

LAMPIRAN-LAMPIRAN



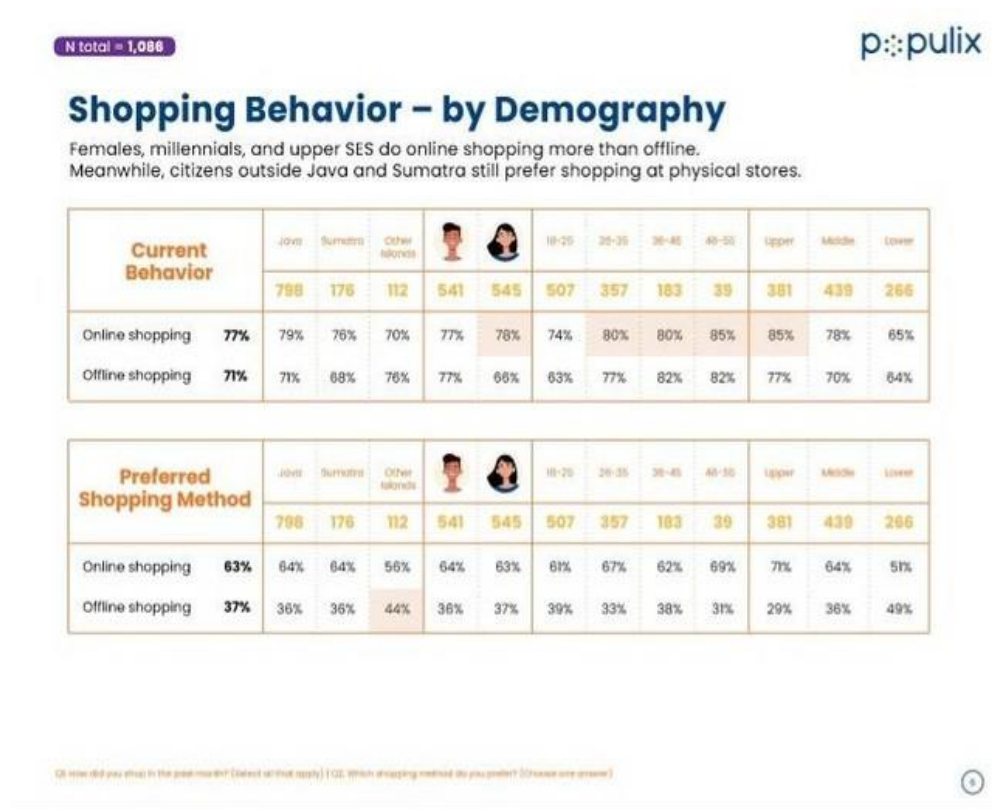
Lampiran. 1 Data Belanja Pada Media Sosial



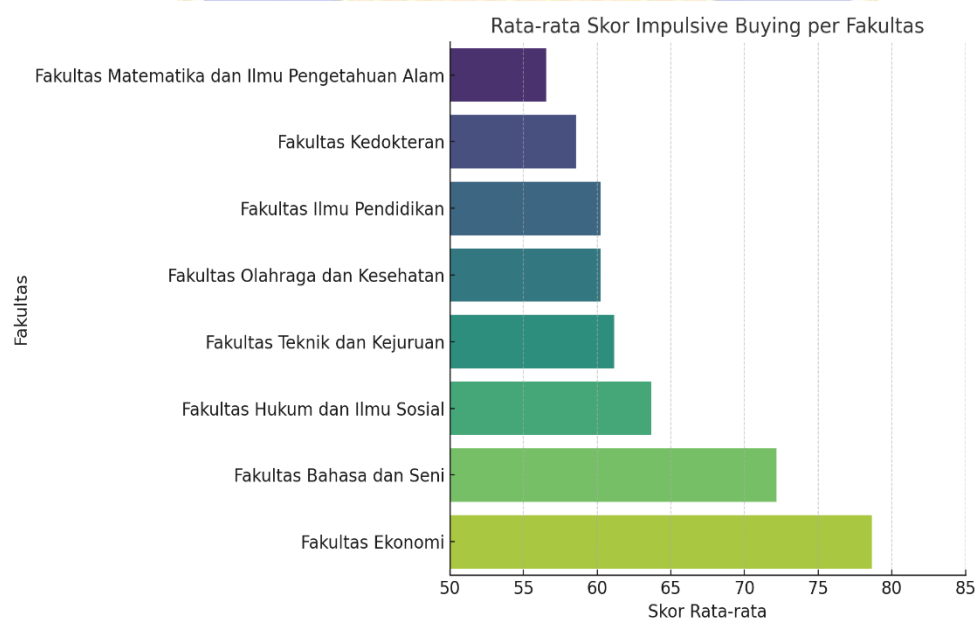
Lampiran. 2 Data Alasan Masyarakat Indoneisa Impulsif



Lampiran. 3 Data Perilaku Belanja Masyarakat Indonesia



Lampiran. 4 Data Observasi Awal Penelitian



Lampiran. 5 Uji Instrumen Validitas

Lampiran 5.1 Uji Instrumen Validitas *Self-Esteem*

		Correlations					
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	TotalX
X.1	Pearson Correlation	1	.565**	.325	.875**	.446*	.870**
	Sig. (2-tailed)		.001	.080	.000	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X.2	Pearson Correlation	.565**	1	.424*	.534**	.232	.724**
	Sig. (2-tailed)	.001		.020	.002	.217	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X.3	Pearson Correlation	.325	.424*	1	.363*	.447*	.651**
	Sig. (2-tailed)	.080	.020		.048	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X.4	Pearson Correlation	.875**	.534**	.363*	1	.454*	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.048		.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X.5	Pearson Correlation	.446*	.232	.447*	.454*	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.013	.217	.013	.012		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TotalX	Pearson Correlation	.870**	.724**	.651**	.868**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5.2 Uji Instrumen Validitas *Subjective Norms*

		Correlations				
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	TotalZ
Z.1	Pearson Correlation	1	.510**	.707**	.504**	.848**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.005	.000
	N	30	30	30	30	30
Z.2	Pearson Correlation	.510**	1	.567**	.446*	.786**
	Sig. (2-tailed)	.004		.001	.013	.000
	N	30	30	30	30	30
Z.3	Pearson Correlation	.707**	.567**	1	.472**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.008	.000

	N	30	30	30	30	30
Z.4	Pearson Correlation	.504**	.446*	.472**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.005	.013	.008		.000
	N	30	30	30	30	30
TotalZ	Pearson Correlation	.848**	.786**	.872**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5.3 Uji Instrumen Validitas *Impulsive Buying*

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TotalY
Y.1	Pearson Correlation	1	.451*	.437*	.403*	.567**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.012	.016	.027	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.451*	1	.580**	.471**	.454*	.759**
	Sig. (2-tailed)	.012		.001	.009	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.437*	.580**	1	.476**	.330	.766**
	Sig. (2-tailed)	.016	.001		.008	.075	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.403*	.471**	.476**	1	.551**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.027	.009	.008		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.567**	.454*	.330	.551**	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.001	.012	.075	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TotalY	Pearson Correlation	.747**	.759**	.766**	.761**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran. 6 Uji Instrumen Reliabilitas

Lampiran 6.1 Uji Instrumen Reliabilitas Total

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	14

Lampiran 6.2 Uji Instrumen Reliabilitas Setiap Variabel

1. *Self-Esteem*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.818	5

2. *Subjective Norms*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.820	4

3. *Impulsive Buying*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.809	5

Lampiran. 7 Analisis Jalur

1. Korelasi Pengaruh X dengan Z Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.201	2.246		.535	.594
	<i>Self Esteem</i>	.543	.098	.496	5.543	.000

a. Dependent Variable: Subjective Norms

- Pengaruh langsung X terhadap Z adalah sebesar 0,496 atau sebesar 49,6%

2. Korelasi Pengaruh X terhadap Y Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.271	1.911		1.188	.238
	<i>Self Esteem</i>	.187	.096	.151	1.948	.054
	<i>Subjective Norms</i>	.766	.088	.676	8.743	.000

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Pengaruh langsung X terhadap Y adalah sebesar 0,151 atau sebesar 15,1%

3. Korelasi Pengaruh Z terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.271	1.911		1.188	.238
	<i>Self Esteem</i>	.187	.096	.151	1.948	.054
	<i>Subjective Norms</i>	.766	.088	.676	8.743	.000

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Pengaruh langsung Z terhadap Y adalah sebesar 0,676 atau 67,6%

4. Korelasi Pengaruh X terhadap Y melalui Z

Keterangan	Langsung	Tidak Langsung
X terhadap Y (P_{yx})	$(P_{yx}) = 0,151$	-
Z terhadap Y (P_{yz})	$(P_{yz}) = 0,676$	-
X terhadap Z (P_{zx})	$(P_{zx}) = 0,496$	-
X terhadap Y melalui Z	-	$(P_{zx})(P_{yz}) = (0,496 \times 0,676) = 0,335$

Lampiran. 8 Pengaruh Determinan (R-Square)

1. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.572	2.07187

a. Predictors: (Constant), *Subjective Norms*, *Self Esteem*

Diketahui *R-Square* sebesar 0,581 maka dapat diartikan bahwa sumbangan pengaruh variabel *Subjective Norms*, *Self Esteem* terhadap variabel *Impulsive Buying* adalah sebesar 58,1%.

Kemudian nilai ϵ_1 dapat dicari dengan rumus $\epsilon_1 =$

$$\sqrt{(1 - 0,581)} = 0,419$$

Persamaan Hipotesis:

$$Z = 0,151X + 0,419 \epsilon$$

$$Y = 0,151X + 0,676Z + 0,419 \epsilon$$

Lampiran. 9 Uji Sobel Test

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	1.201	2.246		.535	.594
	<i>Self Esteem</i>	.543	.098	.496	5.543	.000

a. Dependent Variable: *Subjective Norms*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	2.271	1.911		1.188	.238
	<i>Self Esteem</i>	.187	.098	.151	1.948	.054
	<i>Subjective Norms</i>	.766	.088	.676	8.743	.000

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

1. Tabel Acuan Perhitungan Sobel Test

Variabel	Unstandarized	Std Error
<i>Self Esteem</i> terhadap <i>Subjective Norms</i>	0,543 (a)	0,098 (sa)
<i>Subjective Norms</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i>	0,766 (b)	0,088 (sb)

2. Hasil Kalkulasi Sobel Test

Self Esteem		Test Statistic	P-Value	Kesimpulan
a	0,543	4,67419385	0,00000295	<i>Self esteem</i> melalui <i>Subjective Norms</i> berpengaruh terhadap <i>Impulsive Buying</i>

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.543	Sobel test: 4.67419385	0.08898604	0.00000295
b	0.766	Aroian test: 4.65239647	0.08940296	0.00000328
s _a	0.098	Goodman test: 4.6963005	0.08856716	0.00000265
s _b	0.088	Reset all	Calculate	

Lampiran. 10 Uji VAF

$$\text{VAF} = \frac{\text{Pengaruh Tidak Langsung}}{\text{Pengaruh Langsung} + \text{Pengaruh Tidak Langsung}} \times 100\%$$

$$\text{VAF} = \frac{0,151}{0,151 + 0,335} \times 100\%$$

$$\text{VAF} = 0,689 \times 100\%$$

$$\text{VAF} = 68,9\%$$

Lampiran. 11 Dokumentasi Penelitian



Lampiran. 12 Tabulasi Data Penelitian

X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	TotalX	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	TotalZ	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TotalY
5	4	5	5	3	22	2	2	3	2	18	4	4	5	5	5	12
5	5	4	6	5	25	2	4	3	3	14	4	4	3	3	6	16
6	4	5	4	3	22	3	2	3	4	18	4	4	6	4	4	16
4	5	6	4	3	22	2	2	2	3	16	2	5	4	5	4	11
5	3	6	4	6	24	2	2	2	3	17	5	4	4	4	4	11
5	4	3	3	3	18	1	2	2	3	12	2	3	4	3	3	10
3	4	6	6	5	24	4	3	3	3	21	5	5	6	5	6	16
3	6	5	3	6	23	3	3	4	2	15	4	4	4	3	3	15
3	4	3	6	4	20	2	3	2	1	12	3	3	3	3	6	10
6	3	3	3	5	20	2	2	1	4	12	3	3	3	3	3	11
4	4	5	5	6	24	3	2	2	2	16	3	4	5	4	5	12
5	4	3	3	6	21	2	4	1	2	16	4	3	5	4	3	11
5	4	3	6	5	23	4	3	4	2	21	5	6	5	5	6	16
5	5	5	4	5	24	4	2	3	3	19	4	5	4	6	4	15
3	6	6	6	4	25	2	4	3	2	14	4	2	4	4	6	12
3	5	3	5	4	20	2	3	3	2	16	4	4	3	5	5	13
6	5	3	5	5	24	2	2	2	2	12	2	4	3	3	5	11
6	3	6	6	5	26	2	4	3	2	19	5	5	4	5	6	14
6	4	6	5	4	25	4	3	3	2	17	5	4	4	4	5	16
6	4	5	3	3	21	2	3	2	3	15	4	5	4	2	3	12
4	3	5	4	4	20	2	2	2	3	15	4	4	3	4	4	13
6	3	4	4	3	20	1	2	2	3	10	2	2	3	3	4	11
3	6	4	5	6	24	3	3	3	4	17	5	4	4	4	5	16
6	6	4	4	6	26	3	3	2	1	19	5	5	6	3	4	10
4	5	6	6	6	27	4	2	2	3	16	4	3	4	5	6	13
6	3	5	5	4	23	3	4	2	3	21	5	5	6	5	5	14
6	5	5	6	4	26	4	3	2	4	21	5	5	6	5	6	15
5	3	5	6	5	24	3	2	4	3	16	4	3	4	5	6	16
4	4	5	5	6	24	2	2	3	4	16	3	4	4	5	5	15
3	6	4	6	4	23	2	3	4	3	18	4	3	5	6	6	15
3	4	3	4	5	19	1	1	2	2	14	4	3	4	3	4	9
5	6	6	3	4	24	3	4	3	4	19	4	5	6	4	3	17
4	4	3	6	4	21	4	1	2	4	13	4	2	4	3	6	14
4	6	3	5	6	24	4	3	4	3	21	5	4	6	6	5	17
4	5	3	4	3	19	4	3	3	2	18	4	5	5	4	4	15
5	3	6	3	6	23	2	3	1	2	15	5	3	4	3	3	10
6	5	3	5	4	23	3	1	4	3	15	4	4	4	3	5	13
3	3	6	3	3	18	3	3	4	2	18	4	5	5	4	3	16
6	3	3	4	3	19	2	2	2	2	13	2	3	4	4	4	9
3	3	5	6	5	22	3	2	3	2	17	4	4	4	5	6	13
4	4	3	5	5	21	3	2	3	4	18	5	3	5	5	5	15
4	5	5	3	6	23	2	2	1	2	12	3	3	3	3	3	11
5	3	3	4	5	20	2	4	2	2	14	3	4	3	4	4	13
6	4	6	4	3	23	3	3	3	3	18	4	5	4	5	4	15
6	4	6	4	5	25	2	2	3	2	17	4	5	6	2	4	10
3	6	6	4	6	25	3	2	4	3	17	5	4	3	5	4	15
4	3	5	6	4	22	2	3	3	4	17	5	4	4	4	6	15

4	5	4	5	5	23	4	3	3	4	24	6	6	6	6	5	18
5	4	4	6	5	24	2	2	4	3	17	5	4	5	3	6	13
6	5	5	6	4	26	1	2	3	4	20	6	6	5	3	6	14
4	5	6	6	5	26	3	3	2	4	20	5	4	5	6	6	15
3	3	6	5	6	23	4	3	4	3	20	5	5	5	5	5	16
4	5	5	6	6	26	3	2	3	5	18	3	5	5	5	6	16
4	6	4	5	6	25	2	3	3	4	20	5	4	5	6	5	16
6	6	5	4	6	27	3	4	3	4	18	5	4	5	4	4	17
5	3	3	6	6	23	3	3	5	4	24	6	6	6	6	6	19
3	3	4	3	3	16	1	3	2	1	15	3	5	4	3	3	8
3	4	5	4	4	20	3	1	3	3	17	4	4	5	4	4	13
4	3	4	6	6	23	3	3	4	3	21	6	5	5	5	6	18
3	5	5	3	6	22	2	1	3	2	13	4	2	3	4	3	11
3	6	6	6	6	27	3	4	3	4	20	4	6	4	6	6	18
5	4	4	6	4	23	4	2	3	3	19	6	5	4	4	6	15
4	4	5	5	4	22	4	3	2	3	18	5	4	4	5	5	15
5	3	4	3	4	19	2	3	2	2	15	4	4	4	3	3	11
6	6	6	4	6	28	4	4	3	3	22	6	6	5	5	4	18
5	6	4	6	5	26	3	3	3	5	19	5	5	4	5	6	16
3	5	4	4	3	19	2	1	2	1	10	3	3	1	3	4	7
4	3	5	6	3	21	3	1	2	3	15	4	5	3	3	6	10
4	4	5	3	3	19	2	2	4	3	19	5	3	5	6	3	15
3	6	6	4	6	25	2	2	2	4	17	5	5	3	4	4	12
6	3	4	3	4	20	1	2	2	3	18	5	5	4	4	3	11
6	6	5	5	6	28	3	3	1	3	20	5	5	5	5	5	13
5	3	4	3	3	18	3	2	2	2	16	2	4	5	5	3	10
5	3	5	6	4	23	2	4	4	4	17	3	5	5	4	6	17
3	6	5	5	3	22	1	3	2	2	13	3	3	3	4	5	10
6	6	5	4	3	24	2	4	3	3	16	4	4	3	5	4	15
4	3	6	4	5	22	3	2	2	2	14	5	3	4	2	4	12
5	5	6	5	6	27	3	4	3	2	19	4	6	4	5	5	15
6	5	5	4	3	23	2	2	2	1	11	4	2	2	3	4	8
3	4	4	5	5	21	3	2	3	3	20	6	4	5	5	5	14
4	4	5	6	3	22	2	4	3	2	16	5	4	4	3	6	14
6	4	6	5	6	27	4	3	4	5	24	6	6	6	6	5	20
6	6	4	6	5	27	3	3	3	3	17	4	4	5	4	6	14
5	4	6	4	4	23	2	3	3	3	14	4	3	3	4	4	14
4	4	4	6	4	22	3	3	1	2	19	5	5	5	4	6	12
4	4	4	4	5	21	3	3	3	3	19	4	4	6	5	4	16
5	4	4	4	3	20	5	2	2	1	14	3	4	4	3	4	12
5	6	3	5	3	22	2	3	2	3	18	5	4	4	5	5	14
5	6	3	3	5	22	3	3	3	3	15	3	4	4	4	3	15
5	6	5	4	5	25	4	4	2	4	23	5	6	6	6	4	18
4	3	3	5	5	20	2	3	1	1	14	3	3	4	4	5	10
4	6	5	4	5	24	3	4	2	2	20	6	4	5	5	4	15
4	3	4	4	4	19	1	1	1	1	9	3	2	2	2	4	8
5	6	5	5	3	24	1	3	1	2	15	3	5	4	3	5	9
5	6	4	4	5	24	3	3	2	3	17	5	3	4	5	4	16
5	3	6	4	6	24	2	3	4	3	21	6	5	5	5	4	15

Lampiran. 13. Kuisioner Penelitian

Singaraja, 17 Mei 2025

Lampiran : 4 lembar

Perihal : Pengisian Kuesioner

Kepada Yth. Saudara/I, Mahasiswa/I Pengguna Aplikasi *Tiktokshop* di Universitas Pendidikan Ganesha, Fakultas Ekonomi.

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha pada Jurusan Manajemen, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : I Gede Sumajaya

Program Studi : S1 Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Pendidikan Ganesha

Memohon kesediaan dari Bapak/Ibu, Saudara/I untuk sekiranya dapat berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, berkaitan dengan penyusunan skripsi yang saya lakukan. Topik yang diangkat dalam penelitian ini yaitu Pengaruh *Self-Esteem* Terhadap *Impulsive Buying* Melalui *Subjective Norms* Sebagai Mediasi Di *Tiktokshop* Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha. Kesuksesan penelitian ini sangat bergantung pada pendapat Saudara/I, Mahasiswa/I. Oleh karena itu mohon ketersediaannya untuk mengisi atau menjawab kuesioner ini dengan jujur dan cermat. Atas kerja sama yang baik dan kesungguhan Saudara/I, Mahasiswa/I dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Singaraja, 17 Mei 2025

I Gede Sumajaya

1. Apakah anda merupakan mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha dan Fakultas Ekonomi?

☐ YA

☐ TIDAK

2. Apakah anda sebelumnya pernah menggunakan *Tiktokshop* dan membeli produk dari Aplikasi *Tiktokshop*?

☐ YA

☐ TIDAK

Identitas Responden

(Beri tanda ✓ pada kotak jawaban)

1. Nama :

2. Usia :

3. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-laki

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang anda alami dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia. Jawaban yang tersedia berupa Skala Likert yaitu 1-6 yang memiliki arti sebagai berikut:

Kode	Keterangan	Skor Positif
SS	Sangat Setuju	6
S	Setuju	5
AS	Agak Setuju	4
ATS	Agak Tidak Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Pernyataan

NO	Pernyataan	Tanggapan					
	<i>Self-Esteem (X)</i>	SS	S	AS	ATS	TS	STS
1	Merasa percaya diri saat mengambil keputusan, termasuk saat berbelanja.						
2	Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kondisi perasaan pribadi.						
3	Memiliki hubungan sosial yang mendukung dan positif.						
4	Mampu mengendalikan diri dalam memilih barang saat berbelanja.						
5	Merasa puas terhadap diri sendiri sehingga tidak mudah tergoda berbelanja tanpa rencana.						

Pernyataan

NO	Pernyataan	Tanggapan					
	<i>Subjective Norms (Z)</i>	SS	S	AS	ATS	TS	STS
1	Keputusan belanja di <i>Tiktokshop</i> mendapatkan dukungan dari teman atau keluarga.						
2	Merasa perlu mengikuti ekspektasi sosial dalam berbelanja <i>online</i> .						
3	Merasa tertekan apabila tidak mengikuti tren belanja yang sedang populer.						
4	Aktivitas belanja menjadi lebih nyaman jika mendapat persetujuan atau dukungan dari orang lain.						

Pernyataan

NO	Pernyataan	Tanggapan
----	------------	-----------

	<i>Impulsive Buying (Y)</i>	SS	S	AS	ATS	TS	STS
1	Sering muncul dorongan untuk membeli suatu barang.						
2	Sering muncul dorongan kuat untuk membeli barang secara tiba-tiba.						
3	Sering melakukan pembelian barang tanpa perencanaan sebelumnya.						
4	Sulit menahan keinginan untuk membeli sesuatu yang terlihat di <i>Tiktokshop</i> .						
5	Lingkungan atau tampilan <i>Tiktokshop</i> mendorong pembelian tanpa pertimbangan matang.						



Lampiran. 14 Riwayat Hidup Peneliti



I Gede Sumajaya adalah seorang lulusan baru Program Studi S1 Manajemen dari Universitas Pendidikan Ganesha. Beliau menyelesaikan skripsinya dengan judul “Pengaruh *Self-Esteem* Terhadap *Impulsive Buying* Melalui *Subjective Norms* Sebagai Mediasi Di *Tiktokshop* Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha” . Selama proses pengerjaan skripsi, I Gede Sumajaya menguasai penggunaan penelitian dengan metode kuantitatif dan menggunakan alat penelitian berupa *SPSS.30*, *Smart PLS* dan memahami literatur yang memuat tentang *Theory Planned Behavior* (Ajzen,1985), Teori S.O.R (Mehrabian & Russell, 1974), Teori Keunikan Total (Marlyn & Brewer, 1991), Teori Eksistensi “Aku berpikir maka Aku ada” karya filsuf Descartes. Sehingga mampu meneliti lebih dalam mengenai perilaku konsumen pada digitalisasi modern. Minat penelitiannya saat ini mencakup tingkat kepercayaan diri konsumen dan besar persepsinya terhadap tekanan sosial pada lingkungan digital serta dampak yang ditimbulkan terhadap keputusan yang diambil, dalam konteks ini adalah berbelanja melalui *Social Commerce*.