



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN
IMPULSIF MASYARAKAT MUSLIM DKI JAKARTA MELALUI *LIVE*
*STREAMING TIKTOK SHOP***

SKRIPSI

FAIZA GHEFIRA IRWANDI 2110116058

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2025



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN
IMPULSIF MASYARAKAT MUSLIM DKI JAKARTA MELALUI *LIVE
STREAMING TIKTOK SHOP***

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

FAIZA GHEFIRA IRWANDI 2110116058

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Faiza Ghefira Irwandi

NIM : 2110116058

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Faiza Ghefira Irwandi)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Faiza Ghefira Irwandi
NIM : 2110116058
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif Masyarakat Muslim
DKI Jakarta melalui *Live Streaming Tiktok Shop***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 8 Januari 2025

Yang Menyatakan,



(Faiza Ghefira Irwandi)


SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF MASYARAKAT MUSLIM DKI JAKARTA MELALUI *LIVE STREAMING* TIKTOK *SHOP*

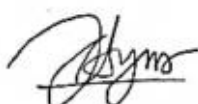
Dipersiapkan dan disusun oleh:

FAIZA GHEFIRA IRWANDI 2110116058

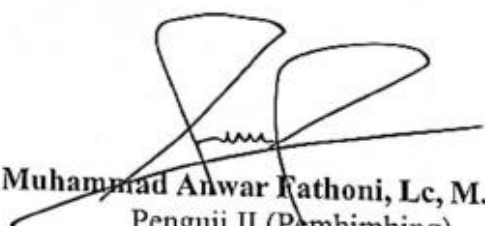
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 08 Januari 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.
Ketua Penguji




Tati Handayani, SE., MM.
Penguji I



Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Juhaedah, S.E, M.M.
Dekan



Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 14 Januari 2025

***Factors Affecting the Impulse Buying Behavior of Muslim
Communities through Live streaming Tiktok Shop DKI Jakarta***

By Faiza Ghefira Irwandi

Abstract

The use of e-commerce services in Indonesia reached 88.1% in online Shopping activities. People feel the convenience in the Shopping process, starting from the checkout stage to the on-site payment method or Cash on Delivery (COD). One of the e-commerce platforms that offers this convenience is TikTok Shop, which is equipped with a live streaming feature, thus encouraging the tendency of impulse buying behavior. This test aims to analyze the extent to which several factors influence impulse buying behavior. This test uses quantitative methods with Partial Least Square (PLS) analysis techniques and primary data obtained through questionnaires using Google Form. The results showed that Religiosity and Understanding of Islamic Consumption had no significant effect on Impulsive Buying Behavior, then Materialism and Fear of Missing Out (FOMO) had a significant positive effect on Impulsive Buying Behavior, so that DKI Jakarta Muslims tend to have a materialist attitude and tend to worry about lagging behind trends (FOMO). The limitations of this study are that the scope of the research area is still narrow, the research approach is still simple and the influencing variables are limited.

Keywords: *FOMO, live streaming, materialism, understanding of islamic consumption, religiosity.*

**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif
Masyarakat Muslim melalui *Live streaming* Tiktok Shop DKI
Jakarta**

Oleh Faiza Ghefira Irwandi

Abstrak

Penggunaan layanan e-commerce di Indonesia mencapai angka 88,1% dalam aktivitas belanja online. Masyarakat merasakan kemudahan dalam proses berbelanja, mulai dari tahap checkout hingga metode pembayaran di tempat atau *Cash on Delivery* (COD). Salah satu platform e-commerce yang menawarkan kemudahan tersebut adalah *TikTok Shop*, yang dilengkapi dengan fitur *live streaming*, sehingga mendorong kecenderungan perilaku pembelian impulsif. Pengujian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana beberapa faktor mempengaruhi perilaku pembelian impulsif. Pengujian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dan data primer yang diperoleh melalui kuesioner menggunakan Google Form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Religiusitas dan Pemahaman Konsumsi Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif, kemudian Materialisme dan *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Pembelian Impulsif, sehingga, masyarakat Muslim DKI Jakarta cenderung memiliki sikap materialis dan cenderung khawatir tertinggal tren (FOMO). Keterbatasan pada penelitian ini adalah cakupan wilayah penelitian masih sempit, pendekatan penelitian masih sederhana dan variabel yang mempengaruhi terbatas.

Kata kunci: FOMO, *live streaming*, materialisme, pemahaman konsumsi islam, religiusitas.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Rabu , tanggal 08 Januari 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Faiza Ghefira Irwandi

No.Pokok Mahasiswa : 2110116058

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF MASYARAKAT MUSLIM DKI JAKARTA MELALUI LIVE STREAMING TIKTOK SHOP

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* / ~~*Tidak Lulus*~~ *)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, SE.I., M.Si.,Ph.D	Ketua	1.
2	Tati Handayani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, MA.,CDIF.	Anggota II **)	3.

Jakarta, 08 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

Ade Nur Rohim, M.E.I.,CDIF.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunianya, penulis dapat diberikan kemampuan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif Masyarakat Muslim DKI Jakarta melalui *Live Streaming Tiktok Shop*”**. Maka, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF, selaku Kepala Program Studi S1 Ekonomi Syariah. Kepada Bapak Faizi S.E.I., M.Si., Ph.D selaku Ketua Penguji. Kepada Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si, CDIF selaku Penguji 1. Kepada Bapak Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc., MA., CDIF selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak masukan serta arahan terhadap penelitian penulis dan memberikan ilmu yang cukup bermanfaat.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Bapak Andi Irwandi dan Ibu Eva Hayaty selaku kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh, sehingga menjadi motivasi penuh tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Tidak lupa juga, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada kerabat terdekat penulis, yaitu Sdr. Andrey Naufal Arrizki, Safira Rizky Salsabila, Rizki Alam Syah, Andini, Juliana Dwi Putri, Dayanah Mutiarani Rahayu, Abiyyu Zikril, Muhammad Randhika, Safina Qonita dan Mahiera Afiya Zidanesya yang selalu membantu dan juga memberikan motivasi bagi penulis, serta terima kasih juga kepada seluruh Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2021 dan anggota Himpunan Mahasiswa S1 Ekonomi Syariah 2024 yang selalu memberikan dukungan yang cukup berarti bagi hidup penulis selama ini.

Cukup besar harapan penulis dengan dibuatnya karya ilmiah ini, agar dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 8 Januari 2025

Faiza Ghefira Irwandi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
Abstract	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Perilaku Pembelian Impulsif	11
2.1.2 Religiusitas.....	15
2.1.3 Materialisme.....	17
2.1.4 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	19
2.1.5 Pemahaman Konsumsi Islam	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Model Penelitian	38

2.4	Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
3.1.1	Definisi Operasional.....	40
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	41
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.2.1	Populasi	42
3.2.2	Sampel.....	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1	Jenis Data	43
3.3.2	Sumber Data.....	44
3.3.3	Pengumpulan Data	44
3.4	Teknik Analisis Data.....	44
3.4.1	Teknik Analisis	44
3.4.2	Analisis Statistik Deskriptif	45
3.4.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	46
3.4.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	46
3.4.5	Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.1	Perilaku Pembelian Impulsif.....	49
4.2	Deskripsi Data Penelitian	50
4.2.1	Deskripsi Data Responden	50
4.3	Analisis Data Deskriptif.....	52
4.4	Analisis dan Uji Hipotesis.....	60
4.4.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	61
4.4.2	Uji Hipotesis dan Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
4.5	Pembahasan.....	66
4.5.1	Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	67

4.5.2	Pengaruh Materialisme terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	68
4.5.3	Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	72
4.5.4	Pengaruh Pemahaman Konsumsi Islam terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		77
5.1	Simpulan	77
5.2	Keterbatasan Penelitian	77
5.3	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		80
RIWAYAT HIDUP		95
LAMPIRAN.....		97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Indonesia Masuk Jajaran 10 Negara Paling Sering Belanja Online..	2
Tabel 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Skala Likert.....	41
Tabel 3.2	Pengukuran Variabel.....	41
Tabel 3.3	Nilai Indeks.....	46
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	51
Tabel 4.4	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	51
Tabel 4.5	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.6	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	52
Tabel 4.7	Tabel <i>Outer Loadings</i>	61
Tabel 4.8	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	63
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.10	Uji T-Statistik.....	64
Tabel 4.11	<i>R-Square</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tokopedia dan Tiktok <i>Shop</i> di Indonesia (Februari 2024).....	4
Gambar 2.1	Model Penelitian	38
Gambar 4.1	Tanggapan Responden terhadap Perilaku Pembelian Impulsif....	53
Gambar 4.2	Tanggapan Responden terhadap Religiusitas.....	54
Gambar 4.3	Tanggapan Responden terhadap Materialisme	56
Gambar 4.4	Tanggapan Responden terhadap <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)..	58
Gambar 4.5	Tanggapan Responden terhadap Pemahaman Konsumsi Islam ...	59
Gambar 4.6	<i>Output</i> PLS.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Kartu Monitoring Bimbingan
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 190 Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7. *Output Outer* Model PLS
- Lampiran 8. Hasil *Output* Model PLS