 4 Engegament Rate Konten	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Usia Responden	65
Tabel 4.3 Tabel Pekerjaan	65
Tabel 4.4 Pembelian Impulsive	65
Tabel 4.5 Tabel uji validitas	66
Tabel 4.6 Uji Reabilitas	68
Tabel 4 7 Uji Multikonlinearitas.....	69
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastitas	70
Tabel 4.9 Uji Normalitas	71
Tabel 4 10 Analisis Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.11 Uji T.....	73
Tabel 4 12 Uji f	75
Tabel 4.13 Koefisiensi Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Empris.....	44
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN.....	89
Lampiran 1	89
KUESIONER PENELITIAN.....	89
Lampiran 2 Data Responden.....	93
Lampiran 3 Data Kuesioner Tabulasi	95
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	101
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas.....	107
Lampiran 7.....	110
Uji Analisis Linear Berganda.....	110
Lampiran 8 Tabel r.....	111
Lampiran 9 Tabel t.....	1
Lampiran 10 Tabel f.....	3
Lampiran 11 Kartu Konsultasi Skripsi.....	2
Lampiran 12 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi	3