

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
*TENDENCY VIRTUAL ITEM GAME ONLINE***



Oleh:

Machika Chrystalova

1801618008

PSIKOLOGI

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Mendapatkan
Gelar Sarjana Psikologi**

FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

"PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
TENDENCY VIRTUAL ITEM GAME ONLINE"

Nama Mahasiswa : Machika Chrystalova
NIM : 1801618008
Program Studi : Psikologi
Tanggal Ujian : 23 Januari 2024

Pembimbing I



Herdiyana Maulana, Ph. D.
NIP 198212302009121003

Pembimbing II



Vinna Ramadhany Sy, M.Psi
NIP 199004222020122012



Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Tandatangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Si. (Penanggungjawab)*		12/2/2024
Dr. Gungum Gumelar, M.Si. (Wakil Penanggungjawab)**		12/02/2024
Dr. Phill. Zarina Akbar, M.Psi. (Ketua Penguji)***		7 Februari 2024
Mauna, M.Psi. (Anggota)****		Senin, 5 Februari 2024
Reny Rustyawati, MA. (Anggota)****		Kamis, 1 Feb 2024

Catatan :

- * : Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi
- ** : Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi
- *** : Ketua Penguji
- **** : Dosen penguji selain pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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

Nama : Machika Chrystalova
NIM : 1801618008
Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "**Pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Impulsive Buying Tendency* Virtual Item Game Online**" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Januari 2024.
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, 20 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,

(Machika Chrystalova)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“When you don’t know what to do, just take the first step. The rest will figure itself out naturally”

PERSEMBAHAN

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

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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 : Machika Chrystalova
NIM : 1801613008
Fakultas/Prodi : Pendidikan Psikologi / Psikologi
Alamat email : machika.maleu@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 Tendency
Virtual Item Game Online

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, 15 Februari 2024



(Machika Chrystalova)

MACHIKA CHRYSTALOVA

**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT TERHADAP IMPULSIVE BUYING
TENDENCY VIRTUAL ITEM GAME ONLINE**

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi
Fakultas Pendidikan Psikologi
Universitas Negeri Jakarta
2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *fear of missing out* terhadap *impulsive buying virtual item game online* pada generasi Z. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 246 orang. Alat ukur yang digunakan adalah Impulse Buying Tendency Scale (Verplanken dan Herabadi, 2001) untuk mengukur variabel *impulsive buying* dan Fear of Missing Out Scale (Kang dkk., 2019) untuk mengukur variabel *fear of missing out*. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif *fear of missing out* terhadap *impulsive buying* secara signifikan dengan kontribusi pengaruh sebesar 8,2%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *fear of missing out* pada generasi Z, maka akan tinggi juga kecenderungan *impulsive buying* nya, begitupula sebaliknya.

Kata Kunci: *Impulsive buying, fear of missing out, game online.*

MACHIKA CHRYSTALOVA

**THE EFFECT OF FEAR OF MISSING OUT ON IMPULSIVE BUYING
TENDENCY OF VIRTUAL ITEM IN ONLINE GAME**

Thesis

Jakarta: Psychology Department
Faculty of Psychology Education
State University of Jakarta
2024

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of fear of missing out on impulsive buying of virtual item in online game. Purposive sampling method was used on this study with 246 respondents as the result. Measurement tools used were the Impulse Buying Tendency Scale (Verplanken dan Herabadi, 2001) to measure the impulsive buying variable and Fear of Missing Out Scale (Kang dkk., 2019) to measure the fear of missing out variable. Hypothesis was tested using simple regression analysis. Study found that fear of missing out has positive and significant influence on impulsive buying by 8,2%. This finding shows that the higher the fear of missing out in generation Z, the higher the impulsive buying tendency, and vice versa.

Keywords: *Impulsive buying, fear of missing out, online game.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada Allah SWT berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi “Pengaruh *Fear of Missing Out* Terhadap *Impulsive Buying Tendency Virtual Item Game Online*” 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. Bapak Dr. Gungum Gumelar, M.Si selaku Wakil Dekan I, Bapak Herdiyan Maulana, Ph.D., Ibu Mira Ariyani, Ph.D. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Anna Armeini Rangkuti, M.Si selaku Koordinator Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Herdiyan Maulana, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan panduan dan bimbingan pada penulis dengan penuh kesabaran.
5. Ibu Vinna Ramadhany Sy, M.Psi. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan panduan dan bimbingan pada penulis dengan penuh kesabaran.
6. 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.
7. Ibu Nila Rosmalia dan Bapak Sonny Edward Maleru selaku orang tua serta Rayhan selaku adik penulis atas dukungan dan motivasi yang diberikan selama penyusunan skripsi.
8. Lusyanne Nabila Muliawaty yang telah banyak membantu penulis ketika penulis mengalami kendala.

9. Teman-teman tersayang Anandya Amany Putri, Salsabila, Azizah Fani, Alia Sekar Sari, Meidiana Fairuz Salsabila, Galuh Tri Wulandari, Shaumi Annisa, Meyta Ayu Aryani, Qori Retno Kinasih, dan Kyla Fajrera G. D. A.
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, 20 Januari 2024

Penulis,

Machika Chrystalova



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 <i>Impulsive Buying</i>	7
2.1.1 Definisi <i>Impulsive Buying</i>	7
2.1.2 Aspek – Aspek <i>Impulsive Buying</i>	7
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	8
2.1.4 Klasifikasi <i>Impulsive Buying</i>	9
2.2 <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	11
2.2.1 Definisi <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	11
2.2.2 Aspek –Aspek <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	12
2.3 <i>Virtual Item</i>	13
2.3.1 Definisi <i>Virtual Item</i>	13

2.3.2 Tipe – Tipe <i>Virtual Item</i>	13
2.4 <i>Game Online</i>	14
2.4.1 Definisi <i>Game Online</i>	14
2.4.2 Jenis – Jenis <i>Game Online</i>	14
2.5 Generasi Z.....	15
2.5.1 Definisi Generasi Z.....	15
2.5.2 Karakteristik Generasi Z.....	16
2.6 Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> dengan <i>Impulsive Buying Virtual Item Game Online</i>	17
2.7 Kerangka Konseptual.....	18
2.8 Hipotesis.....	19
2.9 Hasil Penelitian yang Relevan.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Tipe Penelitian.....	23
3.2 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	23
3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	23
3.2.2 Definisi Konseptual.....	23
3.2.3 Definisi Operasional.....	24
3.3 Subjek Penelitian.....	24
3.3.1 Populasi.....	24
3.3.2 Sampel.....	25
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4.1 Penyusun Instrumen.....	26
3.4.2 Tujuan Penyusunan Instrumen.....	27
3.4.3 Teori yang Mendasari Penyusunan Instrumen.....	27
3.4.4 Populasi Tempat Uji Coba Instrumen.....	29
3.4.5 Uji Coba Instrumen.....	29
3.4.6 Modifikasi Instrumen.....	32
3.4.7 Proses <i>back-translation</i>	32
3.4.8 <i>Blueprint</i> Skala <i>Impulsive Buying</i>	33
3.4.9 <i>Blueprint</i> Skala <i>Fear of Missing Out</i>	34
3.5 Analisis Data.....	34
3.5.1 Uji Normalitas.....	34

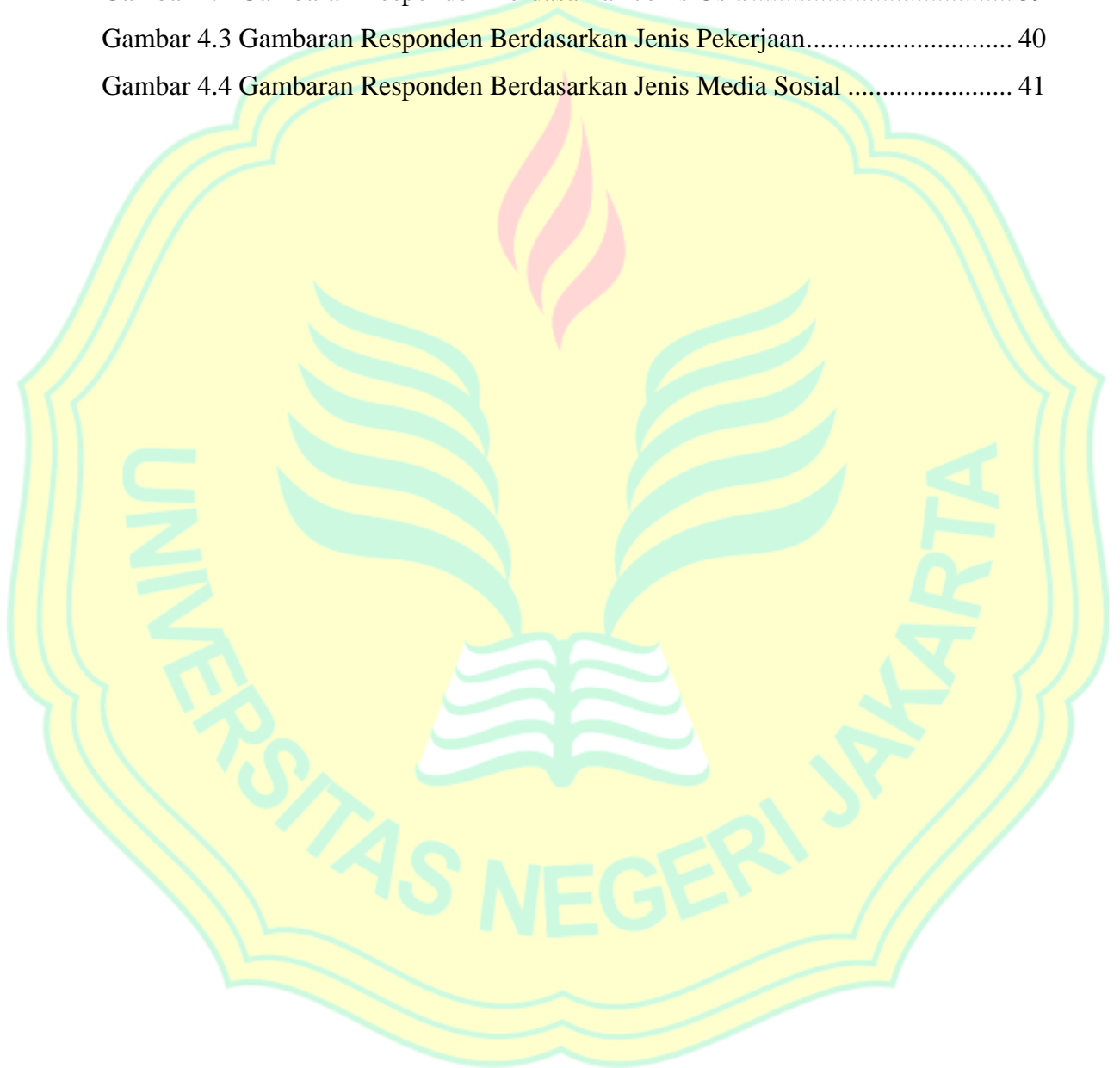
3.5.2 Uji Linearitas.....	35
3.5.3 Uji Korelasi.....	35
3.5.4 Uji Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Gambaran Responden Penelitian.....	37
4.1.1. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.1.2. Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.1.3. Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.1.4. Gambaran Responden Berdasarkan Media Sosial.....	40
4.2. Prosedur Penelitian.....	41
4.2.1 Persiapan Penelitian.....	41
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....	42
4.3 Hasil Analisis Data Penelitian.....	42
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	42
4.3.2 Uji Normalitas.....	49
4.3.3 Uji Linearitas.....	49
4.3.4 Uji Korelasi.....	49
4.3.5 Uji Hipotesis.....	50
4.4 Pembahasan.....	52
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	55
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Implikasi.....	56
5.3 Saran.....	57
5.3.1 Bagi Subjek Penelitian.....	57
5.3.2 Bagi Penelitian Mendatang.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uji Validitas Instrumen Impulse Buying Tendency Scale.....	29
Tabel 3.2 Uji Reliabilitas Impulse Buying Tendency Scale	30
Tabel 3.3 Uji Coba Instrumen FoMO	31
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas FoMO.....	32
Tabel 3.5 Blueprint Skala <i>Impulsive Buying</i>	33
Tabel 3.6 Blueprint Skala <i>Fear of Missing Out</i>	34
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Media Sosial.....	40
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel <i>Impulsive Buying</i>	43
Tabel 4.6 Kategorisasi Skor Variabel <i>Impulsive Buying</i>	44
Tabel 4.7 Kategorisasi <i>Impulsive Buying</i> berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.8 Kategorisasi <i>Impulsive Buying</i> berdasarkan Usia	45
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel <i>Fear of Missing Out</i>	46
Tabel 4.10 Kategorisasi Skor Variabel <i>Fear of Missing Out</i>	47
Tabel 4.11 Kategorisasi <i>Fear of Missing Out</i> berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.12 Kategorisasi <i>Fear of Missing Out</i> berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Korelasi.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi ANOVA	51
Tabel 4.16 R Square Uji Hipotesis Variabel.....	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Sederhana	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	18
Gambar 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Gambar 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Usia	39
Gambar 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	40
Gambar 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Media Sosial	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	65
Lampiran 2. Data Kasar	80
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	83
Lampiran 4. Data Demografi	87
Lampiran 5. Analisis Deskriptif.....	90
Lampiran 6. Pengujian Asumsi Penelitian.....	91
Lampiran 7. Tabulasi Silang	93
Lampiran 8. Data <i>Outlier</i>	96
Lampiran 9. <i>Informed Consent</i>	97
Lampiran 10. Lembar Pernyataan Validasi Instrumen	98

