

**ONLINE IMPULSE BUYING;
FACTORS EFFECT OF IMPULSIVE SYSTEM STIMULI AND
ORGANISM**

(Studi Empiris : Konsumen yang Berbelanja di Social Commerce)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Siska Maryunitasari
Nim : 19414931
Program Studi : Manajemen

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Online Impulse Buying; Factors Effect of Impulsive System Stimuli and Organism
Nama : Siska Maryunitasari
NIM : 19414931
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 02 Agustus 2000
Program Studi : Manajemen

Isi dan format disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Ponorogo, 7 Februari 2023
Pembimbing II



Naning Kristiyana, SE., MM
NIDN. 0721117501

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji I



Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Dosen Penguji :
Dosen Penguji II



La Ode Sugianto, S.Pd., MM
NIDN. 0730068503

Dosen Penguji III



Dr. Sri Hartono, SE., MM
NIDN. 0730127102

RINGKASAN

Siska Maryunitasari (19414931)

Manajemen

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pengguna social commerce menunjukkan perilaku berbelanja secara impulsif yaitu berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian, berdampak pada lonjakan pengeluaran dan penyesalan karna terlalu banyak membeli barang. Selain itu, perilaku tersebut kerap kali menimbulkan sifat hedonism di masyarakat yang tentu akan berdampak buruk. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying behavior di platform social commerce yang disebabkan karna review quality, source credibility, dan observational learning yang dimediasi oleh positive effect. Populasi penelitian ini adalah konsumen di platform social commerce. Dengan jumlah sampel sebanyak 318 responden yang diperoleh dari tabel Isaac. Metode penelitian ini adalah path analysis dengan alat analisis menggunakan *software* statistik AMOS 24. Penelitian ini menemukan bahwa review quality, source credibility tidak memiliki pengaruh terhadap positive effect, namun observational learning memiliki pengaruh signifikan terhadap positive effect. Hasil riset ini juga menemukan bahwa review quality, source credibility dan positive effect berpengaruh terhadap impulse buying behavior, namun observational learning tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap impulse buying behavior. Selanjutnya, positive effect dapat menjadi mediator hubungan antara observational learning dan impulse buying behavior, namun tidak bisa menjadi mediator antara review quality, source credibility terhadap impulse buying behavior. Pemasar untuk meningkatkan perilaku pembelian impulsif harus menciptakan efek positif pada konsumen dan juga harus memperhatikan review quality, source credibility dan observational learning sebab ketiga hal tersebut dapat meningkatkan perilaku pembelian impulsif. Sehingga harus menjadi perhatian penuh bagi perusahaan. Hasil penelitian ini memiliki keterbaruan yang dapat digunakan untuk memperluas penelitian teoritis. Riset dengan model penelitian yang baru ini juga mengungkap pemahaman interaksi sosial mampu memotivasi perilaku pembelian impulsif. Sementara itu, dalam penelitian ini juga membahas efek dari variabel mediasi.

Kata Kunci : Quality Review, Source Credibility, Observational Learning, Positive Effect, Impulse Buying Behavior.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatnya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **“Online Impulse Buying; Factors Effect of Impulsive System Stimuli and Organism”** sesuai dengan yang telah direncanakan.

Penulisan laporan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini penulis memberikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan semangat serta do'anya.
2. Bapak Adi Santoso, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Seluruh dosen Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama kuliah.
6. Teman-temanku yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga penyusunan laporan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

7. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga penyusunan laporan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat senang dan dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat yang berarti.

Ponorogo, Februari 2023



Penulis

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 7 Februari 2023



Siska Maryunitasari
NIM 19414931

MOTTO

HIDUP BUKANLAH TENTANG PERCOBAAN, MELAINKAN TENTANG
TANGGUNG JAWAB.

APAPUN YANG TELAH TERPILIH DAN DIMULAI,
HARUSNYA DISELESAIKAN DENGAN PENUH TANGGUNG JAWAB.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN.....	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Teori Stimuli-Organism-Response.....	10
2. Teori Latent State-Trait	12
3. Customer Behavior.....	13
4. Impulse Buying Behavior.....	14
5. Review Quality	16
6. Source Credibility.....	18
7. Observational Learning.....	21
8. Positive Effect	24
B. Penelitian Terdahulu	26

C. Model Kerangka Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	28
B. Populasi Dan Sampel Penelitian	28
1. Populasi	28
2. Sampel.....	29
C. Jenis Data Penelitian	29
1. Data Primer	29
2. Data Sekunder	30
D. Metode Pengambilan Data.....	30
1. Observasi.....	30
2. Kuesioner	31
E. Definisi Operasional Variabel.....	31
F. Metode Analisis Data.....	32
1. Pengembangan Model Berbasis Teori	33
2. Pengembangan Path Diagram	33
3. Analisis faktor konformatori.....	34
4. Evaluasi Kriteria Gooness-of-fit	34
5. Uji Hipotesis	36
6. Uji Sobel Test.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Identitas Responden	38
B. Hasil Analisis Faktor Konformatori.....	40
C. Hasil Evaluasi Kreteria Goodness-of-fit	41
D. Hasil Uji Hipotesis	41
E. Hasil Uji Sobel Test	42
F. Pembahasan	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research Gap	6
Tabel 2.1 Penjabaran Indikator “Impulse Buying Behavior”	15
Tabel 2.2 Penjabaran Indikator “Review Quality”	16
Tabel 2.3 Penjabaran Indikator “Source Credibility”	19
Tabel 2.4 Penjabaran Indikator “Observational Learning”	21
Tabel 2.5 Penjabaran Indikator “Positive Effect”	25
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Goodness-of-fit indices	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	39
Tabel 4.2 Hasil Analisis Faktor Konformatori.....	40
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Kelayakan Structural Equation Model	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Hipotesis	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Sobel Test	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	28
Gambar 3.1 Struture Equation Model Positive Effect	34
Gmabar 4.1 Model Lengkap Struture Equation Model.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Penerimaan Artikel Publikasi	68
Lampiran 2 Kuesioner.....	70
Lampiran 3 Hasil Olah Data	74

