# DAFTAR ISI

**SERTIFIKASI** ..... **ii**

**PENGESAHAN TESIS** ..... **iii**

**MOTTO** ..... **iv**

***ABSTRACT*** ..... **v**

**ABSTRAK** ..... **vi**

**KATA PENGANTAR** ..... **vii**

**DAFTAR ISI** ..... **viii**

**DAFTAR TABEL** ..... **xii**

**DAFTAR GAMBAR** ..... **xiii**

**BAB 1 PENDAHULUAN** ..... **1**

**1.1. Latar Belakang** ..... **1**

**1.2. Rumusan Masalah** ..... **7**

**1.3. Tujuan Penelitian** ..... **8**

**1.4. Manfaat Penelitian** ..... **9**

**BAB II LANDASAN TEORI** ..... **11**

**2.1. Teori *Stimulus Organism Response* (S-O-R)** ..... **11**

**2.1.1. *Stimulus*** ..... **13**

**2.1.2. *Organism*** ..... **14**

**2.1.3. *Response*** ..... **15**

**2.2. Variabel Penelitian** ..... **16**

**2.2.1. *Scarcity*** ..... **16**

**2.2.2. *Fear of Missing Out* (FoMO)** ..... **19**

**2.2.3. *Impulse buying*** ..... **23**

**2.3. Penelitian Terdahulu** ..... **26**

**2.4. Model dan Hipotesis ..... 28**

**2.4.1. *Scarcity* dan *Fear of Missing Out* (FoMO) ..... 28**

**2.4.2. *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Impulse buying* ..... 29**

**2.4.3. *Scarcity* dan *Impulse buying* ..... 32**

**2.4.4. Pengaruh *Scarcity* dan *Impulse buying* melalui *Fear of Missing Out* sebagai Variabel Intervening ..... 34**

**2.5. Kerangka Penelitian ..... 36**

**2.6. Hipotesis Penelitian ..... 37**

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 38**

**3.1. Jenis dan Sumber Data ..... 38**

**3.2. Populasi dan Sampel ..... 38**

**3.2.1. Populasi ..... 38**

**3.2.2. Sampel ..... 39**

**3.3. Prosedur Pengumpulan Data ..... 41**

**3.4. Kajian Pustaka ..... 42**

**3.5. Instrumen Penelitian ..... 43**

**3.6. Proses Analisis Data ..... 44**

**3.6.1. Model Pengukuran (*Outer* Model) ..... 47**

**3.6.2. Model Struktural (*Inner* Model) ..... 50**

**3.6.3. Pengujian Hipotesis ..... 50**

**3.6.4. Uji Mediasi ..... 51**

**3.6.5. *Pre-Test* (Uji Validitas dan Realibilitas) ..... 52**

**BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ..... 56**

**4.1. Gambaran Umum Responden ..... 56**

**4.1.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 57**

**4.1.2. Profil Responden Berdasarkan Usia ..... 58**
**4.1.3. Profil Responden Berdasarkan Profesi ..... 59**
**4.1.4. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per-Bulan ..... 60**
**4.1.5. Profil Respoonden Berdasarkan Frekuensi Pembelian ..... 61**
**4.2. Hasil Analisis Data ..... 62**
**4.2.1. Analisis Data SEM menggunakan SmartPLS 3.2.9 ..... 62**
**4.2.2. Diagram Path ..... 64**
**4.2.3. Model Pengukuran (*Outer Model*) ..... 65**
**4.2.4. Model Struktural (*Inner Model*) ..... 73**
**4.2.5. Pengujian Hipotesis ..... 76**
**4.3. Pembahasan Hasil Penelitian ..... 81**
**4.3.1. Hipotesis 1 ..... 82**
**4.3.2. Hipotesis 2 ..... 83**
**4.3.3. Hipotesis 3 ..... 84**
**4.3.4. Hipotesis 4 ..... 85**
**BAB V PENUTUP ..... 87**
**5.1. Kesimpulan ..... 87**
**5.2. Implikasi Teoritis ..... 89**
**5.3. Impllikasi Manajerial ..... 89**
**5.4. Keterbatasan Penelitian ..... 90**
**5.5. Saran Penelitian ..... 91**
**DAFTAR PUSTAKA ..... 92**
**Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian ..... 100**
**Lampiran 2 : Tabulasi Data ..... 104**
**Lampiran 3 : Output SMART PLS ..... 113**

**Lampiran 4 : Curriculum Vitae ..... 119**

FEB UNDIP

# DAFTAR TABEL


Tabel 1. 1 Kesenjangan Penelitian ..... 5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu ..... 27
Tabel 3. 1 Alternatif Pengukuran Skala Likert ..... 42
Tabel 3. 2 Indikator Pengukur Variabel ..... 43
Tabel 3. 3 Standar Nilai Pengujian ..... 49
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas *Scarcity* ..... 53
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas *Fear of Missing Out* (FoMO) ..... 53
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas *Impulse buying* ..... 54
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas ..... 54
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 57
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia ..... 58
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Profesi ..... 59
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per-Bulan ..... 60
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian ..... 61
Tabel 4. 6 *Loading Factor* ..... 66
Tabel 4. 7 Convergent Validity ..... 67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Farnell-lacker ..... 69
Tabel 4. 9 Hasil Uji HTMT ..... 69
Tabel 4. 10 Hasil Uji *Cross Loading* ..... 70
Tabel 4. 11 Uji *Reliability* ..... 72
Tabel 4. 12 Uji *Coefficient of Determination* ($R^2$) ..... 74
Tabel 4. 13 Uji *Predictive Relevance* ($Q^2$) ..... 75
Tabel 4. 14 Uji Hipotesis Langsung ..... 78
Tabel 4. 15 Uji Mediasi ..... 80

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Media Sosial Indonesia Januari 2024 ..... 2
Gambar 1. 2 Contoh Penjualan *Thrift* pada *Live Streaming* TikTok ..... 3
Gambar 2. 1 Model *Stimulus-Organism-Response* ..... 11
Gambar 2. 2 Kerangka Penelitian ..... 36
Gambar 4. 1 Diagram Path ..... 64
Gambar 4. 2 Uji *Bootstraping* ..... 76

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP