

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*  
PENGUNA *E-COMMERCE***



**Disusun Oleh:  
Meidiana Fairuz Salsabila  
1801618163**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
Gelar Sarjana Psikologi**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING  
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

*"Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Impulsivi Buying Pengguna E-commerce"*

Nama Mahasiswa : Meidiana Fairuz Salsabila  
 Nomor Registrasi : 1801618163  
 Jurusan/Program Studi : Psikologi  
 Tanggal Ujian : 8 Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II



Erik, M.Si  
0001059113



Herdiyana Maulana, Ph.D  
198212302009121003

**Panitia Ujian Sidang Skripsi**

NAMA	TANDA TANGAN	TANGGAL
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi. (Penanggung Jawab)*		07/09/23
Dr. Gungum Gumelar, M.Si. (Wakil Penanggung Jawab)**		21/08/23
Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D. (Ketua Penguji)***		21 Agustus 2023
Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi. (Dosen Penguji I)****		21 Agustus 2023
Lupi Yudhaningrum, M.Psi. (Dosen Penguji II)****		21 Agustus 2023

Catatan:

\*Dekan FPPsi

\*\*Wakil Dekan I

\*\*\*Ketua Penguji

\*\*\*\*Dosen Penguji Selain Pembimbing

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Meidiana Fairuz Salsabila

NIM : 1801618163

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul Pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-commerce* adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Mei 2023 sampai Juni 2023
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung akibat yang ditimbulkan apabila pernyataan ini tidak benar.

Jakarta, 2 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



(Meidiana Fairuz Salsabila)

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“He who trade his humanity in hope for heaven will have a heart full of hatred.  
Shall He not be thou, I pray.”

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk mereka yang saya sayangi, keluarga dan teman-teman yang telah mendukung saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Meidiana Fairuz Saisabila  
NIM : 1801618163  
Fakultas/Prodi : Fakultas Pendidikan Psikologi  
Alamat email : meidianaafs@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Fear Of Missing Out Terhadap Impulsive Buying Pengguna E-commerce

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 September 2023



( Meidiana Fairuz Saisabila )

**MEIDIANA FAIRUZ SALSABILA**

**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT TERHADAP IMPULSIVE BUYING  
PENGUNGAN E-COMMERCE**

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi  
Fakultas Pendidikan Psikologi  
Universitas Negeri Jakarta  
2023

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *fear of missing out* terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce*. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 208 orang. Alat ukur yang digunakan adalah *Impulsive Buying Scale* (Rook & Fisher, 1995) untuk mengukur variabel *impulsive buying* dan *Tendency Towards The Fear of Missing Out Scale* (Lim, 2016) untuk mengukur variabel *fear of missing out*. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat pengaruh positif *fear of missing out* terhadap *impulsive buying* secara signifikan dengan kontribusi pengaruh sebesar 70,1%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna *e-commerce* yang mengalami *fear of missing out* akan melakukan *impulsive buying*.

Kata Kunci: *Impulsive buying, fear of missing out, e-commerce.*

**MEIDIANA FAIRUZ SALSABILA**

**THE EFFECT OF FEAR OF MISSING OUT ON IMPULSIVE BUYING ON E-COMMERCE USER**

*Thesis*

Jakarta: Psychology Department  
Faculty of Psychology Education  
State University of Jakarta  
2023

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of fear of missing out on impulsive buying on e-commerce user. Purposive sampling method was used on this study with 208 respondents as the result. Measurement tools used were the Impulsive Buying Scale (Rook & Fisher, 1995) to measure the impulsive buying variable and Tendency Towards The Fear of Missing Out Scale (Lim, 2016) to measure the fear of missing out variable. Hypothesis was tested using simple regression analysis. Study finds that fear of missing out has positive and significant influence on impulsive buying on e-commerce user by 70,1%. This finding shows that e-commerce users with fear of missing out most likely will do impulse buying.*

**Keywords:** *Impulsive buying, fear of missing out, e-commerce.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada Allah SWT berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi “Pengaruh *Fear of Missing Out* Terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-commerce*” sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana. Penulis mendapat banyak dukungan, panduan, koreksi, dan bimbingan dari berbagai pihak. Sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak berikut:

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi. selaku Koordinator Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Erik, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan panduan dan bimbingan pada penulis dengan penuh kesabaran.
4. Bapak Herdian Maulana, PhD. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan panduan dan bimbingan pada penulis dengan penuh kesabaran.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Administrasi Fakultas Pendidikan Psikologi yang telah memberikan ilmu dan bekerja keras untuk memastikan keberlangsungan proses belajar yang baik dan lingkungan yang kondusif bagi mahasiswa.
6. Ibu Dian Lies Setyarini dan Bapak Wahyudi Wibowo Ajie selaku orang tua serta Marshanda Kamila selaku adik penulis atas dukungan dan motivasi yang diberikan selama penyusunan skripsi.
7. Lusyanne Nabila Muliawaty yang telah banyak membantu penulis ketika penulis mengalami kendala.
8. Teman-teman kuliah tersayang Azizah Fani, Alia Sekar Sari, Machika Chrystalova, Galuh Tri Wulandari, Shaumi Annisa, Meyta Ayu Aryani, Qori Retno Kinasih, dan Kyla Fajrera G. D. A.
9. Teman-teman dekat penulis yang selalu memberikan tempat bagi penulis untuk berbagi keluh kesah selama lebih dari 8 tahun terakhir, yaitu Wihandary Stefani Eldo, Gabriella Siahaan, Yulia Elvina Damayanti, Lintang Alfina,



Rahmadani Butama, Nada Misfir, Hafidza Anis Al-amri, Cintya Alya, dan Deva Agistri.

10. Pihak-pihak yang telah mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dengan demikian, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan penulis. Oleh sebab itu, penulis mohon kritik dan saran guna memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini. Penulis harap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 2 Agustus 2023

Penulis,

Meidiana Fairuz Salsabila



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah .....	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 <i>Impulsive Buying</i> .....	7
2.2 <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i> .....	15
2.3 Hubungan antara <i>Fear of Missing Out</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> Pengguna <i>E-commerce</i> .....	17
2.4 Kerangka Konseptual.....	18
2.5 Hipotesis .....	19
2.6 Hasil Penelitian yang Relevan .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	22
3.2 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Analisis Data.....	34

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Gambaran Responden Penelitian.....	37
4.2 Prosedur Penelitian.....	46
4.3 Hasil Analisis Data Penelitian.....	47
4.4 Pembahasan.....	58
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	61
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Implikasi.....	62
5.3 Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	19
Tabel 3. 1 Uji coba instrumen <i>impulsive buying scale</i> .....	29
Tabel 3.2 Uji reliabilitas <i>impulsive buying scale</i> .....	30
Tabel 3.3 Uji coba instrumen T-FOMO .....	31
Tabel 3.4 Uji reliabilitas T-FOMO .....	32
Tabel 3.5 Modifikasi instrumen .....	33
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4. 3 Gambaran Responden Berdasarkan Domisili .....	39
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan .....	41
Tabel 4. 6 Gambaran Responden Berdasarkan Penggunaan <i>E-commerce</i> .....	42
Tabel 4.7 Gambaran Responden Berdasarkan Metode Pembayaran .....	44
Tabel 4.8 Gambaran Responden Berdasarkan Media Sosial .....	45
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel <i>Impulsive Buying</i> .....	47
Tabel 4.10 Kategorisasi Skor Variabel <i>Impulsive Buying</i> .....	48
Tabel 4.11 Kategorisasi <i>Impulsive Buying</i> berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.12 Kategorisasi <i>Impulsive Buying</i> berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.13 Kategorisasi <i>Impulsive Buying</i> berdasarkan Pendapatan .....	50
Tabel 4.14 Deskriptif Variabel <i>Fear of Missing Out</i> .....	51
Tabel 4.15 Kategorisasi Skor Variabel <i>Fear of Missing Out</i> .....	52
Tabel 4. 16 Kategorisasi <i>Fear of Missing Out</i> berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.17 Kategorisasi <i>Fear of Missing Out</i> berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4. 18 Kategorisasi <i>Fear of Missing Out</i> berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas .....	54
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4.21 Hasil Uji Korelasi.....	56
Tabel 4.22 Hasil Uji Signifikansi ANOVA .....	56
Tabel 4.23 R Square Uji Hipotesis Variabel.....	57
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Sederhana .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Gambar 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia .....	39
Gambar 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Domisili .....	40
Gambar 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Gambar 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan .....	42
Gambar 4.6 Gambaran Responden Berdasarkan Penggunaan E-commerce .....	43
Gambar 4.7 Gambaran Responden Berdasarkan Metode Pembayaran .....	44
Gambar 4.8 Gambaran Responden Berdasarkan Media Sosial .....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian .....	71
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	80
Lampiran 3 Data Demografi .....	82
Lampiran 4 Analisis Deskriptif .....	85
Lampiran 5 Pengujian Asumsi Penelitian .....	86
Lampiran 6 Tabulasi Silang.....	88
Lampiran 7 Informed Consent .....	91
Lampiran 8 Lembar Pernyataan Validasi Instrumen.....	92
Riwayat Hidup .....	94

