UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**ANALISIS MOTIVASI INTRINSIK, FOMO, DAN PENGGUNAAN PAYLATER PADA KONSUMEN MUDA INDONESIA SEBAGAI
PEMICU IMPULSIVITAS PEMBELIAN SEPATU LARI**
PANJI RAHARDIAN ARYA PAMUNGKAS, Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi hedonis, emosi positif, penggunaan *paylater*, materialisme, dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap sikap belanja daring dan perilaku pembelian impulsif dalam konteks pembelian sepatu lari di Indonesia. Latar belakang penelitian ini dipicu oleh pesatnya pertumbuhan *e-commerce* dan tren olahraga lari yang menggeser fungsi sepatu lari dari sekadar alat olahraga menjadi simbol identitas *sport fashion* yang prestisius. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner daring kepada responden yang memiliki pengalaman membeli sepatu lari secara daring. Data diolah menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji 11 hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif signifikan terhadap materialisme, emosi positif, dan sikap belanja daring. Emosi positif juga terbukti memicu penggunaan *paylater* dan meningkatkan rasa FOMO. Lebih lanjut, sikap belanja daring dan FOMO memiliki pengaruh positif terhadap pembelian impulsif daring. Namun, penelitian ini menemukan bahwa penggunaan *paylater* tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap belanja daring maupun pembelian impulsif, yang mengindikasikan bahwa responden tetap mengedepankan kontrol diri dan pertimbangan teknis dalam membeli sepatu lari. Selain itu, materialisme juga ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif pada komunitas ini.

Kata Kunci: Motivasi Hedonis, FOMO, *Paylater*, Pembelian Impulsif Daring.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**ANALISIS MOTIVASI INTRINSIK, FOMO, DAN PENGGUNAAN PAYLATER PADA KONSUMEN MUDA INDONESIA SEBAGAI
PEMICU IMPULSIVITAS PEMBELIAN SEPATU LARI**
PANJI RAHARDIAN ARYA PAMUNGKAS, Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of hedonic motivation, positive emotions, paylater usage, materialism, and Fear of Missing Out (FOMO) on online shopping attitudes and impulsive buying behavior in the context of running shoes purchasing in Indonesia. The research is motivated by the rapid growth of e-commerce and the rising running trend, which has shifted the function of running shoes from mere athletic gear to a prestigious symbol of sport fashion identity. A quantitative research method was employed, utilizing online questionnaires distributed to respondents with experience in purchasing running shoes online. The data were processed using Structural Equation Modeling (SEM) to test 11 proposed hypotheses. The results indicate that hedonic motivation has a significant positive effect on materialism, positive emotions, and online shopping attitudes. Positive emotions were also found to trigger paylater usage and increase FOMO. Furthermore, online shopping attitudes and FOMO have a positive influence on online impulse buying. However, this study found that paylater usage does not significantly affect online shopping attitudes or impulsive buying, suggesting that respondents still prioritize self-control and technical considerations when purchasing running shoes. Additionally, materialism was found to have no significant impact on impulse buying within this product category.

Keywords: *Hedonic Motivation, FOMO, Paylater, Online Impulse Buying*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**ANALISIS MOTIVASI INTRINSIK, FOMO, DAN PENGGUNAAN PAYLATER PADA KONSUMEN MUDA INDONESIA SEBAGAI
PEMICU IMPULSIVITAS PEMBELIAN SEPATU LARI**
PANJI RAHARDIAN ARYA PAMUNGKAS, Bayu Sutikno, S.E., M.S.M., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/