

**Analisis Faktor yang Berkontribusi Terhadap Perilaku Belanja
Impulsif Pengguna di Shopee dengan Pendekatan Fogg
Behavior Model**

Tugas Akhir

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana Sistem Informasi



Ngurah Arta Nadi Putra

NPM: 211711557

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

ANALISIS FAKTOR YANG BERKONTRIBUSI TERHADAP PERILAKU BELANJA IMPULSIF PENGGUNA DI SHOPEE DENGAN PENDEKATAN FOGG BEHAVIOR MODEL

yang disusun oleh

Ngurah Arta Nadi Putra

211711557

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 26 Juli 2025

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Hendro Gunawan, S.Si., M.T.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Emanuel Ristian Handoyo, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Julius Galih Prima Negara, S.Kom., S.A.P., M.Kom.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 26 Juli 2025

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ngurah Arta Nadi Putra
NPM : 211711557
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Teknologi Industri
Judul Penelitian : Analisis Faktor yang Berkontribusi Terhadap Perilaku Belanja Impulsif Pengguna di Shopee dengan Pendekatan *Fogg Behavior Model*

Menyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak merupakan salinan sebagian atau keseluruhan dari karya orang lain.
2. Memberikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, berupa Hak Bebas Royalti non eksklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas Penelitian ini, dan berhak menyimpan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkan untuk kepentingan akademis, tanpa perlu meminta izin selama tetap mencantumkan nama penulis.
3. Bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum yang mengikuti atas pelanggaran Hak Cipta dalam pembuatan skripsi ini.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 26 Juli 2025
Yang menyatakan,



Ngurah Arta Nadi Putra
211711557

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Sistem Informasi.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan berkat dan rahmat-Nya dalam mengerjakan penulisan Tugas Akhir.
2. Ibu Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing 1 sekaligus orang tua kedua di Jogja, yang senantiasa mendengarkan curhatan penulis, memberikan bimbingan, penghiburan, dan dukungan selama penulis berkuliah.
3. Bapak Hendro Gunawan, S.Si., M.T., selaku Dosen Pembimbing 2 yang selalu membantu dan membimbing penulis selama pengerjaan Tugas Akhir ini berlangsung.
4. Bapak Julius Galih Prima Negara, S.Kom., S.A.P., M., selaku dosen pembimbing akademik sekaligus Kepala Program Studi Sistem Informasi, yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berarti dari awal hingga akhir proses penyusunan tugas akhir ini.
5. Orang Tua dan Keluarga, atas dukungan emosional yang luar biasa melalui doa dan motivasi dari jauh, serta selalu merangkul penulis dengan penuh kasih sayang untuk selalu melihat sisi positif dalam setiap tantangan yang dihadapi.
6. Rekan-rekan seperjuangan, baik dari dalam maupun luar kampus, atas dukungan, kebersamaan, kerja sama, dan kerja kerasnya yang sangat bermakna di hati penulis. Terima kasih telah saling menguatkan dalam bentuk lawakan, jajanan, makan bersama, ibadah bersama, bernyanyi bersama, apresiasi, hingga pelukan dan pundak penuh empati.

Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

serta menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian serupa di masa mendatang.

Yogyakarta, 26 Juli 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ngurah' followed by a stylized surname.

Ngurah Arta Nadi Putra

211711557

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku belanja impulsif pengguna aplikasi Shopee dengan menggunakan pendekatan Fogg Behavior Model (FBM), yang mencakup elemen motivasi, kemampuan, dan pemicu. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan mix method, menggabungkan survei kuantitatif terhadap 387 responden dengan wawancara kualitatif terpilih. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga elemen FBM memiliki hubungan signifikan terhadap perilaku belanja impulsif, baik dari sisi kognitif maupun afektif. Faktor motivasi terbukti sebagai elemen paling dominan dengan korelasi sangat kuat terhadap kedua aspek perilaku impulsif, diikuti oleh kemampuan dan pemicu. Dorongan emosional seperti keinginan mendapatkan diskon dan kenyamanan dalam berbelanja secara online menjadi pendorong utama. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengembang aplikasi e-commerce untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam memahami dan mengelola perilaku pengguna.

Kata Kunci: *Belanja impulsif, Shopee, Fogg Behavior Model, Motivasi Pengguna, Perilaku Konsumen.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the key factors influencing impulsive buying behavior among Shopee users using the Fogg Behavior Model (FBM), which comprises motivation, ability, and prompt elements. The research employs a mixed-methods approach, combining a quantitative survey of 387 respondents with selected qualitative interviews. The findings reveal that all three FBM elements have significant relationships with impulsive buying behavior, both cognitively and affectively. Motivation emerged as the most dominant factor, showing a very strong correlation with both behavioral aspects, followed by ability and prompt. Emotional drivers such as the desire for discounts and the convenience of online shopping are key contributors. This study offers valuable insights for e-commerce application developers to design more effective strategies in understanding and managing user behavior.

Keywords: Impulsive Buying, Shopee, Fogg Behavior Model, User Motivation, Consumer Behavior.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Batasan Masalah.....	4
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Bagan Keterkaitan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Studi Sebelumnya	11
2.2. Dasar Teori.....	31
2.2.1. Perilaku Belanja Impulsif.....	31
2.2.2. Fogg Behavior Model (FBM)	32
2.2.3. Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
1.1. Metode Penelitian	38
1.2. Tahapan Penelitian	38
1.3. Studi Literatur	39
1.4. Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian	40
1.5. Penyusunan Instrumen Pertanyaan	41
1.6. Pengumpulan Data	45
1.6.1. Uji Validitas	46
1.6.2. Uji Reliabilitas.....	47
1.7. Pengolahan dan Analisis Data.....	47
1.7.1. Uji Normalitas Data.....	47
1.7.2. Analisis Deskriptif.....	48
1.7.3. Uji Korelasi	49
1.8. Interpretasi dan Diskusi Hasil Analisis	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Karakteristik Responden	50
4.1.1. Usia Responden	50
4.1.2. Jenis Kelamin.....	51
4.1.3. Durasi Penggunaan Aplikasi Shopee.....	52
4.1.4. Frekuensi Transaksi.....	53
4.1.5. Estimasi Pengeluaran.....	54
4.1.6. Kategori Produk Terfavorit	55
4.2. Pengolahan Data.....	56
4.2.1. Uji Validitas	56
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	58
4.2.3. Analisis Deskriptif.....	59
4.2.4. Uji Normalitas	59
4.2.5. Uji Korelasi	60
4.2.6. Analisis dan Interpretasi hasil	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Fogg Behavior Model</i>	35
Gambar 2.2. Gambar Kerangka Pemikiran	36
Gambar 3.1. Tahapan Penelitian	39
Gambar 4.1. Usia Responden	51
Gambar 4.2. Jenis Kelamin Responden.....	52
Gambar 4.3. Durasi Penggunaan Aplikasi Shopee	53
Gambar 4.4. Frekuensi Transaksi pada Aplikasi Shopee	54
Gambar 4.5. Estimasi Pengeluaran pada Aplikasi Shopee.....	55
Gambar 4.6. Kategori Produk Terfavorit pada Aplikasi Shopee	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1. Instrumen Pertanyaan	42
Tabel 3.2. Skala Likert	45
Tabel 3.3. Hubungan Koefisien Rata-Rata	48
Tabel 3.4. Hubungan Koefisien Korelasi	49
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.2. Hasil Uji Realibilitas	58
Tabel 4.3. Nilai Mean Setiap Variabel	59
Tabel 4.4. Hasil Uji Normalitas Data dengan <i>Kolmogorov Smirnov</i>	60
Tabel 4.5. Hasil Uji Korelasi dengan <i>Spearman Rank Correlation</i>	61