

**PERAN *SELF CONTROL* DALAM MEMODERASI PENGARUH
FINANCIAL LITERACY, *SHOPPING LIFESTYLE*, DAN
INFLUENCER TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**



Diajukan Oleh :

SITI HAWA' OCTAVIANI
20012010276/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2024

**PERAN SELF CONTROL DALAM MEMODERASI PENGARUH
FINANCIAL LITERACY, SHOPPING LIFESTYLE, DAN
INFLUENCER TERHADAP IMPULSIVE BUYING
PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

SITI HAWA' OCTAVIANI
20012010276/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PERAN *SELF CONTROL* DALAM MEMODERASI PENGARUH
FINANCIAL LITERACY, *SHOPPING LIFESTYLE*, DAN
INFLUENCER TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

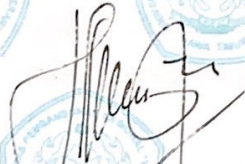
SITI HAWA' OCTAVIANI
20012010276 / FEB / EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 01 November 2024



**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama


Prof. Dr. Yuniningsih, S.E., M.Si
NIP. 197006202021212001

Mengetahui,
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Hawa Octaviani

NPM : 20012010276

Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi/Tugas Akhir : Peran *Self Control* dalam Memoderasi Pengaruh *Financal Literacy, Shopping Lifestyle, dan Influencer* terhadap *Impulsive Buying* pada Generasi Z di Kota Surabaya.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN “Veteran” Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 01 November 2024



Siti Hawa' Octaviani

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan penelitian dengan tepat waktu. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya serta pengikutnya. Penelitian dengan judul “Peran *Self control* dalam Memoderasi Pengaruh *Financial Literacy, Shopping Lifestyle, Influencer* terhadap *Impulsive buying* pada Generasi Z di Kota Surabaya”, disusun guna memenuhi salah satu syarat penilaian kelulusan program pendidikan Strata 1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam menyusun skripsi ini, tidak lepas dari arahan dan bimbingan dari orang-orang terdekat dan banyak pihak, sehingga penulisan ini dapat diselesaikan. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, Msi, CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Ibu Sulastri Irbayuni, S.E, M.M., selaku dosen wali yang telah memberikan arahan serta memberikan motivasi selama penulis menjalani perkuliahan.

5. Ibu Prof. Dr. Yuniningsih, S.E.,M.Si., selaku dosen pembimbing yang memberikan bantuan dan arahan yang memotivasi penulis, sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan benar.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman berharga selama penulis menjalani masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta Ayah dan Mama, serta kakak laki-laki saya selalu memberikan dukungan, baik secara materi, tenaga, pikiran, maupun kasih sayang yang tiada henti, sehingga penulisan ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Sahabat terbaik penulis Sheily Novitasari, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan bantuan tanpa henti selama proses penulisan skripsi ini.
9. Untuk sendiri, terima kasih atas kegigihan yang membawaku sampai di titik ini. Terima kasih telah begitu sabar serta tidak menyerah meskipun keadaan begitu sulit. Seperti kata Taylor Swift, "*long story short, I survived.*" Setiap tantangan, rintangan, dan momen-momen berat akhirnya bisa terlewati dan saya bangga bisa sampai di titik ini.
10. Pihak-pihak yang mendukung di dalam penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Saya menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, tetapi saya sudah berusaha sebaik mungkin. Saya berharap penelitian ini bisa bermanfaat untuk berbagai pihak.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
ABSTRAK	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Tinjauan Teori	18
2.2.1 Grand Theory	18
2.2.2 <i>Financial Literacy</i>	22
2.2.3 <i>Shopping Lifestyle</i>	25
2.2.4 <i>Influencer</i>	27
2.2.5 <i>Impulsive buying</i>	28
2.2.6 <i>Self control</i>	31
2.2.7 Generasi Z.....	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	37
2.3.1 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	37
2.3.2 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	39
2.3.3 Pengaruh <i>Influencer</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	40
2.3.4 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Impulsive buying</i> dengan Dimoderasi <i>Self control</i>	41

2.3.5 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulsive buying</i> dengan Dimoderasi <i>Self control</i>	43
2.3.6 Pengaruh Influencer Terhadap <i>Impulsive buying</i> dengan Dimoderasi <i>Self control</i>	45
2.4 Kerangka Berpikir	47
2.5 Hipotesis.....	47
BAB III.....	49
METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Definisi Operasional.....	49
3.3 Skala Pengukuran	55
3.4 Populasi dan Sampel	56
3.4.1 Populasi.....	56
3.4.2 Sampel	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data	58
3.5.1 Jenis Data.....	58
3.5.2 Sumber Data	58
3.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	58
3.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	59
3.6.1 Uji Validitas	59
3.6.2 Uji Reliabilitas	59
3.7 Teknik Analisis Data	60
3.7.1 Outer Model.....	62
3.7.2 Inner Model.....	63
3.7.3 Uji moderasi.....	64
BAB IV	93
HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN.....	93
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	93
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	93
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	93
4.2.2 Karakteristik Responden.....	94
4.2.3 Deskripsi Hasil Penelitian	97

4.3	Analisis dan Uji Hipotesis	105
4.3.1	<i>Outer Model</i> (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	105
4.3.2	Inner Model (Pengujian Model Struktural)	110
4.4	Pembahasan	113
4.4.1	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	113
4.4.2	Pengaruh Shopping Lifestye terhadap <i>Impulsive buying</i>	115
4.4.3	Pengaruh <i>Influencer</i> terhadap <i>Impulsive buying</i>	116
4.4.4	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Impulsive buying</i> dengan <i>Self control</i> sebagai Variabel Moderasi.....	118
4.4.5	Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> terhadap <i>Impulsive buying</i> dengan <i>Self control</i> sebagai Variabel Moderasi.....	119
4.4.5	Pengaruh <i>Influencer</i> terhadap <i>Impulsive buying</i> dengan <i>Self control</i> sebagai Variabel Moderasi.....	119
BAB V	93
KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan	69
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden terkait Variabel <i>Financial Literacy</i> .	70
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden terkait Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> .	71
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden terkait Variabel <i>Influencer</i>	72
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden terkait Variabel <i>Impulsive buying</i>	73
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Responden terkait Variabel <i>Self control</i>	75
Tabel 4.9 <i>Outer Loading</i>	77
Tabel 4.10 <i>Outer Loading</i> Setelah Eliminasi	78
Tabel 4.11 <i>Discriminant Validity</i>	79
Tabel 4.12 <i>Cross Loadings</i>	80
Tabel 4.13 <i>Construct Reability dan Validity</i>	81
Tabel 4.14 <i>R-Square</i>	82
Tabel 4.15 <i>Path Coefficients</i>	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk yang Rutin Dibelanjakan Menurut Generasi.....	2
Gambar 1.2 <i>Impulsive Buying</i> dalam 3 Bulan Terakhir.....	4
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	45
Gambar 4.1 Model Pls	85

**PERAN *SELF CONTROL* DALAM MEMODERASI PENGARUH
*FINANCIAL LITERACY, SHOPPING LIFESTYLE, DAN
INFLUENCER* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

OLEH:

SITI HAWA OCTAVIANI
20012010276/FEB/EM

ABSTRAK

Impulsive buying adalah tindakan membeli barang atau jasa secara mendadak dan tanpa perencanaan sebelumnya. Keputusan ini sering kali dipicu oleh dorongan kuat yang muncul tiba-tiba, tanpa mempertimbangkan apakah produk tersebut benar-benar dibutuhkan atau memikirkan dampak jangka panjangnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran *self control* dalam memoderasi pengaruh *Financial Literacy, Shopping Lifestyle, Influencer*, terhadap *Impulsive buying*. Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok generasi Z yang berdomisili di Kota Surabaya serta sudah memiliki penghasilan. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 120 responden dengan Teknik *purposive sampling* dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan analisis data menggunakan smartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financial Literacy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Impulsive buying, Shopping Lifestyle* dan *Influencer* berpengaruh positif terhadap *Impulsive buying, self control* mampu memoderasi pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Impulsive buying*, dan *self control* tidak mampu memoderasi *Shopping Lifestyle* dan *Influencer* terhadap *Impulsive buying*.

Kata Kunci: *Financial Literacy, Influencer, Impulsive buying, Self Control, Shopping Lifestyle.*