

TESIS
PENGARUH FAKTOR STIMULUS LINGKUNGAN EKSTERNAL
TERHADAP NIAT BELI SECARA IMPULSIF DENGAN KENIKMATAN
YANG DIRASAKAN SEBAGAI MEDIASI
(STUDI PADA *LIVE STREAMING SHOPPING* DI TIKTOK)



Diajukan Oleh:

Anna Maria Leonard

NPM: 225027220

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2024



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**


PERSETUJUAN TESIS

Nama : Anna Maria Leonard

Nomor Mahasiswa : 225027220

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Tesis : Pengaruh Faktor Stimulus Lingkungan Eksternal Terhadap Niat Beli Secara Impulsif Dengan Kenikmatan Yang Dirasakan Sebagai Mediasi (Studi Pada *Live Streaming Shopping* Di Tiktok).




Nama Pembimbing	Tanggal	Tanda tangan
Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.	23 Juli 2024	



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Anna Maria Leonard
Nomor Mahasiswa : 225027220
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Faktor Stimulus Lingkungan Eksternal Terhadap Niat Beli Secara Impulsif Dengan Kenikmatan Yang Dirasakan Sebagai Mediasi (Studi Pada *Live Streaming Shopping* Di Tiktok).

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.	23/07/2024	
Drs. Budi Supranto, MBA., Ph.D.	23/07/2024	
Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc., Ph.D.	23/07/2024	

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**



Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc., Ph.D.

**Dekan
Fakultas Bisnis dan Ekonomika**



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

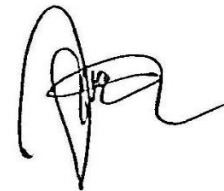
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

“Pengaruh Faktor Stimulus Lingkungan Eksternal Terhadap Niat Beli Secara Impulsif Dengan Kenikmatan Yang Dirasakan Sebagai Mediasi (Studi Pada *Live Streaming Shopping* Di Tiktok)”.

Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini pada bagian daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti adanya kesengajaan dalam melakukan plagiarisme sebagian atau keseluruhan dari tesis ini, maka saya bersedia agar gelar dan ijazah yang telah saya peroleh dibatalkan oleh pihak Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan akan segera dikembalikan jika hal tersebut terbukti.

Yogyakarta, 08 Juli 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Anna Maria Leonard', written in a cursive style.

Anna Maria Leonard

INTISARI

Tujuan – Penelitian ini menganalisis Pengaruh Faktor Stimulus Lingkungan Eksternal Terhadap Niat Beli Secara Impulsif Dengan Kenikmatan Yang Dirasakan Sebagai Mediasi (Studi Pada *Live Streaming Shopping* Di Tiktok).

Desain/metodologi/pendekatan – Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, metodologi penelitian ini yaitu SEM dengan pendekatan pengolahan data menggunakan Smart PLS 3. Data didapatkan melalui kuesioner *daring* yang disebar menggunakan *Google Form*.

Temuan – Penelitian ini menemukan bahwa permintaan berpengaruh terhadap kenikmatan yang dirasakan, kenyamanan berpengaruh terhadap kenikmatan yang dirasakan, interaktivitas berpengaruh terhadap kenikmatan yang dirasakan, keceriaan berpengaruh terhadap kenikmatan yang dirasakan, interaktivitas berpengaruh terhadap niat beli secara impulsif, dan uji mediasi menemukan bahwa kenikmatan yang dirasakan memiliki pengaruh antara interaktivitas terhadap niat beli secara impulsif.

Keterbatasan Penelitian – Penelitian ini tidak memiliki objek yang spesifik, dikarenakan tiktok merupakan aplikasi yang luas, sehingga banyak produk yang dipasarkan atau dipromosikan melalui *live streaming shopping* dan banyak produk yang menjadi *trand* dan dibeli secara tiba-tiba oleh konsumen

Implikasi Manajerial – Agar toko *online* dapat merancang interaktif yang lebih menarik selama *live streaming shopping* di tiktok untuk meningkatkan partisipasi penonton.

Originalitas – Pada penelitian sebelumnya dilakukan diluar indonesia. Sedangkan pada penelitian ini dilakukan di indonesia, menambah mediasi, dan menggunakan dua jurnal acuan.

Kata Kunci – Permintaan, Kenyamanan, Interaktivitas, Keceriaan, Kenikmatan Yang Dirasakan, Niat Beli Secara Impulsif.

ABSTRACT

Purpose - This study analyzes the effect of external environmental stimulus factors on impulsive buying intentions with perceived pleasure as mediation (Study on Live Streaming Shopping on Tiktok).

Design/methodology/approach - This type of research is quantitative research, the sampling method in this study uses purposive sampling method, this research methodology is SEM with a data processing approach using Smart PLS 3. Data was obtained through an online questionnaire distributed using Google Form.

Findings - This study found that demand affects perceived enjoyment, convenience affects perceived enjoyment, interactivity affects perceived enjoyment, fun affects perceived enjoyment, interactivity affects impulse purchase intention, and the mediation test found that perceived enjoyment has an influence between interactivity and impulse purchase intention.

Research Limitations - This research does not have a specific object, because TikTok is a broad application, so that many products are marketed or promoted through live streaming shopping and many products become trending and are bought suddenly by consumers.

Managerial Implications - For online stores to design more interesting interactives during live streaming shopping on tiktok to increase audience participation.

Originality - In previous research conducted outside Indonesia. Whereas this research was conducted in Indonesia, adding mediation, and using two reference journals.

Keywords - Demand, Convenience, Interactivity, Playfulness, Perceived Enjoyment, Impulsive Buying Intention.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga tesis dengan judul “Pengaruh Faktor Stimulus Lingkungan Eksternal Terhadap Niat Beli Secara Impulsif Dengan Kenikmatan Yang Dirasakan Sebagai Mediasi (Studi Pada *Live Streaming Shopping* Di Tiktok)” dapat terselesaikan dengan baik. Penyelesaian tesis ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

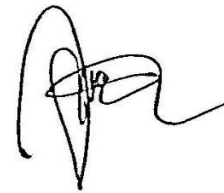
1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selalu menyertai penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Tesis ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Dr. G. Sri Nurhartanto, S.H., LL.M. selaku Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Tesis.
4. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D. selaku Ketua Departemen Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
6. Papa dan Mama yang dengan pengorbanan, didikan, kasih sayang, nasehat dan doanya yang selalu mendukung penulis dalam proses perkuliahan hingga penyelesaian Tesis.
7. Viladelva Saras, Septilita Ibau, Verena Aurelia, Efa Ariyanti selaku teman yang selalu ada dan mendukung penulis dari proses perkuliahan hingga selesai penulisan Laporan Tesis.

8. Responden yang bersedia membantu dengan mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Untuk diri saya sendiri, Anna Maria Leonard. Apresiasi yang sebesar-besarnya karena terus berusaha dan telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.
10. Pihak-pihak lainnya yang tidak bisa saya ucapkan satu per satu yang telah banyak membantu dalam proses penulisan Tesis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, saran dan masukan dari pembaca diharapkan menjadi bahan perbaikan untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 08 Juli 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Anna Maria Leonard', written in a cursive style.

Anna Maria Leonard

DAFTAR ISI

TESIS	i
PERSETUJUAN TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
PERNYATAAN	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Secara teoritis.....	6
1.4.2 Secara Praktis	6
1.5. Lingkup Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
1.6.1 BAB 1 (PENDAHULUAN)	7
1.6.2 BAB II (TINJAUAN PUSTAKA).....	8
1.6.3 BAB III (METODOLOGI PENELITIAN).....	8
1.6.4 BAB IV (HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN)	8
1.6.5 BAB V (KESIMPULAN DAN SARAN)	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori Stimulus Organisme Respons (SOR).....	9

2.1.2	Faktor Stimulus Lingkungan Eksternal	10
2.1.3	Permintaan.....	10
2.1.4	Kenyamanan	11
2.1.5	Interaktivitas.....	12
2.1.6	Keceriaan	13
2.1.7	Kenikmatan Yang Dirasakan	14
2.1.8	Pembelian Impulsif	15
2.2	Penelitian Terdahulu	16
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	21
2.4	Gambar Model Penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1.	Desain Penelitian	28
3.2.	Populasi dan Sampel	28
3.2.1	Populasi	28
3.2.2	Sampel	28
3.3	Teknik Pengumpulan Data	29
3.4	Jenis dan Sumber Data	29
3.5	Metode Pengumpulan Data	30
3.6	Metode Pengukuran data.....	30
3.7	Definisi Operasional	31
3.8	Metode Pengujian Instrumen Penelitian	33
3.8.1	Bagian Pertama Kuesioner.....	33
3.8.2	Bagian Kedua Kuesioner	33
3.8.3	Bagian Ketiga Kuesioner	34
3.9.	Metode Analisis Data dan Pembahasan.....	34
3.9.1	Analisis Data Deskriptif.....	34
3.9.2	Teknik Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	34
BAB IV		42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Pendahuluan.....	42

4.2 Analisis Statistik Deskriptif	43
4.3 Analisis SEM-PLS.....	43
4.4 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	45
4.4.1 Uji Validitas Konvergen	45
4.4.2 Uji Diskriminan Validitas.....	47
4.4.3 Uji Reliabilitas.....	48
4.5 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	48
4.5.1 Uji <i>R-Square</i>	48
4.5.2 Uji <i>Q-Square</i>	49
4.6 Uji Hipotesis	49
4.7 Uji Mediasi	51
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
4.8.1 Pengaruh Permintaan terhadap Kenikmatan yang Dirasakan konsumen pada <i>live streaming shopping</i> di tiktok	52
4.8.2 Pengaruh Kenyamanan terhadap Kenikmatan yang Dirasakan konsumen pada <i>live streaming shopping</i> di tiktok	53
4.8.3 Pengaruh Interaktivitas terhadap Kenikmatan yang Dirasakan konsumen pada <i>live streaming shopping</i> di tiktok	54
4.8.4 Pengaruh Keceriaan terhadap Kenikmatan yang Dirasakan konsumen pada <i>live streaming shopping</i> di tiktok	54
4.8.5 Pengaruh Kenikmatan yang Dirasakan terhadap Niat konsumen untuk melakukan pembelian Impulsif pada <i>live streaming shopping</i> di tiktok.....	55
4.8.6 Pengaruh Interaktivitas terhadap Niat Konsumen untuk melakukan pembelian Impulsif pada <i>live streaming shopping</i> di tiktok	56
4.8.7 Kenikmatan yang Dirasakan Memediasi Pengaruh Interaktivitas pada Niat Beli secara Impulsif pada <i>live streaming shopping</i> di tiktok.....	56
BAB V.....	58
PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Implikasi Manajerial	58

5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN I KUISONER PENELITIAN	69
LAMPIRAN II	76
LAMPIRAN III.....	116
LAMPIRAN IV	122

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 1 Outer Loading.....	46
Tabel 4. 2 Average Variance Extracted	47
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Fornell-Larcker Criterion	47
Tabel 4. 4 Composite Reliability.....	48
Tabel 4. 5 R-Square Adjusted	48
Tabel 4. 6 Q-Square	49
Tabel 4. 7 Path Coefficients	50
Tabel 4. 8 Specific Indirect Effects	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian Jurnal 1	26
Gambar 2. 2 Model Penelitian Jurnal 2	27
Gambar 2. 3 Modifikasi Model Penelitian	27
Gambar 3 1 Jenis-Jenis Mediasi Dan Non-Mediasi.....	39
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin	43
Gambar 4. 2 Model Struktural.....	44
Gambar 4. 3 Model konstruk	45