

ABSTRAKSI

Endinsya Naufal Yaafi, Nomor Induk Mahasiswa 152210178, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Keterlibatan *Altruistic Values* dan *Egoistic Values* Terhadap *Impulse Buying* Produk *Tumbler* Melalui *Social Media* Instagram Sebagai Variabel Intervening”. Dosen Pembimbing Keny Rahmawati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Keterlibatan *Altruistic Values* dan *Egoistic Values* terhadap *Impulse Buying* Produk *Tumbler* melalui *Social Media* Instagram. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory research*. Populasi penelitian ini merupakan pengguna *tumbler* yang memiliki *social media* Instagram aktif di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini *non-probability sampling* dengan metode yang diterapkan yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Metode analisis penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Altruistic Values* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Social Media Instagram*, *Egoistic Values* berpengaruh signifikan terhadap *Social Media Instagram*, *Altruistic Values* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Egoistic Values* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Social Media Instagram* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*, *Altruistic Values* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* melalui *Social Media Instagram*, dan *Egoistic Values* berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* melalui *Social Media Instagram*.

Kata kunci: *Altruistic Values, Egoistic Values, Impulse Buying, Tumbler, Social Media Instagram*