

**STUDI MENGENAI PEMBELIAN IMPULSIF PADA LELANG  
BARANG ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**  
(Survei Online Konsumen Lelang Online di Indonesia)



**SKRIPSI**

Disusun untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna  
Meraih Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun Oleh:  
**SYAIFUL ISLAM**  
F0217110

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNVIERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2021**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
Jln Ir Sutami No 36A Kentingan Surakarta 57126, Telp/Fax. 0271-668795, <http://www.feb.uns.ac.id>

### PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Persetujuan revisi skripsi setelah pelaksanaan ujian skripsi yang dilakukan pada hari Jum'at tanggal 26 Februari 2021 a.n.:

NAMA : SYAIFUL ISLAM  
NIM : F0217110  
JUDUL SKRIPSI : STUDI MENGENAI PEMBELIAN IMPULSIF PADA LELANG BARANG ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

#### 1. Hasil persetujuan revisi skripsi

TIM PENGUJI	CATATAN REVISI	TANGGAL DISETUJUI
PENGUJI 1 (KETUA) DR. AHMAD IKHWAN SETIAWAN S.E., M.T	1. Media lelang di aplikasi khusus di Instagram 2. Orang membeli lelang termasuk impulsif 3. Definisi 3. Obyek yang diteliti apa? Aplikasi software, barang yg dilelang atau karakterik kepribadian orang yang mengikuti lelang 4. Berapa populasi, sample 5. Indikator Perasaan positif = merasa senang, puas menggunakan lelang online 2	Kamis, 25 Maret 2021
PENGUJI 2 (SEKRETARIS) HARYANTO S.E., M.SI	Big concept, model riset	Sabtu, 27 Maret 2021
PENGUJI 3 (ANGGOTA) CATUR SUGIARTO S.E., M.S.M, PH.D	indirect effect/moderasi	Jum'at, 05 Maret 2021

#### 2. Status akhir revisi skripsi oleh tim penguji Selesai

Surakarta, Sabtu 27 Maret 2021  
Mengetahui,  
Kepala Program Studi S1 Manajemen



Dr Atmaji, MM.  
NIP: 195905311985031004

Form ini dicetak dari laman <https://manajemen.feb.uns.ac.id>, digunakan sebagai syarat dari Yudisium

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**STUDI MENGENAI PEMBELIAN IMPULSIF PADA LELANG BARANG ONLINE  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Atas nama mahasiswa: **SYAHFUL ISLAM (F0217110)**

Telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen oleh

1. KETUA TIM PENGUJI DR. AHMAD IKHWAN SETIAWAN S.E., M.T  
197208162000121001



25 Maret 2021

2. PEMBIMBING CATUR SUGIARTO S.E., M.S.M, PH.D  
198305082014041001



05 Maret 2021

3. ANGGOTA PENGUJI HARYANTO S.E., M.SI  
197403092006041001



27 Maret 2021

Mengetahui,  
Kepala Program Studi S1 Manajemen



Dr Atmaji, MM.  
NIP: 195905311985031004

Form pengesahan digital ini dicetak dari laman <https://manajemen.feb.uns.ac.id>, digunakan sebagai bagian dari skripsi

## MOTTO

***“Just do it!” (Nike)***



*commit to user*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

***Karya ini saya persembahkan untuk:***

- 1. Orang tua saya yang tidak dapat dihitungkan kasih sayangnya selama ini***
- 2. Orang-orang terdekat saya, sahabat, dan rekan-rekan yang supportif***
- 3. Almamater, Universitas Sebelas Maret***
- 4. Para Pembaca sekalian***



## KATA PENGANTAR

Salam sejahtera penulis ucapkan untuk kita semua dimanapun berada. Puji syukur atas kehadiran tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah memberikan kebaikan dan karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul Studi Mengenai Pembelian Impulsif Pada Lelang Barang Online Melalui Media Sosial Instagram ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah berperan menjadi *support system* dalam proses menyusun skripsi. Maka, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Irwan Trinugroho, Ph.D. selaku Dosen pembimbing akademik
2. Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com.(Hons)., Ph.D., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
3. Dr Atmaji, M.M. selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
4. Catur Sugiarto S.E., M.S.M, Ph.D. selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan serta arahan selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi
5. Keluarga saya dan semua pihak yang selalu memberikan dukungan

Semoga karya ini bisa bermanfaat bagi sesama.

Surakarta, 30 Januari 2021

Syaiful Islam

## ABSTRAK

### **STUDI MENGENAI PEMBELIAN IMPULSIF PADA LELANG BARANG ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SYAIFUL ISLAM**

**NIM. F0217110**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pendorong terjadinya pembelian impulsif pada lelang online melalui media sosial Instagram. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer. Data diperoleh secara online dari 150 konsumen lelang online di Indonesia dalam kurun waktu 6 bulan dari bulan Agustus 2020 – Januari 2021. Data tersebut diolah menggunakan SmartPLS 3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antar variabel, yaitu faktor pendorong yang terdiri dari kemudahan penggunaan, pertukaran informasi, kelangkaan, dan kebutuhan hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif melalui lelang online di media sosial Instagram. Hasil dari penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap penelitian sebelumnya yaitu informasi penyebab terjadinya pembelian impulsif pada lelang online yang dapat bermanfaat bagi para pelaku bisnis di bidang terkait.

**Kata kunci:** faktor pendorong, pembelian impulsif, lelang online, media sosial Instagram



**ABSTRACT****STUDY ON IMPULSIVE BUYING IN ONLINE AUCTION  
THROUGH INSTAGRAM****SYAIFUL ISLAM****NIM. F0217110**

*This study aims to determine the driving factors for impulsive buying at online auctions through social media Instagram. The data used in this study are primary data. Data was obtained online from 150 online auction consumers in Indonesia within 6 months from August 2020 - January 2021. The data was processed using SmartPLS 3. The results of this study indicate a positive and significant relationship between variables, namely the driving factors consisting of ease of use, information exchange, scarcity, and hedonic needs have a positive effect on impulsive buying behavior through online auctions on Instagram. The results of this study also contribute to previous research, namely information on the causes of impulsive buying at online auctions that can be useful for business people in related fields.*

**Keywords:** *driving factors, impulsive buying, online auctions, social media Instagram*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ....</b>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
<b>MOTTO.....</b>	<b>4</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>5</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>6</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>7</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>12i</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.1. Latar Belakang.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.2. Rumusan Masalah .....	<b>5</b>
1.3. Tujuan Penelitian .....	<b>6</b>
1.4. Manfaat Penelitian .....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.4.2 Manfaat Praktis .....	<b>7</b>
<b>BAB II: LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1. Kemudahan Penggunaan .....	<b>8</b>
2.2. Pertukaran Informasi.....	<b>9</b>
2.3. Kelangkaan.....	<b>9</b>
2.4. Kebutuhan Hedonis .....	<b>10</b>
2.5. Perasaan Positif .....	<b>11</b>
2.6. Perilaku Pembelian Impulsif .....	<b>12</b>
2.7. Rumusan Hipotesis .....	<b>13</b>
2.7.1 Hubungan antara Kemudahan Penggunaan terhadap Perasaan Positif.....	<b>13</b>
2.7.2 Hubungan antara Pertukaran Informasi terhadap Perasaan Positif.....	<b>13</b>
2.7.3 Hubungan antara Kelangkaan terhadap Perasaan Positif.....	<b>14</b>
2.7.4 Hubungan antara Kebutuhan Hedonis terhadap Perasaan Positif .....	<b>15</b>
2.7.5 Hubungan antara Perasaan Positif terhadap Perilaku Pembelian Impulsif ....	<b>15</b>
2.8. Model Penelitian .....	<b>16</b>
<b>BAB III: METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1. Desain Penelitian .....	<b>17</b>
3.2. Gambaran Populasi dan Sampel.....	<b>18</b>

<b>3.3. Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>18</b>
<b>3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....</b>	<b>18</b>
3.4.1 Kemudahan Penggunaan.....	18
3.4.2 Pertukaran Informasi.....	19
3.4.3. Kelangkaan.....	20
3.4.4. Kebutuhan Hedonis .....	Error! Bookmark not defined.
3.4.5 Perasaan Positif .....	Error! Bookmark not defined.
3.4.6 Perilaku Pembelian Impulsif .....	Error! Bookmark not defined.
<b>3.5. Metode Analisis Data.....</b>	Error! Bookmark not defined.
3.5.1. Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2. Data <i>Screening</i> .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3. Scale Validity Analysis.....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	Error! Bookmark not defined.
<b>4.1 Analisis Deskriptif .....</b>	Error! Bookmark not defined.
<b>4.2 Data <i>Screening</i> .....</b>	Error! Bookmark not defined.
<b>4.3. Scale Validity Analysis.....</b>	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Measurement Model Analysis .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2. Structural Model Analysis.....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB V: PENUTUP.....</b>	Error! Bookmark not defined.
<b>5.1. Kesimpulan.....</b>	5Error! Bookmark not defined.
<b>5.2. Implikasi Penelitian.....</b>	Error! Bookmark not defined.
1. Implikasi untuk studi lanjutan.....	Error! Bookmark not defined.
2. Implikasi secara teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
3. Implikasi secara metodologis .....	Error! Bookmark not defined.
4. Implikasi di bidang Pemasaran .....	Error! Bookmark not defined.
<b>5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran .....</b>	Error! Bookmark not defined.
1. Saran untuk studi lanjutan .....	Error! Bookmark not defined.
2. Saran Praktis .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	Error! Bookmark not defined.
<b>LAMPIRAN.....</b>	Error! Bookmark not defined.

## DAFTAR TABEL

**Tabel IV. 1 Responden Konsumen Lelang Online**Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 2 KMO dan Baetlett's test Kemudahan Penggunaan**Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 3 KMO dan Baetlett's test Pertukaran Informasi**Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 4 KMO dan Baetlett's test Kelangkaan**Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 5 KMO dan Baetlett's test Kebutuhan Hedonis**Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 6 KMO dan Baetlett's test Perasaan Positif**Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 7 KMO dan Baetlett's test Perilaku Pembelian Impulsif**Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 8 Hasil Outer Loading (Uji Validitas)**Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas**.....Error! Bookmark not defined.

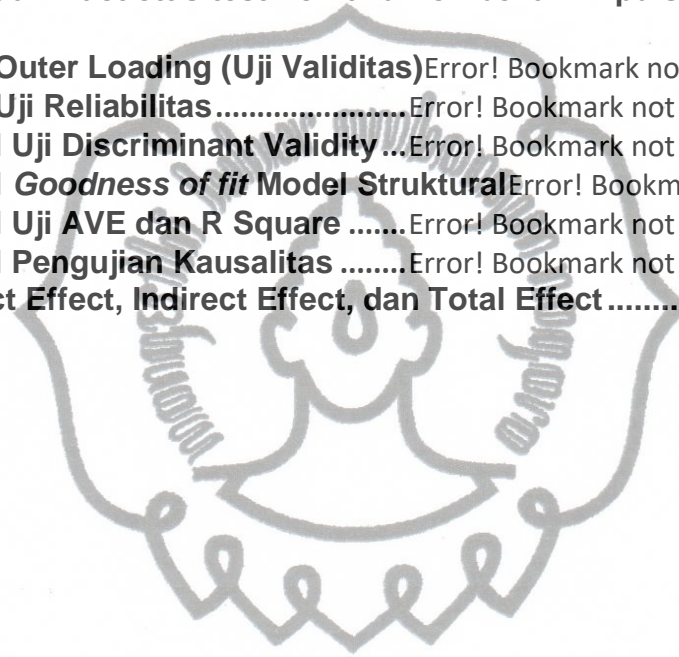
**Tabel IV. 10 Hasil Uji Discriminant Validity**...Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 11 Hasil *Goodness of fit* Model Struktural**Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 12 Hasil Uji AVE dan R Square** .....Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 13 Hasil Pengujian Kausalitas** .....Error! Bookmark not defined.

**Tabel IV. 14 Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect**..... **52**



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar II. 1 Model Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar IV. 1 Scree Plot.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar IV. 2 Scree Plot.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar IV. 3 Scree Plot.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar IV. 4 Scree Plot.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar IV. 5 Scree Plot.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar IV. 6 Scree Plot.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar IV. 7 Gambar Modifikasi Struktur Model.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Lampiran 2 Data Penelitian .....</b>	<b>69</b>

