

HALAMAN MOTTO

“Bahwa sesuatu yang sulit tidaklah membuat kita takut; kita takut karena kita menganggapnya sulit.” - Seneca



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibu saya, Ibu Sri Hartati tersayang yang menjadi cahaya kehidupan penulis, menjadi sosok yang bersedia dengan sukarela memberikan dunianya demi memastikan anaknya baik-baik saja. Terimakasih atas segala motivasi, pesan, do'a, nasihat, dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah dan usaha anakmu untuk menjadi seseorang yang berpendidikan. Terimakasih atas segala kasih sayang tanpa batas yang tak pernah lekang oleh waktu, atas kesabaran dan pengorbanan yang mengiringi perjalanan hidup saya, terimakasih telah menjadi sumber kekuatan, inspirasi, dan pelita yang tak pernah padam dalam setiap langkah yang saya tempuh. Semoga Allah SWT senantiasa mengelilingi ibu dengan kebahagiaan, senyuman, dan segala hal baik dimanapun dan kapanpun berada.
2. Bapak saya, Bapak Safrudin sosok kuat yang telah berjuang dengan sangat keras selama ini. Terimakasih atas setiap cucuran keringat dan semua kerja keras yang engkau tukarkan menjadi nafkah yang menjadi penghidupan sehingga anakmu dapat mengenyam pendidikan sampai tingkat ini. Terimakasih telah menjadi sosok laki-laki yang bertanggung jawab penuh terhadap keluarganya. Semoga Allah SWT senantiasa mengelilingi bapak dengan semua hal baik dimanapun dan kapanpun bapak berada.

3. Ibu Tuti Zakiyah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak berjasa dalam proses penelitian ini, serta memberikan bimbingan, arahan, dorongan, dan nasehat yang berharga bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Seluruh bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan mendidik saya selama ini dengan penuh sabar dan ikhlas. Sehingga ilmu yang telah didapatkan selama ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat.
5. Teman-teman seperjuangan yang berjuang dengan semangat yang sama dalam menyelesaikan pendidikan dan skripsi selama ini, senang dapat bertemu kalian di perjalanan ini.
6. Terakhir, kepada diri yang telah berjuang dan bertahan menghadapi semua tantangan serta keadaan yang diberikan oleh alam semesta. Terimakasih sudah berani melangkah sejauh ini, walau seringkali pengharapan tidak sesuai dengan realita, namun tetap mau berusaha dan tidak lelah mencoba hal-hal baik selama ini. Semoga dengan iringan do'a yang selalu dirimu dilangitkan, Allah SWT berkenan mewujudkan semua niat baikmu suatu saat nanti serta membanggakan kedua orang tua.

ABSTRAKSI

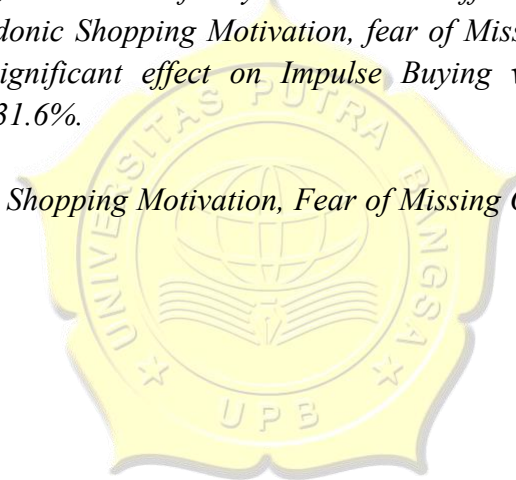
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, *Fear of Missing Out*, dan *Ease of Payment* terhadap *Impulse Buying* pada pengguna TikTok Shop di Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kebumen dan teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan bantuan kuesioner. Sikap responden diukur dengan skala *Likert* 4. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji koefisien determinasi, dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program *SPSS for Windows* versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Hedonic Shopping Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Fear of Missing Out* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*, dan *Ease of Payment* tidak berpengaruh terhadap *Impulse Buying*. Secara simultan *Hedonic Shopping Motivation*, *fear of Missing Out*, dan *Ease of Payment* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* dengan nilai koefisien determinasi sebesar 31,6%.

Kata kunci: *Hedonic Shopping Motivation*, *Fear of Missing Out*, *Ease of Payment*, *Impulse Buying*.

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of Hedonic Shopping Motivation, Fear of Missing Out, and Ease of Payment on Impulse Buying of TikTok Shop users in Kebumen. The population in this study were people in Kebumen and the sampling technique used was purposive sampling with 100 respondents. The data used in this study were primary data, obtained from the results of respondents' answers collected with the help of a questionnaire. Respondents' attitudes were measured using a Likert scale of 4. Data analysis used was validity test, reliability test, classical assumption test, hypothesis test, coefficient of determination test, and multiple linear regression analysis using the SPSS for Windows version 22 program. The results showed that: Hedonic Shopping Motivation had a significant effect on Impulse Buying, Fear of Missing Out had a significant effect on Impulse Buying, and Ease of Payment had no effect on Impulse Buying. Simultaneously, Hedonic Shopping Motivation, fear of Missing Out, and Ease of Payment have a significant effect on Impulse Buying with a determination coefficient value of 31.6%.

Keywords: Hedonic Shopping Motivation, Fear of Missing Out, Ease of Payment, Impulse Buying.



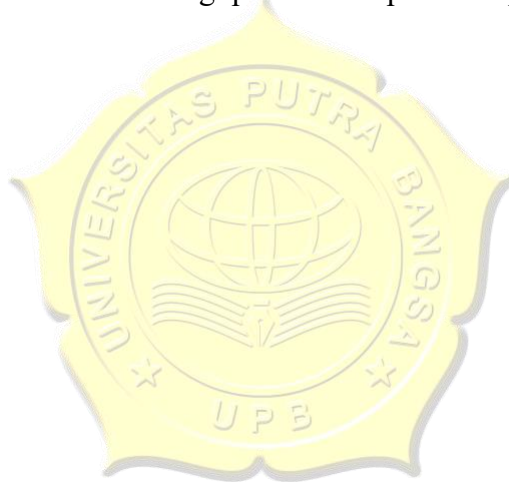
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, FEAR OF MISSING OUT*, DAN *EASE OF PAYMENT* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP (Studi Pada Pengguna TikTok Shop di Kabupaten Kebumen)”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Universitas Putra Bangsa Kebumen. Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik atas bantuan, bimbingan, serta kerjasama dari berbagai pihak yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan fasilitas yang memadai guna membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Tuti Zakiyah, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penulisan skripsi.
3. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
4. Kedua orang tua tercinta (Bapak Safrudin dan Ibu Sri Hartati) yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dalam bentuk apapun, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan dijauhkan dari segala hal tidak baik setiap saat.

5. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman angkatan, terutama kelas reguler B angkatan 2021 yang senantiasa memberikan warna tersendiri pada hari-hari penulis sehingga terasa menyenangkan.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan maupun kesalahan. Namun dengan segala keterbatasan tersebut, penulis berharap skripsi ini tetap dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Manfaat Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1. Tinjauan Teori.....	19
2.1.1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	19

2.1.2.	<i>Impulse buying</i>	20
2.1.2.	<i>Hedonic Shopping Motivation</i>	26
2.1.3.	<i>Fear of Missing Out</i>	30
2.1.4.	<i>Ease of Payment</i>	34
2.2.	Penelitian Terdahulu	37
2.3.	Hubungan Antar Variabel	54
2.4.	Model Empiris.....	56
2.5.	Hipotesis.....	57
BAB III METODE PENELITIAN		58
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	58
3.2.	Variabel Penelitian	58
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	59
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	63
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.6.	Populasi dan Sampel	67
3.7.	Teknik Analisis	69
3.7.1.	Analisis Deskriptif	69
3.7.2.	Analisis Statistik	70
3.8.	Analisis Data	70
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		79
4.1.	Analisis Deskriptif	79
4.2.	Analisis Statistik	85
4.3.	Pembahasan.....	98
BAB V SIMPULAN		103
5.1.	Simpulan	103

5.2. Keterbatasan.....	104
5.3. Implikasi.....	105
5.3.1 Implikasi Praktis	105
5.3.2 Implikasi Teoritis	107
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	117



DAFTAR TABEL

Tabel 1 - 1 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak.....	2
Tabel 1 - 2 Rata-Rata Waktu yang Dhabiskan di TikTok.....	3
Tabel 2 - 1 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 3 - 1 Indikator dan Distribusi Variabel Impulse Buying.....	60
Tabel 3 - 2 Indikator dan Distribusi Variabel Hedonic Shopping Motivation.....	61
Tabel 3 - 3 Indikator dan Distribusi Variabel Fear of Missing Out	62
Tabel 3 - 4 Indikator dan Distribusi Variabel Ease of Payment	63
Tabel 4 - 1 Karakteristik Responden.....	80
Tabel 4 - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	81
Tabel 4 - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
Tabel 4 - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
Tabel 4 - 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
Tabel 4 - 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran/Bulan	84
Tabel 4 - 7 Hasil Uji Validitas Variabel Hedonic Shopping Motivation.....	86
Tabel 4 - 8 Hasil Uji Validitas Variabel Fear of Missing Out	86
Tabel 4 - 9 Hasil Uji Validitas Variabel Ease of Payment.....	87
Tabel 4 - 10 Hasil Uji Validitas Variabel Impulse Buying.....	88
Tabel 4 - 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	88
Tabel 4 - 12 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4 - 13 Hasil Uji Multikolinearitas	90
Tabel 4 - 14 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	92
Tabel 4 - 15 Hasil Uji Parsial (Uji t)	94
Tabel 4 - 16 Hasil Uji Simultan (Uji F)	96
Tabel 4 - 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 - 1 Model Empiris	56
Gambar 4 - 1 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	117
Lampiran II Data Responden	122
Lampiran III Tabulasi Data Kuesioner	129
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	133
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	137
Lampiran VI Hasil Uji Asumsi Klasik.....	138
Lampiran VII Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	139
Lampiran VIII Uji Hipotesis	140
Lampiran IX Tabel r.....	141
Lampiran X Tabel t	144
Lampiran XI Tabel F.....	147
Lampiran XII Kartu Konsultasi Skripsi	150
Lampiran XIII Kartu Peserta Seminar	151

