



**PENGARUH *FREE SHIPPING PROMOTION, FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DAN *AVAILABILITY OF MONEY* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN SHOPEE DI KABUPATEN JOMBANG**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

Siti Nurhalimatus Sa'diyah

NIM : 3121016

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS BISNIS, BAHASA DAN PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM JOMBANG**

**2025**



**PENGARUH *FREE SHIPPING PROMOTION*, *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DAN *AVAILABILITY OF MONEY* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN SHOPEE DI KABUPATEN JOMBANG**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis



Oleh :

Siti Nurhalimatus Sa'diyah

NIM : 3121016

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS BISNIS, BAHASA DAN PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM JOMBANG**

**2025**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya yang tak terhingga. Tanpa petunjuk dan kekuatan dari-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Dr. dr. H. M. Zulfikar As'ad M.M.R. selaku Rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
2. Ibu Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M. selaku Dekan fakultas Bisnis Bahasa dan Pendidikan. Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang
3. Ibu Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I selaku Kepala Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dr. Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Ririn Susilawati, S.H.I, M.E.I selaku dosen pembimbing II, yang selalu sabar membimbing saya dari awal penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak Ibu dosen dan Civitas Akademik Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang, yang memberikan ilmu dan pengetahuan dari masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Totok Supriyadi dan Ibu Rina yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk bapak dan ibu.



7. Sahabat dan teman-teman saya yang telah menemani dalam suka maupun duka. Terima kasih atas segala waktu usaha dan dukungannya yang telah diberikan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat menjadi wawasan dan manfaat untuk orang lain. Aamiin.



## HALAMAN MOTTO

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar Bin Khattab)

“Ada yang mengatakan syarat mengerjakan Skripsi itu jatuh cinta atau patah hati.

Ya betul itu terjadi dan penulis mengalami keduanya, Tapi jangan lupa untuk bangkit ketika jatuh dan jangan lupa untuk tumbuh kembali ketika patah. So tetap semangat ya 😊”



HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *FREE SHIPPING PROMOTION*, *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DAN *AVAILABILITY OF MONEY* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN SHOPEE DI KABUPATEN JOMBANG

Oleh :

Siti Nurhalimatus Sa'diyah

NIM : 3121016

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing :

Dosen Pembimbing I,

Dr. Abid Darul Mukhoyaroh, S.Sos., M.Si

Tanggal :

Dosen Pembimbing II,

Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I

Tanggal :

Mengetahui,

Ketua Program Studi :

Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I



HALAMAN PENGESAHAN  
PENGARUH *FREE SHIPPING PROMOTION, FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DAN *AVAILABILITY OF MONEY* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA KONSUMEN SHOPEE DI KABUPATEN JOMBANG  
SKRIPSI

Oleh :

Siti Nurhalimatus Sa'diyah

NIM : 3121016

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal ..... bulan ....  
Tahun 2025 dan dinyatakan LULUS

Majelis Penguji

Ketua Penguji

Dr. Abid Datul Mukhlis, S.Sos., M.Si

Penguji I

Dina Eka Shofiana, S.E., M.A

Penguji II

Bambang Setyobudi, S.E., M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan

Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M



## PERNYATAAN

Nama : Siti Nurhalimatus Sa'diyah

NIM : 3121016

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh *Free Shipping Promotion, Fear Of Missing Out (Fomo)* Dan *Availability Of Money* Terhadap Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee di Kabupaten Jombang" merupakan karya saya sendiri, hal-hal yang bukan karya dari saya pada skripsi ini diberikan tanda citasi dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang diberikan, yaitu berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jombang, 25 Mei 2025

Yang membuat pernyataan

  
Siti Nurhalimatus Sa'diyah



## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan tambahan nikmat, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini, dalam proses skripsi ini, walaupun banyak kesulitan namun berkat bimbingan dari para dosen pembimbing saya, dan memberikan penjelasan mengenai skripsi, maka skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu terima kasih disampaikan kepada :

1. Tuhan yang maha Esa
2. Ibu Dr. Wiwik Maryati S.Sos.,MSM Selaku Dekan Fakultas Bisnis,Bahasa Dan Pendidikan
3. Ibu Ririn Susilawati, S.H.I, M.E.I. Selaku Kepala Prodi S1 Administrasi Bisnis
4. Ibu Dr. Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos., M.Si dan Ibu Ririn Susilawati, S.H.I, M.E.I selaku dosen pembimbing, yang selalu sabar membimbing saya dari awal penyusunan skripsi ini.
5. Kepada bapak Totok Supriyadi dan Ibu Rina, saya sangat berterimakasih sudah bekerja keras, memberi motivasi, dan mengizinkan saya untuk melanjutkan sekolah lagi beliau tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan semangat serta doa yang selalu mengiringi langkahku.
6. Kepada Sahabat-sahabat saya, yang selalu memberikan motivasi dan selalu support saya terus dan kebersamai dalam mengerjakan skripsi ini
7. Terakhir, kepada saya sendiri sang penulis Siti Nurhalimatus Sa'diyah, terimakasih untuk segala perjuangannya, kesabaran, terimakasih sudah



bertahan sejauh ini, bisa melalui rintangan dan tantangan yang akan datang.

Berbahagialah selalu kapanpun dan dimanapun kamu berada, mari rayakanlah dirimu serta teruslah bersinar dimanapun kamu berada.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan batasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan dunia pendidikan dan juga dapat memberikan wawasan kepada para konsumen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Jombang, 10 Januari 2025

( Penulis )



## ABSTRAK

**Pengaruh *Free Shipping Promotion*, *Fear Of Missing Out (FOMO)* dan *Availability Of Money* terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee di Kabupaten Jombang ; Siti Nurhalimatus Sa'diyah ; 3121016 ; Program Studi S1 Administrasi Bisnis; Fakultas Bisnis Bahasa dan Pendidikan; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.**

Pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia, khususnya pada *platform* Shopee, telah menyebabkan perubahan perilaku konsumen, salah satunya adalah meningkatnya Pembelian Impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Free Shipping Promotion*, *Fear Of Missing Out (FOMO)* dan *Availability Of Money* terhadap Pembelian Impulsif pada konsumen Shopee di Kabupaten Jombang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan analisis SEM melalui system Smart-PLS v.4.1.1.2 pengujian yang dilakukan yaitu *outer model*, *inner model*, dan uji hipotesis atau *bootstrapping*. Adapun sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 280 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa *Free Shipping Promotion (X1)* dengan T-stastistik 1.444 dan nilai P-value sebesar 0,149 yang berarti H1 **ditolak**, *Fear Of Missing Out (FOMO) (X2)* T-Stastistik 5,565 dan nilai P-value 0,000 yang berarti H2 **diterima**. *Availability Of Money (X3)* dengan nilai T-Stastistik 7,71 dan nilai P-value 0,000 yang berarti H3 **diterima**. Kemudian variabel *Free Shipping Promotion (X1)*, *Fear Of Missing Out (FOMO) (X2)* dan *Availability Of Money (X3)* dengan nilai F 358.925 dan nilai sig. 000 yang berarti H4 berpengaruh secara bersama-sama.

**Kata Kunci :** *Free Shipping Promotion*, *Fear Of Missing Out (FOMO)*, *Availability Of Money*, Pembelian Impulsif



## ABSTRACT

***The Influence of Free Shipping Promotion, Fear Of Missing Out (FOMO) and Availability Of Money on Impulse Buying of Shopee Consumers in Jombang Regency: Siti Nurhalimatus Sa'diyah, 3121016: Bachelor of Business Administration Study Program, Faculty of Business Language and Education: Darul Ulum Islamic Boarding School, Jombang.***

*The rapid development of e-commerce in Indonesia, especially on the Shopee platform, has caused changes in consumer behavior, one of which is the increase in Impulse Buying. This study aims to examine the Effect of Free Shipping Promotion, Fear Of Missing Out (FOMO) and Availability Of Money on Impulse Buying on Shopee consumers in Jombang Regency. This study uses a descriptive quantitative method with SEM analysis through the Smart-PLS v.4.1.1.2 system, the tests carried out were outer model, inner model, and hypothesis testing or bootstrapping. The sample used in this study was 280 respondents. Based on the results of the study obtained that Free Shipping Promotion (X1) with a T-statistic of 1,444 and a P-value of 0.149 which means H1 is rejected, Fear Of Missing Out (FOMO) (X2) T-Statistic 5.565 and a P-value of 0.000 which means H2 is accepted. Availability Of Money (X3) with a T-Statistic value of 7.71 and a P-value of 0.000, which means H3 is accepted. Then the variables Free Shipping Promotion (X1), Fear Of Missing Out (FOMO) (X2) and Availability Of Money (X3) with an F value of 358.925 and a sig. 000, which means H4 has a joint effect.*

***Keywords:*** *Free Shipping Promotion, Fear Of Missing Out (FOMO), Availability Of Money, Impulse Buying*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>PERNYATAAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori .....	19
2.2.1 Perilaku Konsumen .....	19
2.2.2 Pembelian Impulsif .....	20



2.2.3	<i>Free Shipping Promotion</i> .....	23
2.2.4	<i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i> .....	24
2.2.5	<i>Availability Of Money</i> .....	25
2.4.6	Marketplace.....	27
2.3	Kerangka Pemikiran.....	29
2.4	Hubungan Antar Variabel.....	30
2.4.1	Hubungan <i>FSP</i> Terhadap Pembelian Impulsif.....	30
2.4.2	Hubungan ( <i>FOMO</i> ) Terhadap Pembelian Impulsif.....	31
2.4.3	Hubungan <i>Availability Of Money</i> Terhadap Pembelian Impulsif.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		34
3.1	Desain Penelitian.....	34
3.2	Waktu dan lokasi penelitian.....	35
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3.1	Populasi.....	36
3.3.2	Sampel.....	36
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.4	Variabel, Indikator, dan Definisi Operasional.....	39
3.4.1	Variabel.....	39
3.4.2	Definisi Operasional dan Indikator.....	41
3.5	Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....	43
3.5.1	Kerangka Konseptual.....	43
3.5.2	Hipotesis.....	44
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6.1	Sumber Primer.....	45
3.7	Skala Pengukuran Data.....	47



3.7.1	Garis Kontinum.....	47
3.8	Teknik Analisis Data .....	48
3.8.1	<i>Struktural Equation Modeling (SEM)</i> .....	49
3.8.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	50
3.8.3	<i>Analisa Outer Model (Model pengukuran)</i> .....	51
3.8.4	<i>Analisa Inner Model (model structural)</i> .....	54
3.8.5	Uji Hipotesis .....	55
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN</b> .....	<b>57</b>
4.1	Penyajian Data.....	57
4.1.1	Gambaran Umum .....	57
4.1.2	Free Shipping Promotion Shopee.....	60
4.2	Data Fokus Penelitian.....	62
4.2.1	Analisis Sampel.....	62
4.2.2	Analisis Deskriptif Responden.....	63
4.2.3	Deskripsi Identitas Sampel.....	91
4.3	Pengujian SEM-PLS.....	102
4.3.1	Convergent Validity .....	102
4.3.2	Discriminant Validity.....	106
4.3.3	Composite Reliability .....	108
4.3.4	Second Order Confirmatory Analysis.....	109
4.3.5	Evaluasi Model Struktural.....	111
4.3.6	Uji Hipotesis .....	112
4.3.7	Uji F-Square .....	115
4.4	Analisis Dan Interpretasi Data .....	117
4.4.1	Analisis.....	117



4.4.2	Interpretasi Data .....	120
4.5	Keterbatasan Penelitian .....	128
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>130</b>
5.1	Kesimpulan.....	130
5.2	Saran.....	131
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>134</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>140</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 kunjungan e-commerce paling banyak.....	2
Gambar 1. 2 Pengguna Shopee di Jawa Timur .....	7
Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran .....	29
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual .....	43
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	58
Gambar 4. 2 Event Promosi Shopee .....	59
Gambar 4. 3 Free Shipping Promotion Shopee.....	61
Gambar 4. 4 Garis Kontinum Variabel <i>Free Shipping Promotion</i> .....	64
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Variabel FOMO.....	69
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Variabel <i>Availability Of Money</i> .....	76
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Variabel Pembelian Impulsif.....	84
Gambar 4. 8 Hasil Uji Outer Model.....	103
Gambar 4. 9 Hasil Uji Outer Model Estimasi Ulang .....	105
Gambar 4. 10 Hasil uji outer model setelah estimasi ulang.....	109



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian .....	41
Tabel 3. 2 Skala likert .....	47
Tabel 3. 3 Kategori Interpretasi Data .....	48
Tabel 4. 1 Analisis sampel .....	63
Tabel 4. 2 Deskripsi Variabel Free Shipping Promotion .....	63
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel FOMO .....	68
Tabel 4. 4 Jumlah Jawaban AOM .....	75
Tabel 4. 5 Deskripsi variabel Pembelian impulsif .....	83
Tabel 4. 6 Jenis Kelamin Responden .....	91
Tabel 4. 7 Usia Responden.....	93
Tabel 4. 8 Pendidikan responden .....	94
Tabel 4. 9 Pekerjaan Responden .....	96
Tabel 4. 10 Pendapatan responden.....	97
Tabel 4. 11 Pengguna Shopee .....	98
Tabel 4. 12 Domisili Responden.....	99
Tabel 4. 13 Frekuensi Pembelian Responden .....	101
Tabel 4. 14 <i>Convergent Validity</i> .....	102
Tabel 4. 15 Nilai loading faktor I.....	104
Tabel 4. 16 Nilai loading faktor setelah di reduksi .....	105
Tabel 4. 17 Nilai Cross Loading .....	107
Tabel 4. 18 Konstruk reliabilitas dan validitas.....	108



Tabel 4. 19 Path coefficient .....	109
Tabel 4. 20 R-Square.....	111
Tabel 4. 21 Hasil uji T-statistik.....	114
Tabel 4. 22 Tabel F-Square.....	115