

**PENGARUH *MINDFULNESS* DENGAN MEDIASI
SELF EMOTION APPRAISAL DAN *REGULATION OF
EMOTION* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING
TENDENCY* GENERASI MILLENNIAL (Y) SURABAYA
PADA BARANG ELEKTRONIK DI TOKOPEDIA**



OLEH:

LOUIS ADI SURYA JAYANI

3103016010

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2020**

**PENGARUH *MINDFULNESS* DENGAN MEDIASI
SELF EMOTION APPRAISAL DAN *REGULATION OF
EMOTION* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING
TENDENCY* GENERASI MILLENNIAL (Y) SURABAYA
PADA BARANG ELEKTRONIK DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WINDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH :

LOUIS ADI SURYA JAYANI

3103016010

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

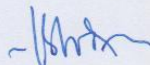
SKRIPSI

PENGARUH *MINDFULNESS* DENGAN MEDIASI *SELF EMOTION APPRAISAL* DAN *REGULATION OF EMOTION* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING TENDENCY* GENERASI MILLENIAL (Y) SURABAYA PADA BARANG ELEKTRONIK DI TOKOPEDIA

OLEH :
LOUIS ADI SURYA JAYANI
3103016010

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si
NIDN : 0716047002
Tanggal :

Pembimbing II,



Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM.
NIDN : 0704066101
Tanggal :

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Louis Adi Surya Jayani NRP 3103016010

Telah diuji pada tanggal 16-01-2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji :



(Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si)

NIDN: 0716047002

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM, Ak., CA., CPA.

NIDN. 0713097203



Robertus Sigit H. L., S.E., M.Sc.

NIDN. 0703087902

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Louis Adi Surya Jayani

NRP : 3103016010

Judul Skripsi : Pengaruh *Mindfulness* Dengan Mediasi *Self Emotion Appraisal* Dan *Regulation Of Emotion* Terhadap *Impulsive Buying Tendency* Generasi Millennial (Y) Surabaya Pada Barang Elektronik Di Tokopedia

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti bahwa karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini diaplikasikan di internet atau media lain (digital library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Desember 2019
Yang menyatakan



Louis Adi Surya Jayani

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, rahmat, dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Mindfulness Dengan Mediasi Self Emotion Appraisal Dan Regulation Of Emotion Terhadap Impulsive Buying Tendency Generasi Millenial (Y) Pada Barang Elektronik Di tokopedia” dengan baik meski telah melalui berbagai banyak hal dan tidak mudah, tugas ini penulis susun guna memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada lembaga Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, khususnya Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen atas segala bimbingan dan didikannya sejak penulis menjadi keluarga besar Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dengan sepenuh hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada beberapa pihak, yakni kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI. Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing penulis dengan sabar dan membantu memberikan arahan dan masukan sejak awal pembuatan tugas akhir hingga selesai penyusunan tugas akhir ini.
4. Ibu Dra. Ec. Ani Suhartatik, MM. Selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing penulis dengan sabar dan membantu memberikan arahan serta masukan sejak dari awal pembuatan tugas akhir hingga selesai penyusunan tugas akhir ini.

5. Bapak Drs. Ec.Yulius Koesworo MM. Selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh proses perkuliahan dari awal semester hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
6. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
7. Orang tua, kakak dan keluarga yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya selama proses penyelesaian penulisan tugas akhir ini.
8. Teman-teman Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, antara lain: Maria Angelia, Indahwati, Fanny Lie Jaya, Irwan Setiawan serta teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu dalam memberikan doa, motivasi, masukan, semangat, waktu dan sebagainya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Tidak lupa penulis juga berterima kasih kepada para responden yang telah bersedia mengisi kuisisioner pada penelitian ini.
10. Kepada pihak-pihak berkepentingan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih atas dukungan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun tugas akhir ini masih terdapat kekurangan, mengingat terbatasnya waktu dan kemampuan yang belum dimiliki dalam diri penulis. Penulis bersedia menerima kritik dan saran dari semua pihak. Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembacanya.

Surabaya, 29 November 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH Error! Bookmark not defined.	
KATA	
PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Teori.....	15
2.4 Model Penelitian.....	18
2.5 Hipotesis	18
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian	20
3.2 Identifikasi Variabel	20
3.3 Definisi Operasional Variabel	21
3.4 Jenis dan Sumber Data	22
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	24
3.7 Populasi, Sample dan Teknik Pengambilan Sample	24

3.8 Teknik Analisis Data	25
3.9 Pengujian Hipotesis	29
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Karakteristik Responden	30
4.2 Deskripsi Data	33
4.3 Analisis Data SEM	37
4.4 Pembahasan	44
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pengelompokan Generasi.....	1
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu terhadap Penelitian Sekarang	14
Tabel 4.1 Jumlah Responden dan Domisili Responden.....	29
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	29
Tabel 4.3 Usia Responden	30
Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden	31
Tabel 4.5 Tingkat Pendapatan Responden.....	31
Tabel 4.6 Rata-rata Interval Variabel Penelitian.....	30
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Mindfulness</i>	30
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Self Emotion Appraisal</i>	33
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Regulation Of Emotion</i>	37
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Impulsive Buying Tendency</i>	36
Tabel 4.11 Hasil <i>Univariate Normality</i>	36
Tabel 4.12 Hasil <i>Multivariate Normality</i>	37
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	38
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4.15 Pengujian Model Fit.....	39
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Presentase Penduduk Menurut Generasi Tahun 2017 di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Total Pengunjung Tokopedia Tahun 2019.....	5
Gambar 2.1 Model Teori <i>Social Learning Theory</i>	10
Gambar 2.2 Model Penelitian	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Jawaban Karakteristik Reponden
Lampiran 3	Jawaban Reponden
Lampiran 4	<i>Output PRELIS</i>
Lampiran 5	<i>Output Lisrel</i>
Lampiran 6a	<i>Path Diagram (t-value)</i>
Lampiran 6b	<i>Path Diagram (Standardized Solution)</i>
Lampiran 6c	<i>Path Diagram (Estimates)</i>
Lampiran 7	Perhitungan <i>Construct Reliability</i>

ABSTRAK

Setiap pelanggan memiliki kesadaran serta emosi yang berbeda-beda, hal ini menyebabkan stimulus-stimulus yang dirasakan ketika berbelanja pasti berbeda. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh Pengaruh *Mindfulness* Dengan Mediasi *Self Emotion Appraisal* Dan *Regulation Of Emotion* Terhadap *Impulsive Buying Tendency* Generasi Millennial (Y) Pada Barang Elektronik Di tokopedia. Pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif dan data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 120 responden dengan teknik penyampelan nonprobability sampling, menggunakan purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SEM dengan bantuan program LISREL 9.2.

Pada penelitian ini dapat ditemukan bahwa *Mindfulness* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Impulsive Buying Tendency*. *Mindfulness* ditemukan positif signifikan terhadap *Self Emotion Appraisal* dan *Regulation of Emotion*. *Self Emotion Appraisal* ditemukan negatif signifikan terhadap *Impulsive Buying Tendency*. *Regulation of Emotion* ditemukan positif signifikan terhadap *Impulsive Buying tendency*. *Mindfulness* ditemukan negatif signifikan terhadap *Impulsive buying tendency* melalui *Self Emotion Appraisal*. *Mindfulness* ditemukan positif signifikan terhadap *Impulsive Buying Tendency* melalui *Regulation Of Emotion*.

Kata Kunci: *Mindfulness*, *Self Emotion Appraisal*, *Regulation Of Emotion*, *Impulsive Buying Tendency*

ABSTRACT

Every customer has different awareness, this gives rise to stimuli that are felt to be compiled which are definitely different. This study aims to analyze the influence of Mindfulness by Mediating Self Emotional Assessment and Emotional Regulation Against Impulsive Buying of Millennial Generation Tendencies (Y) on Electronic Goods in Tokopedia. In this study quantitative methods are used and the data used in this study are primary data. The number of samples taken for this study were 120 respondents with nonprobability sampling techniques, using purposive sampling. The analysis technique used is SEM analysis with the help of the LISREL 9.2 program.

In this research, it can be found that Mindfulness is significantly negatively influenced on impulsive buying tendencies. Mindfulness was found to be significantly positive for the Assessment of Self Emotions and Emotion Regulations. Self Emotional Assessment was found to be significantly negative towards Impulsive Buying Tendencies. Emotional regulation was found to be significantly positive for Impulsive Buying Tendencies. Mindfulness was found to be significantly negative towards impulsive buying trends through Self Emotion Appraisal. Mindfulness was found to be significantly positive for impulsive buying tendencies through regulation of emotion.

Key Word: Mindfulness, Self Emotion Appraisal, Regulation Of Emotion, Impulsive Buying Tendency