UNPACKING IMPULSIVE BUYING AMONG GENERATION Z FAST FASHION CONSUMERS: THE ROLE OF CASHLESS PAYMENTS, FOMO, AND SELF-CONTROL

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

LOKAHITA REGINA PRAMESTI
NIM. B1021221124

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2026

UNPACKING IMPULSIVE BUYING AMONG GENERATION Z FAST FASHION CONSUMERS: THE ROLE OF CASHLESS PAYMENTS, FOMO, AND SELF-CONTROL

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

LOKAHITA REGINA PRAMESTI
NIM. B1021221124

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2026

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama	: Lokahita Regina Pramesti
NIM	: B1021221124
Jurusan	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Karya Akhir	: Unpacking Impulsive Buying among Generation Z Fast Fashion Consumers: The Role of Cashless Payments, FoMO, and Self-Control

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).
Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul tersebut di atas.
Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 8 Juni 2026



Lokahita Regina Pramesti
NIM. B1021221124

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Lokahita Regina Pramesti
Nim	: B1021221124
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi*	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 14 April 2026

Judul Karya Akhir* :
"Unpacking Impulsive Buying among Generation Z Fast Fashion Consumers: The Role of Cashless Payments, FoMO, and Self-Control"

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontinak, 8 Juni 2026



Lokahita Regina Pramesti
NIM. B1021221124

LEMBAR YURIDIS

UNPACKING IMPULSIVE BUYING AMONG GENERATION Z FAST FASHION CONSUMERS: THE ROLE OF CASHLESS PAYMENTS, FOMO, AND SELF-CONTROL

Penanggung jawab Yuridis

Lokahita Regina Pramesti
B1021221124

Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 14 April 2026

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Prof. Dr. Rizky Fauzan S.E., M.M 197402021998031001	19/05/2026	
Pembimbing 2	Dr. Erna Listiana S.E., M.Si. 197407251998022001	19/05/2026	
Penguji 1	Prof. Dr. Nur Afifah S.E., M.Si. 197305012003122001	19/05/2026	
Penguji 2	Harry Setiawan S.E., M.M. 198510112019031010	19/05/2026	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus
oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir
dan Komprehensif untuk
memperoleh gelar Sarjana.

Pontianak, 09 JUN 2026
Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul "**Pengaruh *Cashless payment* dan FoMO terhadap Perilaku *Impulsive buying* Generasi Z: Pendekatan Moderasi *Self-Control* pada Konsumen *Fast Fashion* Indonesia**" ini dengan baik. Karya akhir ini diajukan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.

Selain itu, diantara seluruh halaman dalam karya akhir ini ucapan terima kasih adalah halaman paling bermakna karena penulis menitipkan rasa terima kasih yang tidak mampu terucap dengan kata-kata. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. Selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Bapak Heriyadi S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Ibu Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bapak Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang telah banyak membantu penulis dalam proses pelaksanaan program Riset Publikasi.
6. Bapak Prof. Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing akademik serta pembimbing riset yang telah memberikan banyak masukan, bimbingan serta arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan akhir ini. Kontribusi tersebut sangat membantu da lam penyusunan dan penyempurnaan hasil penelitian.
7. Ibu Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing di Riset Publikasi yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan karya akhir ini. Segala ilmu dan pengalaman yang diberikan menjadi bekal berharga bagi penulis ke depannya.
8. Ibu Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan evaluasi, kritik, serta saran yang membangun terhadap penelitian ini. Masukan yang diberikan sangat berarti dalam proses penyempurnaan penelitian karya akhir ini.
9. Bapak Harry Setiawan, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan perhatian, masukan, serta kritik yang membangun

sehingga penelitian ini dapat disempurnakan dengan lebih baik.

10. Bapak dan Ibu Dosen yang tergabung dalam Program Riset Publikasi yang telah memberikan materi serta arahan kepada penulis selama mengikuti program Riset Publikasi ini.
11. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman yang berharga selama masa perkuliahan. Segala pengetahuan dan pembelajaran yang diberikan akan menjadi bekal yang sangat berarti dalam pengembangan diri penulis di masa yang akan datang.
12. Kepada Program KIP-Kuliah yang telah memberikan dukungan berupa bantuan pendidikan serta uang saku sehingga penulis dapat menempuh perkuliahan dengan baik. Bantuan yang diberikan sangat bermanfaat dan berarti hingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan sampai akhir.
13. Seluruh staff akademik, tata usaha dan tenaga pendidik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak membantu dalam proses pembelajaran maupun proses administrasi selama masa perkuliahan dan karya akhir ini.
14. Kepada kedua orang tua penulis tercinta, Bapak Sumito dan Ibu Juwahdah. Dua orang yang sangat berjasa atas hidup penulis, yang tidak pernah henti menyebut nama penulis disetiap doanya. Dua orang yang selalu menanyakan keadaan penulis dan proses yang penulis lakukan. Meskipun mereka tidak merasakan pendidikan hingga perkuliahan namun mereka mampu mendidik, memotivasi, serta memberi dukungan moral maupun finansial kepada penulis hingga bisa menyelesaikan studi sampai mendapatkan gelar sarjana. Terima kasih sudah selalu berjuang untuk kehidupan penulis, semoga Bapak dan Ibu selalu dilindungi Allah SWT, sehat selalu dan diberikan umur panjang untuk melihat proses-proses penulis selanjutnya karna karya ini hanya sebagian kecil dari bukti perjuangan panjang yang selalu kalian dukung dengan sepenuh hati.
15. Kepada abang, Boy Cakra Birawa. Orang yang selalu mencoba dan berusaha memberikan yang tebaik untuk adik-adiknya. Terima kasih atas segala nasihat dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga penulis bisa sampai berada pada titik ini.
16. Kepada adik tersayang, Salsa Bella Ramadani. Orang yang memberikan energi positif kepada penulis karena keceriaannya. Terima kasih telah menjadi sumber kebahagiaan serta semangat dalam setiap langkah bagi penulis. Penulis berharap engkau tumbuh lebih baik dari kakakmu, kehadiranmu adalah kekuatan yang tak bisa tergantikan bagi penulis.
17. Kepada keluarga besar yang tidak bisa penulis sebut namanya satu persatu, dengan tulus dan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada kalian yang senantiasa memberikan doa dan dukungan kepada penulis, hingga penulis bisa menyelesaikan karya akhir ini.

18. Kepada Juliyanti, sebagai sahabat seperjuangan dalam menempuh pendidikan yang jauh berkilo-kilo meter dari rumah, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya karena telah menjadi *support system* utama dalam perjalanan meraih gelar sarjana ini, terima kasih telah meluangkan waktu, menemani penulis berkeluh kesah dan menemani suka-dukanya kehidupan penulis selama masa perkuliahan. Semoga dikemudian hari kita masih tetap saling mendukung serta berkembang bersama dalam meraih cita-cita kita.
19. Kepada Widia Sapitri, yang juga sebagai sabahat seperjuangan di masa perkuliahan ini, terima kasih sudah menjadi orang yang mampu memberikan semangat dan keberanian kepada penulis sehingga bisa sedikit demi sedikit menghilangkan perasaan tidak-enakan penulis. Terima kasih telah menemani masa sulit penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini, terima kasih waktu luang yang diberikan. Semoga semua proses perjalanan kita akan baik-baik saja kedepannya.
20. Kepada teman-teman seperjuangan di prodi manajemen, yang sedikit banyaknya memberikan dukungan bagi penulis dan menjadi bagian dari cerita penulis di masa perkuliahan,
21. Kepada Dian, Sutria, Keti, Halida, Surany. Teman kecil penulis yang selalu memberikan dukungan baik didepan maupun dibelakang layar. Terima kasih sudah menjadi orang-orang baik di kehidupan yang cuma sekali ini bagi penulis. Kehadiran kalian sangat berarti dalam perjalanan penulis.
22. Kepada keluarga besar HIMAJEN, BEM UNTAN serta HMI yang telah menjadi wadah untuk penulis belajar, bertumbuh dan berkembang.
23. Semua pihak yang mungkin namanya tidak bisa disebutkan dalam karya akhir ini, yang telah berkontribusi dan memberikan dukungan tanpa penulis minta. Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan penulis dalam menempuh perjalanan mendapatkan gelar ini, setiap bantuan dan dukungan kalian sangat berarti bagi penulis.
24. Terakhir, untuk diri saya sendiri yang sudah kuat meskipun sering merasa ingin menyerah. Terima kasih sudah tetap berjalan walau pelan, tetap mencoba walau takut dan tetap bertahan dimasa-masa sulit selama perkuliahan.

Pontianak, 8 Juni 2026



Lokahita Regina Pramesti
NIM.B1021221124

Unpacking Impulsive Buying among Generation Z Fast Fashion Consumers: The Role of Cashless Payments, FoMO, and Self-Control

Lokahita Regina Pramesti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pembayaran Cashless Payment dan Fear of Missing Out (FoMO) terhadap perilaku pembelian impulsif dan untuk menguji peran moderasi pengendalian diri dalam konsumsi produk fast fashion di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden mahasiswa universitas. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan statistik efek moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik pembayaran tanpa uang tunai maupun FoMO memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. FoMO muncul sebagai faktor paling dominan yang memengaruhi pembelian impulsif, menunjukkan bahwa tekanan sosial dan keinginan untuk mengikuti tren memiliki dampak yang lebih kuat daripada kemudahan teknologi. Lebih lanjut, pengendalian diri tidak mampu memoderasi hubungan antara pembayaran tanpa uang tunai dan pembelian impulsif, tetapi secara signifikan memperkuat hubungan antara FoMO dan pembelian impulsif. Temuan ini menyiratkan bahwa faktor sosial dan psikologis memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumen Generasi Z di industri fast fashion..

Kata Kunci: *Cashless payments, Fear of Missing Out (FoMO), impulsive buying, self-control*

Unpacking Impulsive Buying among Generation Z Fast Fashion Consumers: The Role of Cashless Payments, FoMO, and Self-Control

Lokahita Regina Pramesti

Faculty of Economics and Business
Tanjungpura University, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of cashless payment and Fear of Missing Out (FoMO) on impulsive buying behavior and to examine the moderating role of self-control in the consumption of fast fashion products among Generation Z. The study employed a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to University student respondents. The collected data were analyzed using statistical the moderating effects. The findings reveal that both cashless payment and FoMO have a positive and significant effect on impulsive buying behavior. FoMO emerged as the most dominant factor influencing impulsive purchases, indicating that social pressure and the desire to follow trends have a stronger impact than technological convenience. Furthermore, self- control was unable to moderate the relationship between cashless payment and impulsive buying, but it significantly strengthened the relationship between FoMO and impulsive buying. These findings imply that social and psychological factors play a crucial role in shaping Generation Z's consumer behavior in the fast fashion industry.

Keywords: *Cashless payments, Fear of Missing Out (FoMO), impulsive buying,self-control*

RINGKASAN KARYA AKHIR

Unpacking Impulsive Buying among Generation Z Fast Fashion Consumers: The Role of Cashless Payments, FoMO, and Self-Control

1. Latar Belakang

Perkembangan industri fast fashion di Indonesia semakin pesat, terutama di kalangan Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dan mengikuti tren fashion terbaru. Fast fashion menawarkan produk yang mengikuti tren dengan harga terjangkau sehingga mendorong konsumen melakukan pembelian secara cepat dan berulang. Tingginya penggunaan media sosial seperti TikTok dan Instagram juga membuat Generasi Z lebih mudah terpengaruh oleh tren yang sedang viral. Selain pengaruh media sosial, perkembangan sistem pembayaran digital (*cashless payment*) seperti e- wallet, QRIS, dan mobile banking turut mempermudah proses transaksi. Kemudahan dan kecepatan pembayaran digital membuat konsumen lebih mudah melakukan pembelian spontan tanpa banyak pertimbangan. Kondisi ini dapat meningkatkan perilaku *impulsive buying*, khususnya pada produk fast fashion. Faktor psikologis seperti *Fear of Missing Out* (FoMO) juga menjadi pendorong penting dalam perilaku konsumsi Generasi Z. FoMO membuat individu merasa takut tertinggal tren atau produk yang sedang populer sehingga mendorong pembelian secara impulsif. Namun, kemampuan *self-control* pada setiap individu dapat memengaruhi bagaimana seseorang mengendalikan dorongan tersebut. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *cashless payment* dan FoMO terhadap *impulsive buying*, serta menguji peran *self-control* sebagai variabel moderasi pada konsumen fast fashion Generasi Z di Indonesia.

2. Tujuan Masalah

a. Untuk menganalisis pengaruh *cashless payment* terhadap *impulsive buying* pada Generasi Z di Indonesia
b. Menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *impulsive buying* paad konsumen fast fashion Generasi Z di Indonesia
c. Menguji peran *self-control* dalam memoderasi pengaruh *cashless payment* terhadap *impulsive buying*
d. Menguji peran *self-control* dalam memoderasi pengaruh FoMO terhadap *impulsive buying*

3. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain

explanatory research. Sampel penelitian berjumlah 219 responden Generasi Z yang pernah membeli produk fast fashion dan menggunakan pembayaran digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Forms dengan skala Likert 1–5. Variabel yang diteliti meliputi *cashless payment*, FoMO, *self-control*, dan *impulsive buying*. Analisis data dilakukan menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan SmartPLS 4.0 untuk menguji validitas, reliabilitas, hubungan antar variabel, serta efek moderasi *self-control*.

4. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cashless payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas pembayaran digital membuat konsumen lebih mudah melakukan pembelian spontan tanpa pertimbangan panjang.

FoMO juga terbukti berpengaruh positif dan menjadi faktor paling dominan dalam mendorong *impulsive buying*. Tekanan sosial dan keinginan mengikuti tren di media sosial membuat Generasi Z cenderung membeli produk fast fashion secara impulsif agar tidak merasa tertinggal.

Selain itu, *self-control* tidak mampu memoderasi pengaruh *cashless payment* terhadap *impulsive buying*. Namun, *self-control* mampu memoderasi hubungan FoMO terhadap *impulsive buying* dengan arah positif. Hal ini menunjukkan bahwa dalam tekanan sosial digital yang tinggi, kontrol diri tidak selalu efektif menahan dorongan pembelian impulsif.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan: penelitian menyimpulkan bahwa *cashless payment* dan FoMO berpengaruh positif terhadap *impulsive buying* pada Generasi Z, dengan FoMO sebagai faktor yang paling dominan. *Self-control* tidak berpengaruh dalam hubungan antara *cashless payment* dan *impulsive buying* tetapi memperkuat hubungan antara FoMO dan *impulsive buying.*

Saran: Generasi Z disarankan lebih bijak dalam mengelola pengeluaran dan tidak mudah terpengaruh oleh tren yang viral di media sosial. Penggunaan pembayaran digital juga perlu disertai dengan pengendalian diri agar tidak memicu perilaku belanja berlebihan. Bagi pelaku bisnis fast fashion dan penyedia layanan pembayaran digital, penting untuk menciptakan strategi pemasaran yang lebih etis dan tidak hanya memanfaatkan rasa takut konsumen terhadap ketertinggalan tren. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti gaya hidup, literasi keuangan, atau pengaruh influencer media sosial agar hasil penelitian mengenai *impulsive buying* dapat lebih berkembang dan mendalam.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR iii
LEMBAR YURIDIS iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
RINGKASAN KARYA AKHIR x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
ISI KARYA AKHIR 1
Abstrak 1
Introduction 2
Research Methods 4
Results And Discussion 5
Conclusion 14
References 15
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 1. Respondent Characteristics 5
Table 2. Descriptive Statistics of Research Variables 6
Table 3. Validity and Reliability Test 7
Table 4. Discriminant Validity - HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) 8
Table 5. Discriminant Validity 9
Table 6. R -Square 9
Table 7. Goodness of Fit Model 10
Table 8. Multicollinearity Test 10
Table 9. Direct Effect & Moderating Effect 11

DAFTAR GAMBAR

Figure 1. Grapical Output Quadratic Effect 11

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I: SK DEKAN xvi
LAMPIRAN II: *LETTER OF ACCEPTANCE* xx
LAMPIRAN III: DOKUMEN INFORMASI ARTIKEL xxiii
LAMPIRAN IV: TABEL OPERASIONAL xxv
LAMPIRAN V: KUESIONER xxxiv
LAMPIRAN VI: DATA xliii
LAMPIRAN VII: OUTPUT OLAHAN DATA lii