

**PENGARUH *DISCOUNT*, *LIVE SHOPPING*, DAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
GENERASI Z DI KOTA TANJUNGPINANG
(STUDI KASUS: *E-COMMERCE SHOPEE*)**

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



**TRISNA KHARISMA DEWI
NIM 2204020039**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Trisna Kharisma Dewi
NIM : 2204020039
Jurusan : Manajemen Bisnis
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh *Discount*, *Live Shopping*, dan *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap *Impulse Buying* Generasi Z di Kota Tanjungpinang (Studi kasus: *E-commerce Shopee*)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



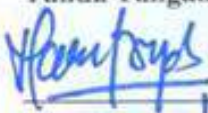
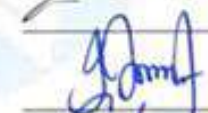
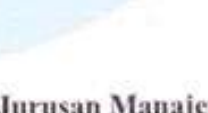
Hj. Iranita, M.Si
NIP. 197008272021212003

Dosen Pembimbing II



Siti Arita Novia, M.Si
NIP. 199611162024062003

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Indra Firdiyansyah, S.E., M.Si</u> NIP. 198902122022031006	Ketua Penguji		29/7/26
2. <u>Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si</u> NIP. 198207032015042001	Penguji I		28/7/26
3. <u>Roni Kurniawan, M.Si</u> NIP. 197710032021211001	Penguji II		29/7/26
4. <u>Hj. Iranita, M.Si</u> NIP. 197008272021212003	Penguji III		28/7/2026
5. <u>Siti Arita Novia, M.Si</u> NIP. 199611162024062003	Penguji IV		29/07/2026

Tanggal Lulus: 27 Juli 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Maritim


Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si
NIP. 198207032015042001

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis


Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si
NIP. 199012132018032001

LEMBAR PERSETUJUAN

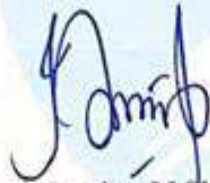
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Trisna Kharisma Dewi
NIM : 2204020039
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh *Discount*, *Live Shopping*, dan *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap *Impulse Buying* Generasi Z di Kota Tanjungpinang (Studi Kasus: *E-commerce Shopee*)

Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi
Tanjungpinang, 11 Juni 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Hj. Iranita, M.Si
NIP. 197008272021212003

Dosen Pembimbing II



Siti Arita Novia, M.Si
NIP. 199611162024062003

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Ezky Tivasiningsih, S.E., M.Si
NIP. 199202052022032010

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Trisna Kharisma Dewi
NIM : 2204020039
Jurusan : Manajemen Bisnis
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh *Discount*, *Live Shopping*, dan *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap *Impulse Buying* Generasi Z di Kota Tanjungpinang (Studi Kasus: *e-commerce* Shopee)

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 27 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,


 **Trisna Kharisma Dewi**
NIM. 2204020039

MOTO

“Kawula mung saderma, mobah mosik kersaning Hyang Sukmo”

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari satu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan lah engkau berharap”

~QS, Al-Insyirah, 6-8~

“Pendidikanku berdiri di atas kaki rapuh ayahku dan kuatnya do’a ibuku, jadi akan ku bantu menyelesaikan semua ini demi mereka tujuanku”

~Trisna Kharisma Dewi~

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, tetapi keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha”

~BJ Habibie~

“Terbentur, terbentuk, terbentur, lalu terbentuk”

~Tan Malaka~

“Perang telah usai, aku bisa pulang
Kubaringkan panah dan berteriak MENANG!”

~Nadin Amizah~

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: Pengaruh *Discount*, *Live Shopping*, dan *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap *Impulse Buying* Generasi Z di Kota Tanjungpinang (Studi Kasus: *e-commerce Shopee*).

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Sehubungan dengan selesainya skripsi ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terima kasih kepada Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA, yang merupakan Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Terima kasih kepada Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Terima kasih kepada Ezky Tiyasiningsih, S.E., M.Si, sebagai Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Terima kasih kepada Dosen Pembimbing I Ibu Hj. Iranita, S.E., M.Si, yang telah memberikan arahan, masukan, serta semangat kepada penulis pada saat bimbingan.

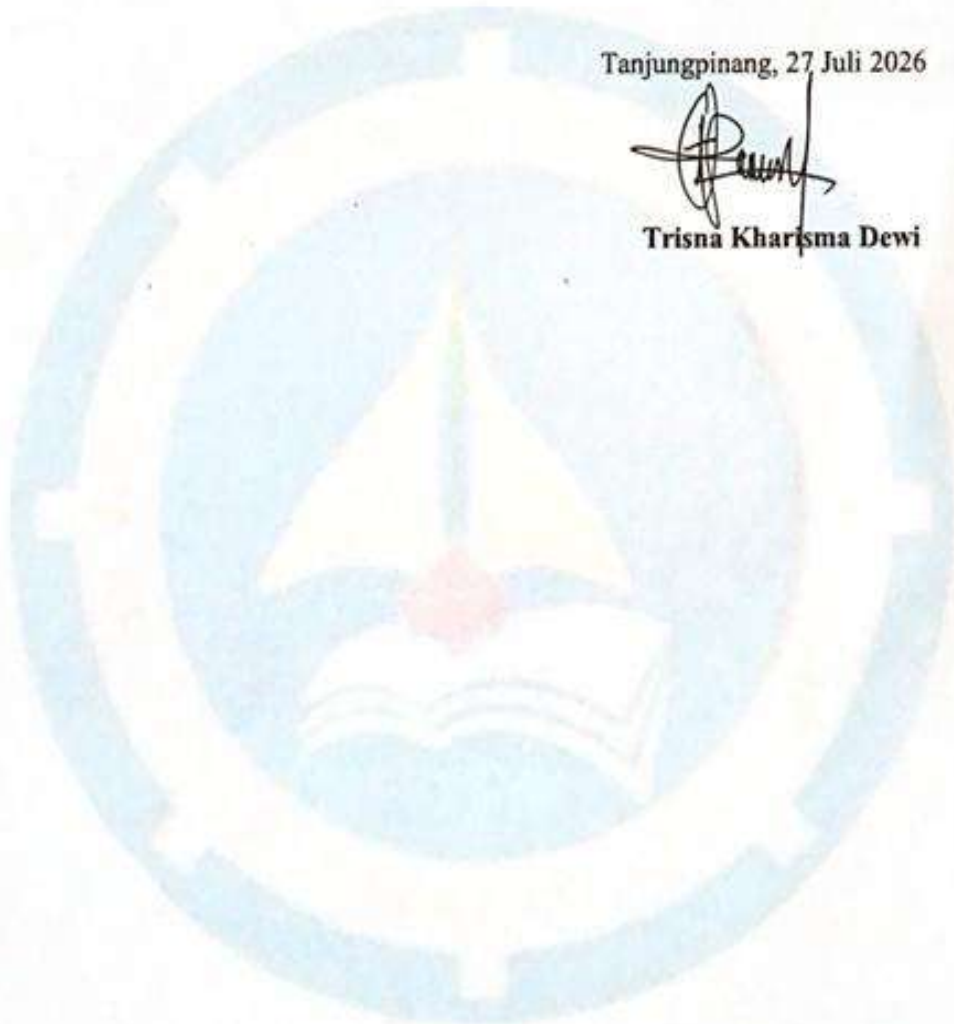
5. Terima kasih kepada Dosen Pembimbing II, Ibu Siti Arita Novia, M.Si, yang telah memberikan arahan, masukan, serta semangat kepada penulis pada saat bimbingan.
6. Kepada Bapak Sutrisno dan Ibu Sapriyaningsih, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam atas segala bentuk dukungan yang telah diberikan selama proses studi ini. Berbagai pengorbanan, doa, dan perhatian yang tidak pernah berhenti menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini.
7. Terima kasih kepada adik saya, Dhimas Adrian dan Muhammad Fadhil Rafanda, atas dukungan dan semangat yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada bude Siti dan bibik Sri, atas dukungan yang diberikan selama proses dari awal hingga akhir perkuliahan ini.
9. Terima kasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan, yaitu Reny, Reza, Miranda, Rama, Ayu Atikah, Arni, Aulia serta rekan-rekan mahasiswa lainnya yang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada Ibu Lili dan Bapak Muji, yang bukan sekedar pemilik kos tetapi telah menjadi orang tua di perantauan selama perkuliahan ini.
11. Terima kasih untuk anak perempuan pertama, yang telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tetap memilih melangkah meskipun banyak rasa lelah, takut, dan ragu yang harus dilewati. Setiap proses, air mata, dan perjuangan yang telah dilalui menjadi bukti bahwa aku mampu menyelesaikan apa yang

telah dimulai Skripsi ini menjadi saksi bahwa tidak ada usaha yang sia-sia.
Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa setiap doa, kerja keras, dan
kesabaran akan menemukan jalannya. Aku bangga telah sampai di titik ini.

Tanjungpinang, 27 Juli 2026



Trisna Kharisma Dewi



DAFTAR ISI

	HALAMAN
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Perumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan	15
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Tinjauan Pustaka.....	17
2.1.1 <i>Grand Theory Stimulus-Organism Response (S-O-R)</i>	
<i>Theory</i>	17
2.1.2 <i>Discount</i>	18

2.1.3 <i>Live Shopping</i>	20
2.1.4 <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	22
2.1.5 <i>Impulse Buying</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Pengembangan Hipotesis	36
2.4.1 Pengaruh <i>Discount</i> (X_1) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) ...	37
2.4.2 Pengaruh <i>Live Shopping</i> (X_2) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	37
2.4.3 Pengaruh <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> (X_3) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	39
2.4.4 Pengaruh <i>Discount</i> (X_1), <i>Live Shopping</i> (X_2), <i>Fear of</i> <i>Missing Out (FoMO)</i> (X_3) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	40
2.5 Hipotesis	41
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Desain Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Operasional Variabel Penelitian	43
3.3.1 Variabel Independen.....	43
3.3.2 Variabel Dependen	44
3.4 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Sampel.....	48

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5.1 Sumber Data	51
3.6 Teknik Analisis Data	52
3.6.1 Uji Kualitas Instrumen.....	54
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	58
3.6.4 Pengujian Hipotesis	58
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan Shopee	62
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Shopee.....	63
4.1.3 Logo Perusahaan.....	63
4.1.4 Distribusi Data	64
4.1.5 Karakteristik Responden	65
4.1.5.1 Identifikasi Responden	66
4.1.6 Deskripsi Tanggapan Responden.....	68
4.1.6.1 Deskripsi Variabel <i>Discount</i> (X_1).....	68
4.1.6.2 Deskripsi Variabel <i>Live Shopping</i> (X_2)	69
4.1.6.3 Deskripsi Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (<i>FoMO</i>) (X_3)	71
4.1.6.4 Deskripsi Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	73
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	75

4.2.1 Teknik Analisis Data	75
4.2.1.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif	75
4.2.2 Uji Kualitas Instrumen.....	77
4.2.2.1 Uji Validitas	77
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	80
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	83
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas	84
4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	86
4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda	88
4.2.5 Uji Hipotesis	86
4.2.5.1 Uji Simultan (Uji F)	89
4.2.5.2 Uji Parsial (Uji t).....	91
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	93
4.2.7 Pembahasan Hipotesis	96
4.2.7.1 Pengaruh <i>Discount</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	96
4.2.7.2 Pengaruh <i>Live Shopping</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	97
4.2.7.3 Pengaruh <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	98
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	102

DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	108



DAFTAR TABEL

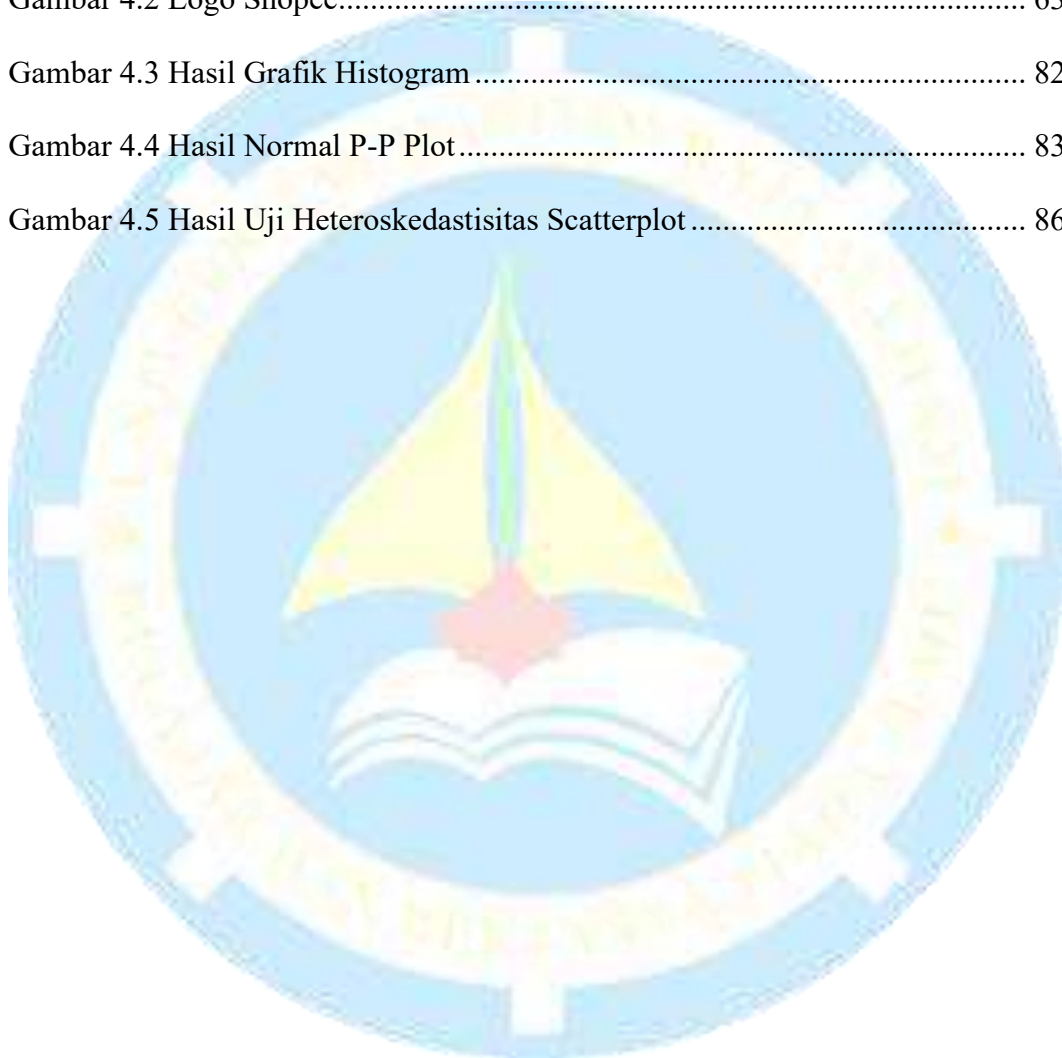
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel.....	43
Tabel 3.2 Bobot dan Nilai Kuesioner.....	53
Tabel 4.1 Data Distribusi Responden.....	64
Tabel 4.2 Identifikasi Responden Generasi Z di Tanjungpinang.....	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden	66
Tabel 4.4 Jawaban Responden Pada Variabel <i>Discount</i> (X_1)	68
Tabel 4.5 Jawaban Responden Pada Variabel <i>Live Shopping</i> (X_2).....	69
Tabel 4.6 Jawaban Responden Pada Variabel <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> (X_3).....	71
Tabel 4.7 Jawaban Responden Pada Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).....	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	76
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Discount</i> (X_1)	78
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Live Shopping</i> (X_2).....	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> (X_3).....	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i> (Y)	79
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas <i>Discount</i> (X_1).....	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas <i>Live Shopping</i> (X_2).....	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> (X_3)	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas <i>Impulse Buying</i> (Y)	82
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	84
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85

Tabel 4.19 Interpretasi Hasil Uji Glejser.....	87
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	88
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	90
Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial (Uji t)	92
Tabel 4.23 Hasil Uji Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Fitur <i>Discount</i> pada Aplikasi Shopee	3
Gambar 1.2 Tampilan Fitur <i>Live Shopping</i> pada Aplikasi Shopee.....	4
Gambar 4.1 Jumlah Unduhan Aplikasi Shopee di Google Play Store	63
Gambar 4.2 Logo Shopee.....	63
Gambar 4.3 Hasil Grafik Histogram	82
Gambar 4.4 Hasil Normal P-P Plot.....	83
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	Lampiran 1-1
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	Lampiran 2-1
Lampiran 3 Hasil Pra Survei Penelitian	Lampiran 3-1
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data.....	Lampiran 4-1
Lampiran 5 T Tabel.....	Lampiran 5-1
Lampiran 6 F Tabel.....	Lampiran 6-1
Lampiran 7 R Tabel	Lampiran 7-1
Lampiran 8 Dokumentasi.....	Lampiran 8-1

