

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, N., & Nugroho, A. (2023). Social Commerce Dalam Perspektif Pemasaran Digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Profil Internet Indonesia 2025*. APJII.
- Fathia, N., Vania, A., Malik, M., & Malang, I. (2023). *Jurnal Mantik Impulsive Buying Behavior : Scarcity Impact Of Flash Sale Through Arousal As Mediating Variable*. 7(3).
- Firliansa, A., Haryanto, T., Astuti, H. J., & Endratno, H. (2025). Faktor-faktor yang mendorong konsumen membeli produk Elzatta di TikTok live shopping: Perspektif Stimulus–Organism–Response theory. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(4), 117–136.
- Ghifari. (2023). Pengaruh Limited Quantity Scarcity Dan Limited Time Scarcity Terhadap Impulse Buying Melalui Arousal Sebagai Variabel Intervening. In *Pengaruh Limited Quantity Scarcity Dan Limited Time Scarcity Terhadap Impulse Buying Melalui Arousal Sebagai Variabel Intervening (Pada Flash Sale Shopee Generasi Z)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ghozali, I. (2021). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan SmartPLS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Lamis, S. F., Handayani, P. W., & Fitriani, W. R. (2022). Impulse buying during flash sales in the online marketplace. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2068402. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2068402>
- Latief, F. (2025). *Peningkatan Impulse Buying Pengguna E-Commerce Melalui Diskon Live Streaming Shopping Shopping Lifestyle Dan Kemudahan Transaksi*.
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif* (A. Q. Habib, Ed.; edisi ke-3). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Martaleni, Hendrasto, F., Hidayat, N., Dzikri, A. A., & Yasa, N. N. K. (2022). Flash sale and online impulse buying: Mediation effect of emotions. *Innovative Marketing*, 18(2), 49–59. [https://doi.org/10.21511/im.18\(2\).2022.05](https://doi.org/10.21511/im.18(2).2022.05)
- Maula, D. W., & Putranto, H. A. (2025). Scarcity Marketing Dan Arousal Terhadap Impulse Buying Live Streaming Tiktok Shop Fundamental , Dengan Munculnya Fenomena Live Streaming Commerce Sebagai Model Bisnis Mendorong Transaksi , Salah Satunya Adalah Scarcity Marketing Atau Pemasaran Kelangkaan . November.
- Moudyila, M. R., Sukartono, S., & Suryono, I. (2025). Pengaruh Live Streaming Dan Flash Sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Tiktok Shop Melalui Positive Emotion Sebagai Variabel Moderation (Studi Pada Generasi Z Di Jakarta Utara). 7(6), 4747–4759.
- Rahma, N., Pangastuti, D., & Kusumaningtyas, D. (2025). Pengaruh FOMO (Fear Of Missing Out), Flash Sale , Live Stream Shopping Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Lip Produk Di Tiktok Shop. 33–44.
- Rahmania, V. A., La Iba, & Irmawanti. (2025). Strategi digital marketing Beauty Kendari melalui live selling Instagram. *Newcomb: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 3(1), 49–58.
- Ramadhan. (2022). Pengaruh Flash Sale Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Marketplace Shopee. 1–24.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2024). SmartPLS 4. SmartPLS. <https://www.smartpls.com>
- Rohmawati, A. (2025). Pengaruh Strategi Promosi Flash Sale, Cashback, Dan Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Ibu Rumah Tangga Pengguna Shopee Dengan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan R& D (M. Dr Ir Sutopo.S Pd (Ed.)).
- Sulam, R. T., & Fasa, M. I. (2025). TikTok Shop sebagai inovasi social commerce: Analisis pengalaman pengguna, kepuasan konsumen, dan perubahan perilaku belanja. *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 2(1), 97–106. <https://doi.org/10.66341/inflasi.v2i1.114>
- Suwito, G. A., & Susilowati, M. W. K. (2024). Scarcity Effect On Impulse Buying: The Mediating Role Of Arousal. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*.

- Tsabita, S., & Isa, M. (2025). Pengaruh Scarcity Promotion Pada Flash Sale Terhadap Impulse Buying Dengan Arousal Sebagai Variabel Mediasi. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4, 4278–4291. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i2.7386>
- Tumangger, S., & Munthe, R. (2025). Perilaku Konsumsi Generasi Z Dalam E-Commerce. *Sosial Ekonomi*.
- Wulandari, A., Ittaqullah, N., Manajemen, J., Oleo, U. H., Review, O. C., & Buying, I. (2025). Pengaruh Flash Sale Dan Online Customer Review Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Marketplace. 2(3), 656–667.
- Wu, Y., Xin, L., Li, D., Yu, J., & Guo, J. (2021). How does scarcity promotion lead to impulse purchase in the online market? A field experiment. *Information & Management*, 58(1), 103283. <https://doi.org/10.1016/j.im.2020.103283>
- Yanti, E. D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2025). Pengaruh Scarcity Terhadap Impulse Buying Pada Produk Fashion Dalam Live Streaming Tiktok. 14, 1492–1508. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1500>

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH LIMITED *QUANTITY SCARCITY* DAN *FLASH SALE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN *AROUSAL* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA PEMBELIAN DI TIKTOK SHOP
(Studi pada Generasi Z di Kabupaten Grobogan)

I. DATA RESPONDEN

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/I untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada dengan jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Adapun saudara/i yang dapat menjadi responden dalam penelitian ini harus sesuai dengan beberapa kriteria berikut:

1. Apakah Anda berusia 14–29 tahun?
☐ 14-19
☐ 20-25
☐ 26-29
2. Apakah Anda berdomisili di Kabupaten Grobogan?
☐ Ya
☐ Tidak
3. Apakah Anda pernah melakukan pembelian di TikTok Shop menggunakan program *flash sale* dan notifikasi *limited quantity scarcity*?
☐ Ya
☐ Tidak
4. Apakah aktivitas pembelian tersebut dilakukan dalam kurun waktu 3 bulan terakhir?
☐ Ya
☐ Tidak

Isilah pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda (✓) sesuai dengan jawaban anda.

A. Identitas Responden

No	Keterangan	Penjelasan
1.	Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2.	Pekerjaan	☐ Pelajar/mahasiswa ☐ Karyawan ☐ Wirausaha
3.	Berapa kali rata-rata berbelanja di Tik Tok Shop dalam satu bulan	 Kali

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan yang ada
2. Isi kuesioner sesuai dengan keadaan yang anda alami atau anda ketahui
3. Skor yang anda berikan tidak mengandung jawaban benar atau salah mengenai pertanyaan yang ada, melainkan jawaban sesuai yang anda alami setiap pertanyaan yang ada
4. Pilihan jawaban yang tersedia adalah:
 - STS = apabila Anda merasa Sangat Tidak Setuju
 - TS = apabila Anda merasa Tidak Setuju
 - N = apabila Anda merasa Ragu-ragu
 - S = apabila Anda merasa Setuju
 - SS = apabila Anda merasa Sangat Setuju
5. Semua pernyataan atau pertanyaan yang ada dimohon untuk di isi semua.
6. Hasil dari jawaban ini hanya untuk keperluan akademis. Serta identitas diri dirahasiakan.

A. Kuesioner limited *quantity scarcity* (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik membeli produk ketika stok yang tersedia terlihat terbatas.					

2	Saya merasa harus segera membeli ketika melihat produk hampir habis terjual.					
3	Saya lebih terdorong membeli produk yang jumlahnya dibatasi.					
4	Saya merasa produk yang jarang tersedia lebih menarik untuk dibeli					

B. Kuesioner *Flash sale* (X2)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering menemukan promosi <i>flash sale</i> saat menggunakan TikTok Shop..					
2	Penawaran dalam program <i>flash sale</i> memberikan keuntungan yang menarik bagi saya..					
3	Produk yang ditawarkan dalam <i>flash sale</i> sesuai dengan kebutuhan atau minat saya					

C. Kuesioner *Arousal* (M)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa adanya penawaran <i>flash sale</i> atau keterbatasan stok di TikTok Shop menimbulkan dorongan emosional dalam diri saya untuk mempertimbangkan pembelian.					
2	Saya merasa bersemangat saat menemukan produk yang sedang <i>flash sale</i> .					
3	Saya merasa terangsang untuk segera membeli ketika melihat notifikasi stok terbatas					
4	Saya merasa antusias ketika mendapatkan kesempatan membeli produk dengan promo khusus.					

D. Kuesioner *Impulsive Buying* (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering membeli produk secara spontan saat berbelanja di TikTok Shop.					

2	Saya merasa sulit menahan keinginan untuk membeli produk yang menarik					
3	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk membeli produk ketika melihat promo tertentu.					
4	Saya tetap membeli produk meskipun belum mempertimbangkan manfaat atau konsekuensinya					
5	Saya sering membeli produk tanpa perencanaan sebelumnya.					

Lampiran 2.Tabulasi Data

LIMITED QUANTITY SCARCITY				Total	FLASH SALE			Total	AROUSAL				Total	IMPULSE BUYING					Total
LQS1	LQS2	LQS3	LQS4		F1	F2	F3		A1	A2	A3	A4		IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	
3	4	4	4	15	3	4	3	10	5	4	5	3	17	3	4	4	4	3	18
5	4	3	4	16	4	4	3	11	5	4	4	4	17	2	4	3	2	4	15
4	4	4	3	15	4	3	4	11	5	3	5	4	17	3	4	4	5	4	20
4	3	3	3	13	3	4	5	12	3	3	5	3	14	4	3	2	4	3	16
4	1	5	5	15	5	5	2	12	3	2	3	4	12	5	3	4	3	3	18
4	2	1	1	8	5	3	2	10	2	5	4	3	14	2	2	5	3	5	17
3	3	3	3	12	2	2	4	8	3	5	4	2	14	4	5	4	4	4	21
3	4	4	5	16	3	2	4	9	3	4	3	5	15	4	4	3	3	3	17
5	5	4	5	19	5	5	5	15	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	15	4	4	4	12	1	5	5	5	16	5	5	5	5	4	24
3	3	3	4	13	4	5	5	14	2	5	5	5	17	5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	14	4	5	5	14	3	5	5	5	18	5	5	5	5	4	24
4	3	3	4	14	4	3	5	12	4	4	5	3	16	4	5	5	5	4	23
3	4	4	4	15	4	4	3	11	4	3	4	4	15	5	5	5	3	4	22
4	3	3	3	13	3	3	4	10	3	3	5	5	16	5	5	5	5	5	25
3	5	1	4	13	5	5	5	15	3	5	4	4	16	3	5	5	5	5	23
5	5	5	2	17	3	3	3	9	3	5	5	5	18	5	5	4	3	5	22
4	3	5	5	17	5	5	5	15	3	5	3	3	14	5	4	4	5	5	23
4	2	3	4	13	4	4	5	13	3	5	5	4	17	4	5	4	5	5	23
2	4	4	4	14	4	4	5	13	3	5	4	5	17	5	5	5	5	3	23
4	4	4	3	15	5	5	5	15	3	4	5	5	17	5	5	4	5	5	24
4	4	3	3	14	4	3	4	11	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	5	17	3	3	3	4	1	14
2	3	4	4	13	5	5	5	15	4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	24
4	4	3	4	15	2	2	2	6	4	2	2	4	12	3	5	5	5	5	23
4	4	5	5	18	5	5	5	15	1	5	5	5	16	5	5	5	5	4	24
1	1	1	1	4	1	1	1	3	5	2	2	2	11	2	2	2	2	2	10
3	3	4	4	14	4	5	5	14	2	5	5	5	17	4	4	4	4	4	20
1	1	5	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	5	5	3	5	23
4	4	4	3	15	3	4	4	11	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	23
3	2	4	3	12	4	5	5	14	4	4	3	3	14	4	5	5	5	5	24
1	1	3	3	8	3	4	4	11	5	2	5	5	17	5	5	5	5	5	25
5	5	3	3	16	5	5	5	15	4	5	5	5	19	5	5	4	5	1	20
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	4	5	18	3	4	4	4	4	19
2	1	3	4	10	4	5	5	14	5	5	5	5	20	5	1	2	5	5	18
1	1	2	1	5	1	1	1	3	2	2	1	3	8	2	1	4	3	3	13
4	4	3	4	15	5	4	3	12	4	4	3	5	16	3	3	4	2	3	15
3	4	4	4	15	4	4	4	12	3	5	5	5	18	5	3	3	2	2	15
3	5	3	4	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	4	4	5	5	23
3	1	2	3	9	4	5	5	14	5	4	3	3	15	3	2	4	1	2	12
5	5	5	5	20	5	5	4	14	5	5	5	5	20	5	5	5	2	1	18
3	4	4	4	15	4	3	3	10	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
4	4	2	5	15	1	3	4	8	4	4	3	4	15	4	4	3	3	3	17
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	15	5	5	5	15	4	5	3	5	17	3	4	4	3	4	18

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

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

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

Lampiran 3.Hasil Output Smart PLS 4.0

A. FINAL RESULT PLT ALGORITHM

1. Outer Loadings

	Arousal	Flash Sale	Impulse Buying	Limited Quantity Scarcity
A2	0,835			
A3	0,821			
A4	0,825			
F1		0,842		
F2		0,885		
F3		0,864		
IB1			0,839	
IB2			0,860	
IB3			0,850	
IB4			0,818	
IB5			0,796	
LQS1				0,816
LQS2				0,819
LQS3				0,795
LQS4				0,777

2. Construct Reliability and Validity

Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
------------------	-------------------------------	-------------------------------	----------------------------------

Arousal	0,770	0,771	0,867	0,684
Flash Sale	0,831	0,836	0,898	0,746
Impulse Buying	0,890	0,902	0,919	0,694
Limited Quantity Scarcity	0,815	0,815	0,878	0,643

3.Discriminant Validity Fornell-lacker Criterion

	Arousal	Flash Sale	Impulse Buying	Limited Quantity Scarcity
Arousal	0,827			
Flash Sale	0,697	0,864		
Impulse Buying	0,679	0,514	0,833	
Limited Quantity Scarcity	0,589	0,452	0,582	0,802

Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - List

	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)
Flash Sale <-> Arousal	0,871
Impulse Buying <-> Arousal	0,792
Impulse Buying <-> Flash Sale	0,576
Limited Quantity Scarcity <-> Arousal	0,738
Limited Quantity Scarcity <-> Flash Sale	0,545
Limited Quantity Scarcity <-> Impulse Buying	0,673

4. R-square

	R-square	R-square adjusted
Arousal	0,580	0,575
Impulse Buying	0,513	0,504

5. f-square

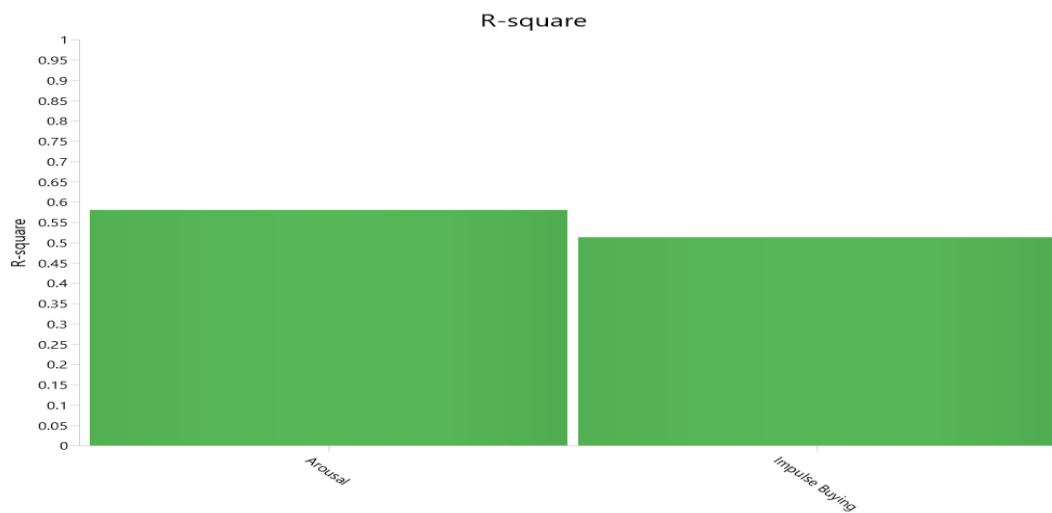
	Arousal	Flash Sale	Impulse Buying	Limited Quantity Scarcity
Arousal			0,196	
Flash Sale	0,556		0,004	
Impulse Buying				
Limited Quantity Scarcity	0,225		0,101	

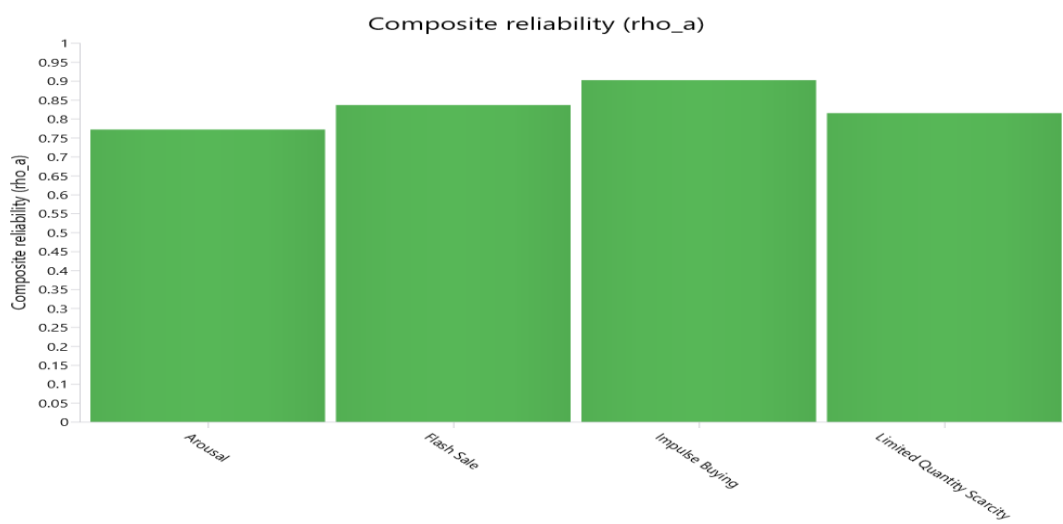
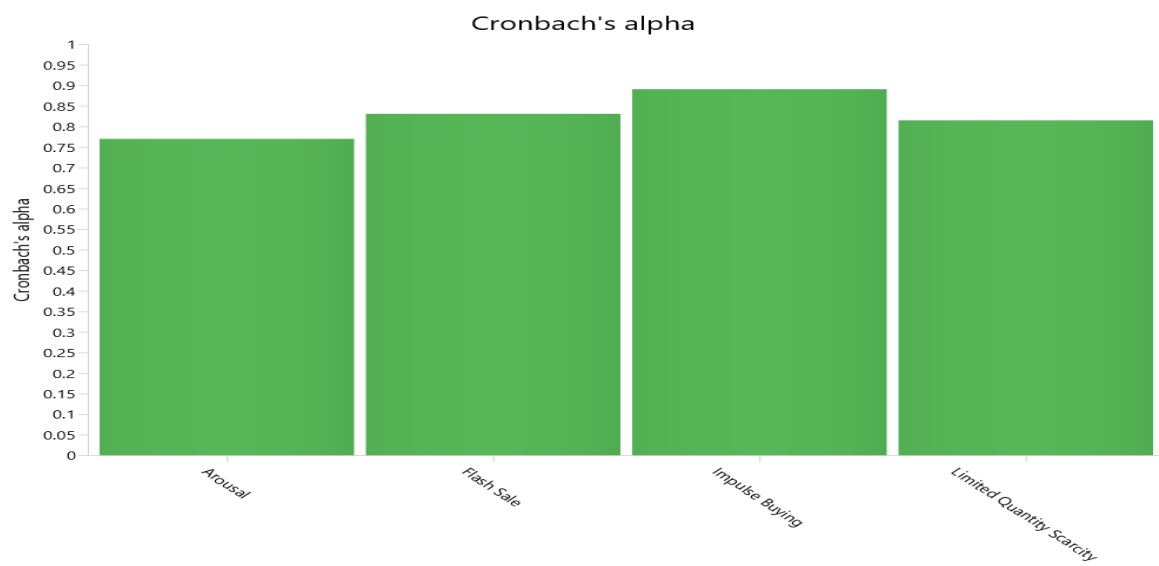
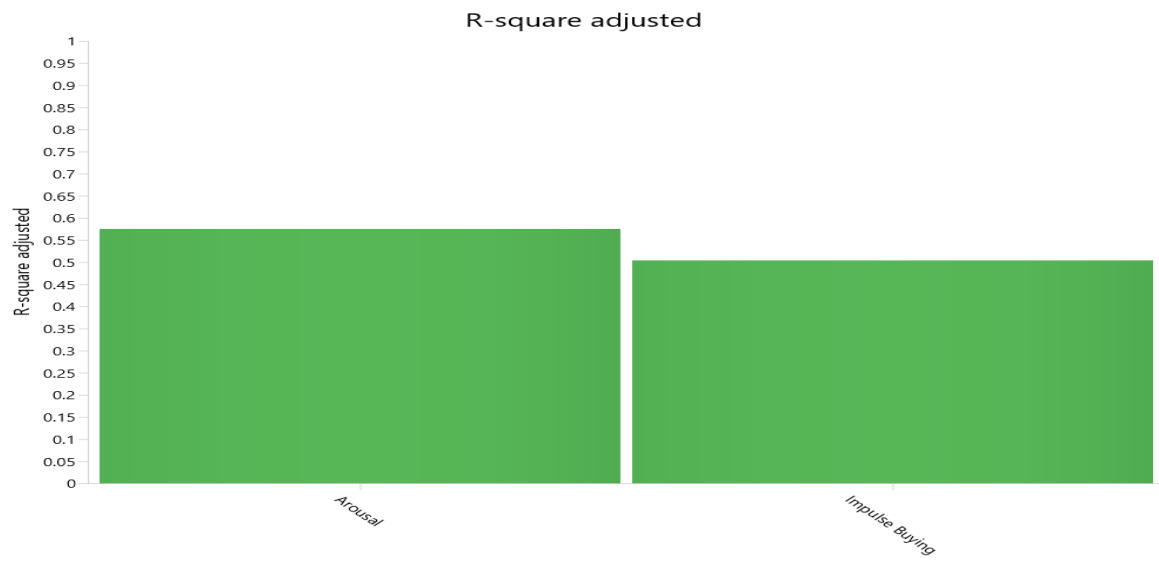
B. FINAL RESULT PLS BOOTSTRAPPING

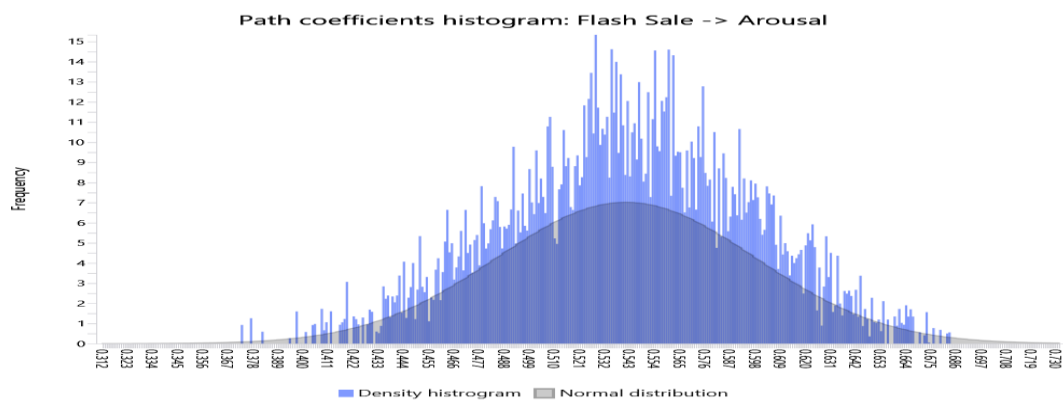
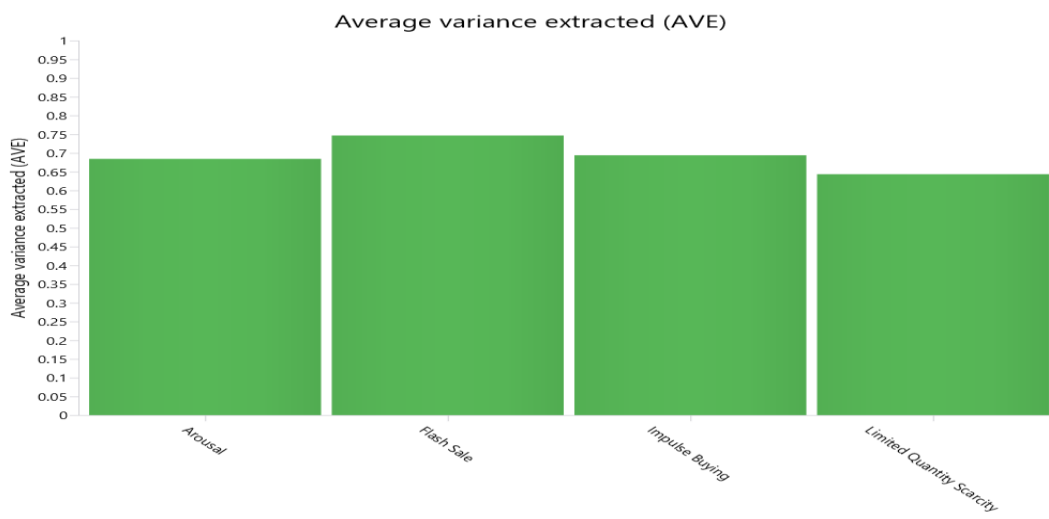
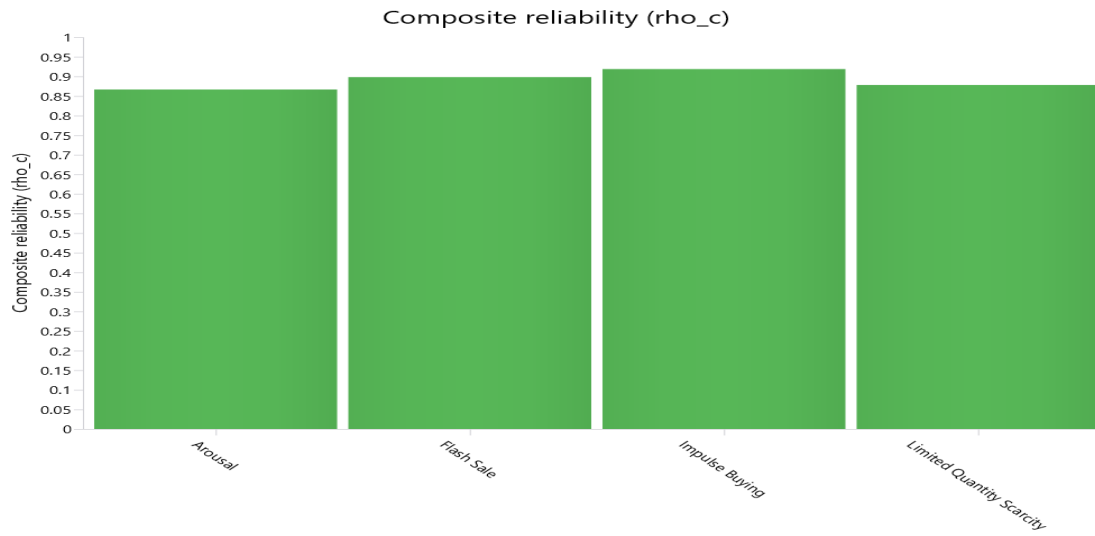
1. Path coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Arousal -> Impulse Buying	0,476	0,472	0,098	4,849	0,000
Flash Sale -> Arousal	0,542	0,541	0,057	9,532	0,000
Flash Sale -> Impulse Buying	0,058	0,062	0,091	0,637	0,524
Limited Quantity Scarcity -> Arousal	0,344	0,345	0,062	5,553	0,000
Limited Quantity Scarcity -> Impulse Buying	0,275	0,277	0,079	3,457	0,001

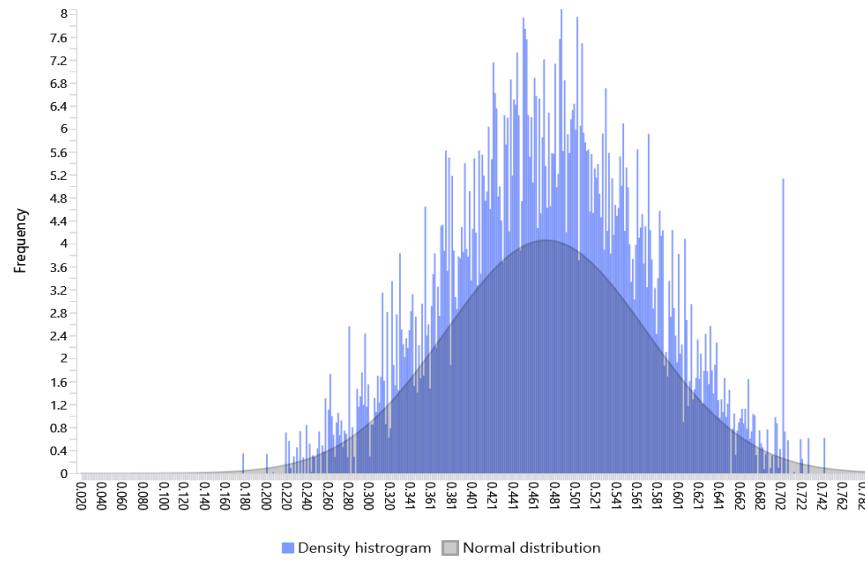
Diagram Output Smart PLS 4.0



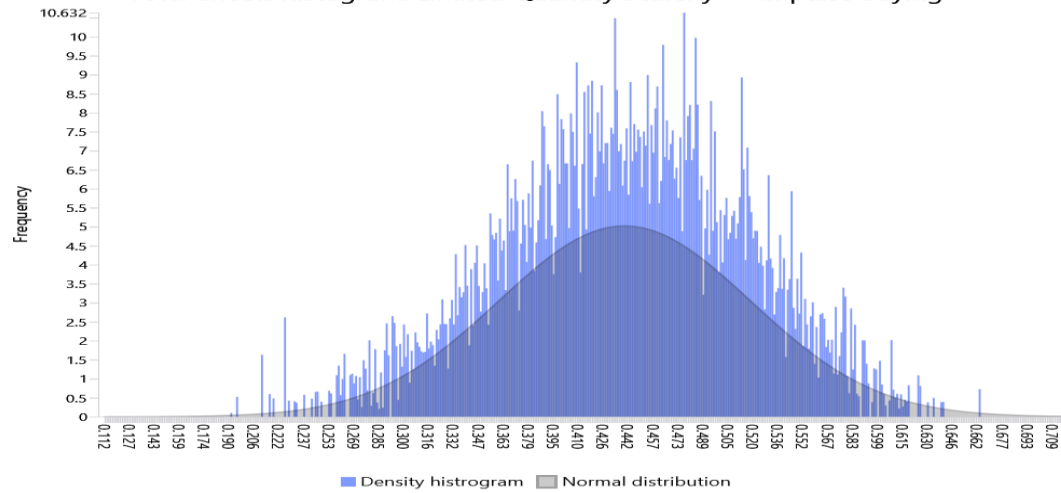




Total effects histogram: Arousal -> Impulse Buying



Total effects histogram: Limited Quantity Scarcity -> Impulse Buying



Path coefficients histogram: Limited Quantity Scarcity -> Arousal

