

**PENGARUH *SELF PUBLIC CONSCIOUSNESS*, *IMPULSIVE BUYING*  
TERHADAP *POST PURCHASE REGRET* DIMODERASI *TIME*  
*PRESSURE* MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana**

**Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Reza Aditia Putra Setiawan**

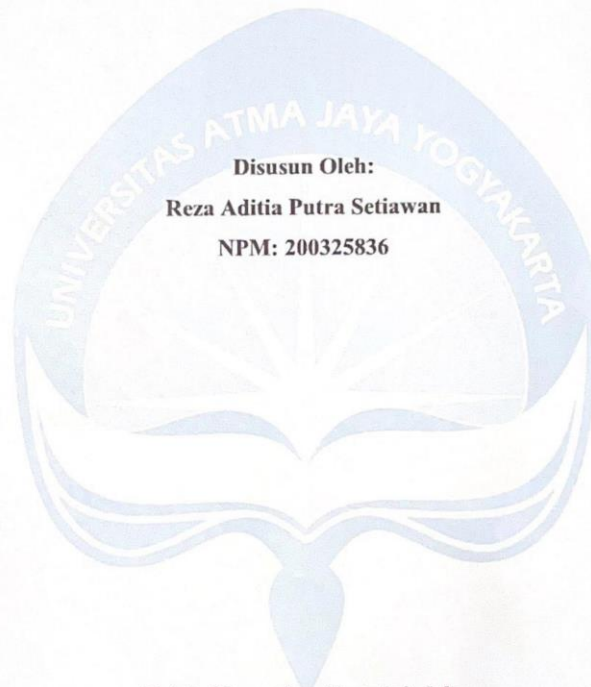
**NPM: 200325836**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2024**

Skripsi

**PENGARUH *SELF PUBLIC CONSCIOUSNESS*, *IMPULSIVE BUYING* TERHADAP  
*POST PURCHASE REGRET* DIMODERASI *TIME PRESSURE* MAHASISWA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh:**  
**Reza Aditia Putra Setiawan**  
**NPM: 200325836**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. Jarot Priyogutomo', is written over the printed name.

**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**

**07 Juni 2024**

Skripsi

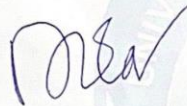
**PENGARUH *SELF PUBLIC CONSCIOUSNESS, IMPULSIVE BUYING* TERHADAP  
*POST PURCHASE REGRET* DIMODERASI *TIME PRESSURE* MAHASISWA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh  
**Reza Aditia Putra Setiawan**  
NPM: 200325836

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji  
Pada tanggal 8 Juli 2024  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi  
Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**Elisabet Dita Septiari, SE., M. Sc. Ph.D**

**Anggota Panitia Penguji**



**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA**



**Api Adyantari, SA., MBA**

**Yogyakarta, 8 Juli 2024**

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M. Sc. IB, Ph.D**

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH *SELF PUBLIC CONSCIOUSNESS, IMPULSIVE BUYING*  
TERHADAP *POST PURCHASE REGRET* DIMODERASI *TIME PRESSURE*  
MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Penulisan skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Dari pernyataan ide hingga kutipan secara langsung dan tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah saya cantumkan secara tertulis pada skripsi ini dalam daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik pada skripsi yang saya miliki, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 5 Juni 2024

Yang Menyatakan



Reza Aditia Putra Setiawan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH TIME LIMITED EVENT SHOPEE TERHADAP NIAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan ilmu dan kemampuan yang dimiliki. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan berbagai pihak yang telah membantu selama proses pengerjaannya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa dengan semua berkat dan kasih-Nya, kesehatan, kekuatan, keteguhan hati yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran serta tenaga untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.
3. Seluruh dosen, karyawan dan staf Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan arahan dan ilmu

pengetahuan selama penulis menempuh studi dalam bangku kuliah.

4. Keluarga di Purwokerto atas segala dukungan materiil dan moril yang diberikan. Terima kasih atas biaya, kesabaran, doa, dan motivasi yang tak henti-hentinya mengalir selama proses pengerjaan skripsi ini. Berkat dukungan tersebut, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
5. Jeannette Marcella Wijaya selaku kekasih tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan, doa, motivasi, dan nasihat berharga selama proses penulisan skripsi ini. Kehadirannya yang penuh kesabaran dan selalu mendengarkan keluh kesah merupakan sumber kekuatan bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
6. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner secara sungguh-sungguh sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah memberikan semangat, motivasi, doa dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis sehingga pengerjaan tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Yogyakarta, 5 Juni 2024



Reza Aditia Putra Setiawan

**MOTTO**

*Make it Easy*

*“Sometimes we search for one thing but discover another.”*

**(Barney Stinson)**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b><i>i</i></b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b><i>ii</i></b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b><i>iii</i></b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b><i>iv</i></b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b><i>v</i></b>
<b>MOTTO</b> .....	<b><i>vii</i></b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b><i>viii</i></b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b><i>x</i></b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b><i>xii</i></b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b><i>xiii</i></b>
<b>BAB I</b> .....	<b><i>1</i></b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b><i>1</i></b>
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	<b><i>1</i></b>
1.1.1. Rumusan Masalah:.....	<b><i>8</i></b>
1.2.    Tujuan Penelitian: .....	<b><i>9</i></b>
1.3.    Manfaat Penelitian: .....	<b><i>9</i></b>
<b>BAB 2</b> .....	<b><i>12</i></b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b><i>12</i></b>
2.1    Landasan Teori.....	<b><i>12</i></b>
2.2    Penelitian Terdahulu .....	<b><i>18</i></b>
2.3    Model Penelitian.....	<b><i>21</i></b>
2.4    Pengembangan Hipotesis .....	<b><i>22</i></b>
<b>BAB 3</b> .....	<b><i>27</i></b>
<b>METODOLOGI</b> .....	<b><i>27</i></b>
3.1    Desain Penelitian .....	<b><i>27</i></b>
3.2    Populasi dan Sampel .....	<b><i>27</i></b>
3.3    Instrumen Penelitian.....	<b><i>28</i></b>
3.4    Tahapan Penelitian .....	<b><i>29</i></b>
3.5    Teknik Analisis Data .....	<b><i>30</i></b>



3.6	Hasil Uji Kuesioner .....	32
<b>BAB 4</b>	.....	<b>36</b>
4.1	Desain Penelitian .....	36
4.2	Analisis Deskriptif .....	38
4.3	Analisis Deskriptif .....	41
4.4	Pembahasan .....	57
<b>BAB V</b>	.....	<b>61</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>61</b>
5.1	Kesimpulan .....	61
5.2	Implikasi Manajerial .....	62
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	64
5.4	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN 1</b>	.....	<b>69</b>
<b>KUESIONER PENELITIAN</b>	.....	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN 2</b>	.....	<b>74</b>
<b>KUESIONER GOOGLE FORM</b>	.....	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN 3</b>	.....	<b>81</b>
<b>DATA RESPONDEN PENELITIAN</b>	.....	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN 4</b>	.....	<b>85</b>
<b>OUTPUT DATA SPSS</b>	.....	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Hasil Face Validity.....	34
Tabel 3.3 Hasil Pilot Test Validity.....	35
Tabel 3.4 Hasil Pilot Test Reliability.....	35
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.....	36
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pengalaman Berbelanja di Aplikasi E- Commerce Shopee .....	36
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pengalaman Melihat Promosi Limited Time di Shopee Dalam 3 Bulan Terakhir .....	37
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Angkatan Mahasiswa .....	38
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Public Self - Consciousness .....	38
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Impulsive Buying .....	39
Tabel 4.8 Hasil Analisa Deskriptif Variabel Time Pressure .....	40
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Post Purchase Regret .....	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Public Self Consciousness.....	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Impulsive Buying .....	42
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Time Pressure .....	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Post Purchase Regret.....	43
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Public Self Consciousness.....	44
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Impulsive Buying .....	45
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Time Pressure .....	45
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Post Purchase Regret .....	46
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....	46
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 1 .....	47
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 2.....	47
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 3.....	48

Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 4.....	49
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 5.....	49
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Hipotesis 6.....	50
Tabel 4.25 Hasil Uji Signifikansi Hipotesis 1.....	50
Tabel 4.26 Hasil Uji Signifikansi Hipotesis 2.....	52
Tabel 4.27 Hasil Uji Signifikansi Hipotesis 3.....	53
Tabel 4.28 Hasil Uji Signifikansi Hipotesis 4.....	54
Tabel 4.29 Hasil Uji Signifikansi Hipotesis 5.....	55
Tabel 4.30 Hasil Uji Signifikansi Hipotesis 6.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia (2021).....	2
Gambar 1.2 Proyeksi Nilai Transaksi Burto E-commerce (2021-2030).....	2
Gambar 1.3 Negara dengan presentase penggunaan e-commerce tertinggi di Dunia ( April 2021 ).....	3
Gambar 1.4 Gambar 1.4 Pembelian secara online berdasarkan kategori 2022.....	4
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	21

**PENGARUH *SELF PUBLIC CONSCIOUSNESS, IMPULSIVE BUYING*  
TERHADAP *POST PURCHASE REGRET* DIMODERASI *TIME*  
*PRESSURE* MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh:**

**Reza Aditia Putra Setiawan**

**NPM: 200325836**

**Pembimbing**

**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *public self consself-consciousness* dan *impulsive buying* terhadap *post purchase regret* yang dimoderasi oleh *time pressure*. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk mengetahui hubungan antar variabel. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap mahasiswa dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan diperoleh total sebanyak 140 responden. Metode analisis data dilakukan dengan regresi menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *public self-consciousness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *impulsive buying*, *public self-consciousness* dan *impulsive buying* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *post purchase regret*. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *time pressure* memoderasi pengaruh antar *public self-consciousness* dan *impulsive buying* terhadap *post purchase regret*.

**Kata kunci:** *public self-consciousness, impulsive buying, time pressure, post purchase regret.*