

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN
IMPULSIF KONSUMEN PADA PEMASARAN SIARAN LANGSUNG**



SKRIPSI

Oleh:

NAJWA AULIA YUZWANISA

2210113220021

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

JUNI 2026

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN
IMPULSIF KONSUMEN PADA PEMASARAN SIARAN LANGSUNG**

Oleh:

NAJWA AULIA YUZWANISA

2210113220021

Skripsi

**diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana
Pendidikan Jurusan Pendidikan Ekonomi**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Najwa Aulia Yuzwanisa

NIM : 2210113220021

Jurusan : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi saya berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN PADA PEMASARAN SIARAN LANGSUNG”** Ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Selain itu, sumber informasi yang dikutip dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila pada kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Banjarmasin, 23 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



Najwa Aulia Yuzwanisa

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Najwa Aulia Yuzwanisa
NIM : 2210113220021
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian
Impulsif Konsumen Pada Pemasaran Siaran Langsung

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.

Banjarmasin, 23 Juni 2026

Pembimbing I,



Dr. Ananda Setiawan, M.Pd.
NIP 19940509 201903 1 009

Pembimbing II,



Dr. Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbusang, M.Pd.
NIP 19821124 200812 1 004

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen pada Pemasaran Siaran Langsung.

Yang disusun oleh: Najwa Aulia Yuzwanisa, NIM: 2210113220021, ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 23 Juni 2026.

Dewan Penguji

Pembimbing I



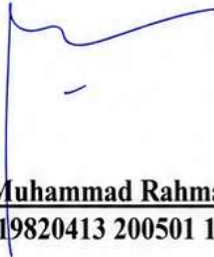
Dr. Ananda Setiawan, M.Pd.
NIP 19940509 201903 1 009

Pembimbing II



Dr. Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbuysang, M.Pd.
NIP 19821124 200812 1 004

Penguji I



Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd.
NIP 19820413 200501 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd.
NIP 19820413 200501 1 001

ABSTRAK

Najwa Aulia Yuzwanisa, 2026. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen pada Pemasaran Siaran Langsung. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. (Pembimbing I : Dr. Ananda Setiawan, M.Pd. Pembimbing II : Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbusang, M.Pd).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik *streamer*, komentar *online*, batas waktu promosi, kepercayaan yang dirasakan dan nilai yang dirasakan terhadap pembelian impulsif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antar variabel. Responden penelitian terdiri dari masyarakat Kalimantan Selatan yang pernah menonton siaran langsung. Data dikumpulkan dari 270 responden yang sesuai dengan kriteria. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang diukur menggunakan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik *streamer* dan batas waktu promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan nilai yang dirasakan. Selain itu, kepercayaan dan nilai yang dirasakan berpengaruh terhadap pembelian impulsif. Temuan ini memperkuat pentingnya strategi siaran langsung yang efektif, termasuk karakteristik *streamer* dan batas waktu promosi dalam meningkatkan kepercayaan dan nilai yang dirasakan konsumen sehingga mendorong terjadinya pembelian impulsif.

Kata Kunci: Karakteristik *Streamer*, Komentar *Online*, Batas Waktu Promosi, Kepercayaan yang Dirasakan, Nilai yang Dirasakan, dan Pembelian Impulsif.

ABSTRACT

Najwa Aulia Yuzwanisa, 2026. *Factors Affecting Consumers' Impulsive Buying Behavior in Live Streaming Marketing.* Undergraduate Thesis, Department of Economic Education, FKIP, Lambung Mangkurat University Banjarmasin. (Supervisor I: Dr. Ananda Setiawan, M.Pd. Supervisor II: Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbusang, M.Pd).

This study aims to analyze the effects of streamer characteristics, online comments, promotion time limits, perceived trust, and perceived value on impulsive buying behavior. The research employed a quantitative approach using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) to examine the relationships among variables. The respondents were residents of South Kalimantan who had experience watching live streams. Data were collected from 270 respondents who met the predetermined criteria. Data collection was conducted through a structured questionnaire measured using a Likert scale. The results indicate that streamer characteristics and promotion time limits have positive and significant effects on perceived trust and perceived value. Furthermore, perceived trust and perceived value have significant effects on impulsive buying behavior. These findings highlight the importance of effective live streaming strategies, including streamer characteristics and promotion time limits, in enhancing consumers' perceived trust and perceived value, thereby encouraging impulsive buying behavior.

Keywords: *Streamer Characteristics, Online Comments, Promotion Time Limits, Perceived Trust, Perceived Value, Impulsive Buying Behavior.*

MOTTO

“Apapun yang diawali dengan Bismillah tidak pantas jika diakhiri dengan kata menyerah”

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Sebab Tuhan telah berjanji setelah sempit ada kemudahan”

(Raim Laode)

PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan, karena disinilah penulis menitipkan rasa terima kasih yang tidak mampu terucap oleh kata-kata. *Bismillahirrahmanirrahim* skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta. Dua orang yang sangat berjasa dalam kehidupan penulis, yang senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan. Terima kasih karena selalu mengusahakan anak-anaknya untuk dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya dan memberikan fasilitas pendidikan terbaik dengan segala kemampuan yang dimiliki. Kepada bapak tercinta, terima kasih atas setiap tetes keringat, kerja keras, dan pengorbanan yang tak pernah berhenti sejak penulis kecil hingga bisa sampai ke tahap ini. Terima kasih telah menjadi sosok ayah yang penuh tanggung jawab, yang selalu berjuang demi keluarga dan demi masa depan anak-anaknya. Untuk mama tersayang, terima kasih atas segala doa dan perjuangan yang selalu mengiringi untuk menjadi seseorang yang berpendidikan, terima kasih atas kasih sayang tanpa batas yang tak pernah pudar oleh waktu, kesabaran yang tak pernah habis, serta pengorbanan yang selalu menyertai perjalanan penulis, terima kasih telah menjadi sumber kekuatan, tempat bersandar, dan pelita yang tak pernah padam dalam setiap langkah yang penulis tempuh. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Bapak dan Mama karena telah menjadi figur orangtua terbaik bagi penulis, terima kasih karena selalu hadir di setiap proses, perjuangan, dan pencapaian.

Teruntuk adik penulis. Segala tawa dan keceriaan sering kali menjadi penghibur ditengah proses penyusunan skripsi ini. Meskipun tak jarang tingkahnya membuat kesal, justru itulah yang melengkapi perjalanan dan mengajarkan penulis banyak hal tentang kesabaran. Semoga tumbuh menjadi pribadi yang baik dan memiliki semangat belajar tinggi dalam meraih cita-cita. Teruslah berkembang menjadi versi terbaik dari dirimu sendiri, seperti lirik lagu Nina-Feast yang berkesan bagi penulis “*Tumbuh lebih baik, cari panggilanmu. Jadi lebih baik, dibanding diriku*”. Semoga setiap langkah yang ditempuh diberikan kemudahan, kebahagiaan, dan keberhasilan di masa depan.

Kepada sahabat dan teman-teman penulis, baik teman masa kecil, teman sekolah dasar, teman yang hadir pada masa pandemi, maupun teman-teman selama perkuliahan, terima kasih atas setiap tawa, dukungan, dan kebersamaan yang telah diberikan. Kehadiran kalian telah menjadi sumber semangat yang membuat setiap proses dan tantangan terasa lebih ringan untuk dijalani. Teruntuk teman-teman perkuliahan, terima kasih telah menjadi bagian dari pengalaman pertama penulis dalam menjalani kehidupan di perantauan. Terima kasih atas segala cerita, bantuan, perhatian, serta

kebersamaan yang telah dilalui bersama. Kehadiran kalian telah memberikan banyak warna, semangat, dan kebahagiaan dalam kehidupan penulis selama menempuh proses penyusunan skripsi ini. Setiap momen yang tercipta akan selalu menjadi bagian berharga dalam perjalanan hidup penulis.

Terakhir untuk saya sendiri, Najwa Aulia Yuzwanisa. Terima kasih untuk setiap langkah kecil yang mungkin terlihat sederhana, namun penuh perjuangan. Apresiasi sebesar-besarnya telah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai, meskipun dalam prosesnya tidak selalu mudah. Dengan kurang dan lebihmu mari merayakan keberanian itu. Penulis berdoa agar setiap langkah yang ditempuh senantiasa diberi kekuatan, kemudahan, dan dikelilingi oleh orang-orang baik, serta setiap doa dan impian dapat terwujud satu per satu pada waktu terbaik menurut-Nya. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Penulis memanjatkan puji dan syukur ke hadirat-Nya atas limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen pada Pemasaran Siaran Langsung”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Sunarno Basuki, Drs., M.Kes., AIFO selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.
3. Bapak Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin dan selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ananda Setiawan, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi. Ketersediaan meluangkan waktu di tengah kesibukan, disertai bimbingan, masukan, dan nasihat yang diberikan menjadi dukungan yang sangat berarti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbusang, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam penyusunan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Pendidikan Ekonomi serta admin jurusan yang telah memberikan pengetahuan, wawasan, bimbingan, serta pelayanan akademik yang baik selama proses perkuliahan. Ilmu, pengalaman, dan dukungan yang diberikan menjadi bekal berharga bagi penulis dalam menempuh pendidikan hingga menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, perhatian, pengorbanan, serta motivasi yang tiada henti kepada penulis. Terima kasih atas segala usaha, kepercayaan, dan ketulusan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menempuh pendidikan hingga menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Segala pencapaian yang diraih penulis tidak terlepas dari doa dan dukungan yang selalu menyertai setiap langkah penulis.
8. Teman-Teman di bawah bimbingan Dr. Ananda Setiawan, M.Pd. yang menemani perjalanan penulis dari menulis sampai skripsi ini selesai.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Banjarmasin, Juni 2026



Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN_PERNYATAAN	ii
HALAMAN_PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN_ABSTRAK.....	v
HALAMAN_ABSTRACT	vi
HALAMAN_MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. <i>Stimulus Orgnaism Response</i>	12
B. Definisi Variabel.....	14
1. Karakteristik <i>Streamer</i>	14
2. Komentar <i>Online</i>	18
3. Batas Waktu Promosi	20

4. Kepercayaan yang Dirasakan.....	22
5. Nilai yang Dirasakan.....	24
6. Pembelian Impulsif.....	26
C. Penelitian Relevan.....	29
D. Kerangka Berpikir.....	32
E. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
B. Desain Penelitian.....	34
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	34
D. Responden Penelitian	36
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Pengembangan Instrumen Penelitian	38
G. Teknik Analisis Data	40
H. Prosedur Penelitian.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
1. Deskripsi Statistik Responden.....	47
2. Distribusi Data Penelitian	52
3. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	58
4. Pengujian Hipotesis.....	62
B. Pembahasan.....	77
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	97
A. Kesimpulan	97
B. Implikasi.....	98
D. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Survei Awal.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	32
Gambar 3. 1 Tahapan Prosedur Penelitian	42
Gambar 4. 1 Model Struktural Penuh Tahap 1	64
Gambar 4. 2 Model Struktural Penuh Tahap 2.....	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4. 1 Latar Belakang Responden.....	47
Tabel 4. 2 Karakteristik <i>Streamer</i>	52
Tabel 4. 3 Komentar <i>Online</i>	53
Tabel 4. 4 Batas Waktu Promosi	54
Tabel 4. 5 Kepercayaan yang Dirasakan	55
Tabel 4. 6 Nilai yang Dirasakan	56
Tabel 4. 7 Pembelian Impulsif	57
Tabel 4. 8 Rangkuman Analisis Hasil Statistik Deskriptif.....	58
Tabel 4. 9 Nilai <i>Loading Factor</i>	62
Tabel 4. 10 Nilai LF	66
Tabel 4. 11 Hasil Pemeriksaan <i>Construct Reliability</i>	67
Tabel 4. 12 Hasil <i>Output Cross Loading</i> Pada Karakteristik <i>Streamer</i>	68
Tabel 4. 13 Hasil <i>Output Cross Loading</i> Pada Komentar <i>Online</i>	69
Tabel 4. 14 Hasil <i>Output Cross Loading</i> Pada Batas Waktu Promosi.....	69
Tabel 4. 15 Hasil <i>Output Cross Loading</i> Kepercayaan yang Dirasakan	70
Tabel 4. 16 Hasil <i>Output Cross Loading</i> Pada Nilai yang Dirasakan	70
Tabel 4. 17 Hasil <i>Output Cross Loading</i> Pada Pembelian Impulsif.....	71
Tabel 4. 18 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	71
Tabel 4. 19 Kesimpulan Hasil Uji Hipotesis	72
Tabel 4. 20 Koefisien Jalur.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. 1 Instrumen Penelitian	117
Lampiran 1. 2 Hasil <i>Calculate Algorithm</i>	131
Lampiran 1. 3 Hasil <i>Calculate Algorithm</i>	132
Lampiran 1. 4 <i>Outer Loading</i>	133
Lampiran 1. 5 Construk <i>Reliability and Validity</i>	135
Lampiran 1. 6 <i>Cross Loading</i>	136
Lampiran 1. 7 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	138
Lampiran 1. 8 <i>Path Coefficient (STDEV, T-Value, P-Values)</i>	139
Lampiran 1. 9 Tabulasi Data	140