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/

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan ii
Halaman Pernyataan iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN xi
INTISARI xii
ABSTRACT xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Pertanyaan Penelitian 8
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat Penelitian 9
1.6 Lingkup Penelitian 10
1.7 Sistematika Penulisan 10
BAB II LANDASAN TEORI & PERUMUSAN HIPOTESIS 12
2.1 Teori Determinasi Diri 12
2.2 Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory 14
2.3 Pembelian Impulsif 15
2.4 Materialisme 16
2.5 Motivasi Hedonis 18
2.6 Emosi Positif 19
2.7 FOMO 20
2.8 Sikap Belanja Daring 22
2.9 Penggunaan *Paylater* 23
2.10 Penelitian Terdahulu 24
2.11 Perumusan Hipotesis 28

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/

2.11.1 Pengaruh Motivasi Hedonis pada Materialisme 28
2.11.2 Pengaruh Motivasi Hedonis pada Sikap Belanja Daring 29
2.11.3 Pengaruh Motivasi Hedonis pada Emosi Positif 29
2.11.4 Pengaruh Emosi Positif pada Sikap Belanja Daring 30
2.11.5 Pengaruh Emosi Positif pada Penggunaan *Paylater* 31
2.11.6 Pengaruh Emosi Positif pada FOMO 32
2.11.7 Pengaruh Penggunaan *Paylater* pada Sikap Belanja Daring 32
2.11.8 Pengaruh Materialisme pada Pembelian Impulsif Daring 34
2.11.9 Pengaruh Sikap Belanja Daring pada Pembelian Impulsif Daring . 35
2.11.10 Pengaruh Penggunaan *Paylater* pada Pembelian Impulsif Daring .. 35
2.11.11 Pengaruh FOMO pada Pembelian Impulsif Daring 36
2.11.12 Model Penelitian 37
BAB III METODE PENELITIAN 38
3.1 Desain Penelitian 38
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 38
3.3 Teknik Pengumpulan Data 39
3.4 Instrumen Penelitian 40
3.4.1 Definisi Operasional Variabel 40
3.5 Uji Instrumen 48
3.5.1 Uji *Outer Model* 49
3.6 Uji Hipotesis 51
3.6.1 Uji *Inner Model* 51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 53
4.1 Hasil Pengumpulan Data 53
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian 54
4.2.1 Uji *Outer Model* 54
4.3 Profil Responden 60
4.4 Statistik Deskriptif 64
4.5 Pengujian Hipotesis 70
4.5.1 Uji *Inner Model* 70
4.6 Pembahasan 76
4.6.1 Motivasi Hedonis pada Materialisme 76

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/

4.6.2 Motivasi Hedonis pada Sikap Belanja Daring 78
4.6.3 Motivasi Hedonis pada Emosi Positif 79
4.6.4 Emosi Positif pada Sikap Belanja Daring 80
4.6.5 Emosi Positif pada Penggunaan *Paylater* 82
4.6.6 Emosi Positif pada FOMO 84
4.6.7 Penggunaan *Paylater* pada Sikap Belanja Daring 86
4.6.8 Materialisme pada Pembelian Impulsif Daring 89
4.6.9 Sikap Belanja Daring pada Pembelian Impulsif Daring 91
4.6.10 Penggunaan *Paylater* pada Pembelian Impulsif Daring 93
4.6.11 FOMO pada Pembelian Impulsif Daring 96
BAB V SIMPULAN 98
5.1 Simpulan 98
5.2 Implikasi Manajerial 100
5.3 Keterbatasan Penelitian 102
5.4 Saran 103
DAFTAR PUSTAKA 106
LAMPIRAN 111

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/

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jenis Barang Yang Banyak Dibeli Dengan *Paylater* 3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 25
Tabel 3. 1 Skala *Likert* 40
Tabel 3. 2 Item Pengukuran Materialisme 42
Tabel 3. 3 Item Pengukuran Motivasi Hedonis 43
Tabel 3. 4 Item Pengukuran Emosi Positif 44
Tabel 3. 5 Item Pengukuran FOMO 45
Tabel 3. 6 Item Pengukuran Sikap Belanja Daring 46
Tabel 3. 7 Item Pengukuran *Paylater* 47
Tabel 3. 8 Item Pengukuran Pembelian Impulsif Daring 48
Tabel 4. 1 Jumlah Pertanyaan Penelitian 53
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Tanggapan Responden 53
Tabel 4. 3 Nilai *Loading Factor* 56
Tabel 4. 4 Nilai AVE 57
Tabel 4. 5 Nilai *Cross Loadings* 58
Tabel 4. 6 Nilai Reliabilitas Konsistensi Internal 60
Tabel 4. 7 Profil Demografi Responden 61
Tabel 4. 8 Perilaku Responden 63
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif 65
Tabel 4. 10 Nilai R^2 71
Tabel 4. 11 Nilai f^2 73
Tabel 4. 12 Nilai Q^2 75
Tabel 4. 13 Nilai Koefisien Jalur 75

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/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Riwayat Gagal Bayar *Paylater* Tiap Generasi 4

Gambar 1.2 Jumlah *Event* Lari di Indonesia (2025) 5

Gambar 2. 1 Model Penelitian 37

Gambar 4. 1 Hasil Uji *Outer Model* 54

Gambar 4. 2 Hasil *Inner Model* 70

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/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 111

Lampiran 2. Hasil Pengujian 116