Tugas Akhir

Pengaruh *Limited Time Scarcity dan Social Influence* terhadap *Impulsive Buying* melalui *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Arousal* pada Pemain *Mobile Legends* Generasi Z



Disusun oleh:

Christopher Stanley Yan / 221711845

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2026

Halaman Pengesahan

Tugas Akhir Berjudul

PENELITIAN INI MENGUSULKAN PENGARUH LIMITED TIME SCARCITY DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP IMPULSIVE BUYING MELALUI FOMO DAN AROUSAL PADA PEMAIN MOBILE LEGENDS GENERASI Z

yang disusun oleh

Christopher Stanley Yan

221711845

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 23 Juli 2026

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Hendro Gunawan, S.Si., M.T.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Dr. Fl. Sapty Rahayu, S.T., M.Kom.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Hendro Gunawan, S.Si., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Elisabeth Marsella, S.S., M.Li.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 23 Juli 2026

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Prof. Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T., IPU, ASEAN Eng.

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	: Christopher Stanley Yan
NPM	221711845
Program Studi	: Sistem Informasi
Fakultas	: Teknologi Industri
Universitas	: Atma Jaya Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

"Pengaruh Limited Time Scarcity dan Social Influence terhadap Impulsive Buying melalui Fear of Missing Out (FoMO) dan Arousal pada Pemain Mobile Legends Generasi Z"

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Seluruh ide, data, analisis, pembahasan, serta kesimpulan dalam penelitian ini merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang telah dirujuk dan dicantumkan sumbernya sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Saya tidak melakukan plagiarisme dalam bentuk apa pun, baik sebagian maupun seluruh isi karya ilmiah ini. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima segala konsekuensi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun.

Yogyakarta, 23 Juli 2026

Yang menyatakan,



Christopher Stanley Yan

221711845

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **"Pengaruh *Limited Time Scarcity* dan *Social Influence* terhadap *Impulsive Buying* melalui *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Arousal* pada Pemain *Mobile Legends* Generasi Z"** dengan baik. Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Sistem Informasi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan industri game digital yang semakin pesat serta munculnya berbagai mekanisme yang berpotensi memengaruhi perilaku pengguna, khususnya dalam konteks *impulsive buying* pada pemain *game mobile*.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, keluarga, dan semua pihak yang telah memberikan motivasi selama proses penelitian dan penulisan. Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta perkembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 23 Febuari 2026



Christopher Stanley Yan

DAFTAR ISI

Tugas Akhir i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR LAMPIRAN ix
ABSTRAK x
ABSTRACT 11
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 2
1.3. Pertanyaan Penelitian 3
1.4. Batasan Masalah 3
1.5. Tujuan Penelitian 4
1.6. Manfaat Penelitian 4
1.7. Bagan Keterkaitan 5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 6
2.1. Studi Sebelumnya 6
2.1.1. Narasi Studi Sebelumnya 6
2.1.2. Tabel Perbandingan Studi Sebelumnya 7
2.2. Dasar Teori 9
2.2.1. Teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) 9
2.2.1.1 *Stimulus* (S) 10
2.2.1.2 *Organism* (O) 10
2.2.1.3 *Response* (R) 11
2.2.1.4 Relevansi Teori S-O-R terhadap Topik Penelitian 11
2.2.2. *Impulsive Buying* 12
2.2.3. *Fear of Missing Out* (FoMO) 13
2.2.4. *Arousal* 14
2.2.5. *Limited Time Scarcity* 15
2.2.6. *Social Influence* 16
2.2.7. Generasi Z 16
2.2.8. Ekosistem *Freemium* dan *Microtransaction* pada *Mobile Game* 16

2.3. Pengembangan Hipotesis 17
2.3.1. Pengaruh *Limited Time Scarcity* terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) 17
2.3.2. Pengaruh *Limited Time Scarcity* terhadap *Arousal* 18
2.3.3. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Fear of Missing Out* (FoMO) 18
2.3.4. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Arousal* 19
2.3.5. Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *Impulsive Buying* 20
2.3.6. Pengaruh *Arousal* terhadap *Impulsive Buying* 21
2.3.7. Pengaruh *Limited Time Scarcity* terhadap *Impulsive Buying* 21
2.3.8. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Impulsive Buying* 22
2.3.9. Peran Mediasi FoMO dan *Arousal* 22
2.3.10. Model Penelitian 23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 25
3.1. Tahapan Penelitian 25
3.1.1. Identifikasi Masalah 27
3.1.2. Penentuan Penelitian 27
3.1.3. Penentuan Populasi dan Sampel 28
3.1.3.1 Populasi 28
3.1.3.2 Teknik Sampling 28
3.1.3.3 Kriteria Responden 28
3.1.3.4 Penentuan Jumlah Sampel 28
3.1.4. Metode Pengumpulan Data 29
3.1.4.1 Metode Pertanyaan Terbuka 31
3.1.5. Metode Analisis Data 32
3.1.5.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 33
3.1.5.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) dan Pengujian Hipotesis 33
3.1.6. Hasil dan Pembahasan 34
3.1.7. Kesimpulan dan Saran 35
3.2. Metode Penelitian 35
3.2.1. Alat yang digunakan 36
3.2.2. Definisi Operasional Variabel 36
3.2.3. Operasional Variabel 37
BAB IV Hasil dan Pembahasan 39
4.1. Pilot test 39
4.1.1. Uji Validitas Konvergen (pilot test) 39
4.1.2. Uji Reliabilitas (pilot test) 40
4.2. Gambaran Umum dan Profil Responden 41

4.2.1. Karakteristik Demografi Responden 41
4.2.2. Profil Perilaku Bermain dan Transaksi 44
4.3. Analisis Deskriptif 46
4.3.1. Analisis Deskriptif Variabel *Stimulus* 47
4.3.2. Analisis Deskriptif Variabel *Organism* 47
4.3.3. Analisis Deskriptif Variabel *Response* 48
4.4. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) 49
4.4.1. Uji Validitas Konvergen 50
4.4.1.1 *Loading Factor* 50
4.4.1.2 *Average Variance Extracted (AVE)* 51
4.4.2. Uji Validitas Diskriminan 52
4.4.3. Uji Reliabilitas 53
4.5. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) 54
4.5.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2) 54
4.5.2. Uji Ukuran Efek (f^2) 55
4.5.3. Uji Relevansi Prediktif (Q^2) 55
4.5.4. Pengujian Hipotesis Jalur Langsung (Direct Effect) 56
4.5.5. Pengujian Efek Mediasi (*Indirect Effect*) 59
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian 60
4.6.1. Pembentukan Kondisi Psikologis (Fase *Stimulus* ke *Organism*) 61
4.6.2. Melesatnya Transaksi Spontan (Fase *Organism* ke *Response*) 62
4.6.3. Dampak Langsung dan Peran Mediasi (Efek *Direct* dan *Indirect*) 62
4.6.4. Rangkuman Data Pertanyaan Terbuka 63
BAB V Kesimpulan dan Saran 65
5.1. Kesimpulan 65
5.2. Saran 65
DAFTAR PUSTAKA 67
LAMPIRAN 71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Diagram Bagan Keterkaitan 5
Gambar 2. SOR Model 24
Gambar 3. Flowchart Tahapan Penelitian 27
Gambar 4. Data Demografi Gender 42
Gambar 5. Data Demografi Domisili 42
Gambar 6. Data Demografi Status 43
Gambar 7. Data Demografi Penghasilan 43
Gambar 8. Data Demografi Lama Waktu Bermain 44
Gambar 9. Data Demografi Status Keaktifan 44
Gambar 10. Data Demografi Platform Top-up 45
Gambar 11. Data Demografi Objek Top-up 45
Gambar 12. Data Demografi Rata-rata Top-up 46
Gambar 13. Hasil Uji Model Penelitian tahap awal 49
Gambar 14. Hasil Uji Model Penelitian 50

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Perbandingan Penelitian 7
Tabel 2. Tabel Operasional Variabel 37
Table 3. Loading Factor (pilot test) 39
Table 4. AVE (pilot test) 40
Table 5. Construct Reliability (Pilot test) 40
Tabel 6. Analisis Deskriptif Variabel Stimulus 47
Tabel 7. Analisis Deskriptif Variabel Organism 47
Tabel 8. Analisis Deskriptif Variabel Response 48
Tabel 9. Loading Factor 50
Tabel 10. Average Variance Extracted (AVE) 51
Tabel 11. Fornell Larcker criterion 52
Tabel 12. HTMT Ratio 52
Tabel 13. Construct Reliability 53
Table 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 54
Tabel 15. Hasil Uji Ukuran Efek (f^2) 55
Tabel 16. Q-Square 56
Tabel 17. Hasil Uji Hipotesis (Direct Effect) 57
Tabel 18. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh (Indirect Effect) 59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. pilot test 71
Lampiran 2. Hasil Uji Outer Model 73
Lampiran 3. Hasil Uji Inner Model 74
Lampiran 4. Dokumentasi bukti penyebaran kuesioner 77
Lampiran 5. Turnitin 83
Lampiran 6. Form Revisi Tugas Akhir 83

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Limited Time Scarcity* dan *Social Influence* terhadap perilaku *Impulsive Buying* melalui mediasi *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Arousal* pada pemain Mobile Legends Generasi Z dengan mengadopsi kerangka teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R). Menggunakan pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring terhadap 442 responden pemain aktif yang kemudian dianalisis dengan metode *Structural Equation Modeling - Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian membuktikan bahwa *Limited Time Scarcity* dan *Social Influence* tidak hanya secara langsung memengaruhi terjadinya *Impulsive Buying* secara positif dan signifikan, tetapi juga efektif memicu terbentuknya kondisi emosional berupa FoMO dan *Arousal*. Selain itu, FoMO dan *Arousal* terkonfirmasi secara signifikan berperan sebagai mediator parsial yang menjembatani hubungan antara stimulus lingkungan permainan dengan tindakan transaksi impulsif tersebut. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa taktik promosi berbatas waktu dan desakan gengsi dari komunitas terbukti mengeksploitasi kerentanan psikologis pemain, sehingga berujung pada keputusan pembelian yang spontan serta tidak terencana.

Kata Kunci: *Impulsive Buying, Limited Time Scarcity, Social Influence, Fear of Missing Out (FoMO), Arousal, Mobile Legends, Generasi Z.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Limited Time Scarcity and Social Influence on Impulsive Buying behavior through the mediation of Fear of Missing Out (FoMO) and Arousal among Generation Z Mobile Legends players by adopting the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theoretical framework. Utilizing a quantitative approach, data was collected via an online questionnaire distributed to 442 active players and subsequently analyzed using the Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS) method. The research findings demonstrate that Limited Time Scarcity and Social Influence not only have a direct, positive, and significant impact on Impulsive Buying, but also effectively trigger emotional states in the form of FoMO and Arousal. Furthermore, FoMO and Arousal are confirmed to significantly act as partial mediators bridging the relationship between gaming environment stimuli and impulsive transaction behavior. Overall, it can be concluded that time-limited promotional tactics and social prestige pressure from the community are proven to exploit players' psychological vulnerabilities, ultimately leading to spontaneous and unplanned purchasing decisions.

Keywords: Impulsive Buying, Limited Time Scarcity, Social Influence, Fear of Missing Out (FoMO), Arousal, Mobile Legends, Generation Z.