

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
REKSADANA PADA GENERASI Z YANG DIMEDIASI OLEH
FEAR OF MISSING OUT (FOMO)**

NIKA FITRI NORJANAH

1707620047



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

**THE INFLUENCE OF *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* AND
QUALITY OF INFORMATION ON MUTUAL FUND
PURCHASING DECISIONS IN GENERATION Z MEDIATED BY
FOMO**

NIKA FITRI NORJANAH

1707620047



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This Undergraduate Thesis Is Prepared As One Of The Requirements To Obtain
A Bachelor's Degree In Education From The Faculty Of Economics, Jakarta
State University**

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

JAKARTA STATE UNIVERSITY

2024

ABSTRAK

NIKA FITRI NORJANAH. Pengaruh *Social Media Influencer* dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Reksadana pada Generasi Z Yang Di Mediasi Oleh FOMO. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2024.

Banyak anak muda zaman sekarang atau yang biasa disebut generasi Z, yang akrab dengan internet dan terpengaruh gaya hidup mewah di media sosial, tertipu investasi bodong. Mereka tergoda dengan janji kaya cepat, tanpa memikirkan risikonya. Hal ini diperparah dengan kurangnya informasi tentang investasi reksadana, sehingga mereka mudah terbujuk oleh tawaran yang menjanjikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas informasi dan *social media influencer* dengan keputusan pembelian reksadana yang terjadi pada generasi Z. Subjek penelitian berjumlah 180 responden pengguna reksadana di Jabodetabek dengan menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel *social media influencer* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel *social media influencer* memiliki pengaruh terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO), variabel kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO), variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel *social media influencer* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui mediasi *Fear of Missing Out* (FOMO) dan variabel kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui mediasi *Fear of Missing Out* (FOMO).

Kata Kunci: Reksadana, *social media influencer*, kualitas informasi, keputusan pembelian, FOMO


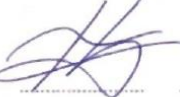

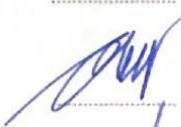

ABSTRACT

NIKA FITRI NORJANA H. The influence of social Media influencers and the quality of information on Mutual Fund purchasing decisions in Generation Z mediated by FOMO. Jakarta: Business Education Study Program, Faculty Of Economics, State University Of Jakarta, 2024.

Many young people today or commonly called Generation Z, who are familiar with the internet and are influenced by luxurious lifestyles on social media, are deceived by bulging investments. They are tempted by the promise of getting rich quick, without thinking about the risks. This is compounded by the lack of information about mutual fund investments, so they are easily lured by promising offers. This study aims to determine the relationship between the quality of information and social media influencers with mutual fund purchase decisions that occur in Generation Z. The subjects were 180 respondents of mutual fund users in Jabodetabek using purposive sampling technique. Based on the test results it can be concluded that the variable social media influencers have an influence on purchasing decisions, variable quality of information has an influence on purchasing decisions, variable social media influencers have an influence on the Fear of Missing Out (FOMO), variable quality of information has an influence on the Fear of Missing Out (FOMO), variable Fear of Missing Out (FOMO) , social media influencer variables have a significant effect on purchasing decisions through Fear of Missing out (FOMO) mediation and information quality variables have a significant effect on purchasing decisions through Fear of Missing out (FOMO) mediation.

Keywords: Mutual Funds, social media influencers, information quality, purchase decision, FOMO

LEMBAR PENGESAHAN

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		18 Juli 2024
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 1)		18 Juli 2024
3	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si, Ph.D NIP. 198209082010122004 (Penguji 2)		18 Juli 2024
4	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		18 Juli 2024
5	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev NIP. 198507232010121002 (Pembimbing 2)		18 Juli 2024

Nama : Nika Fitri Norjanah
No. Registrasi : 1707620047
Program Studi : Pendidikan Bisnis 2020
Tanggal Lulus : 10 Juli 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap empat tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya mengatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dimedian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 31 Juli 2024
Yang membuat pernyataan



Nika Fitri Norjanah
NIM 1707620047

SURAT 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 : Nika Fitri Norjanah

NIM : 1707620047

Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis

Alamat email : nikafitri25@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 Social Media Influencer dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Reksadana Pada Generasi Z yang Dimediasi Oleh FOMO

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, 31 Juli 2024
Penulis


(Nika Fitri Norjanah)

LEMBAR PERSEMBAHAN

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah 5-6)

Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.

(Umar bin Khattab)

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti akhirnya mampu menyelesaikan dengan tepat waktu. Segala perjuangan yang sudah saya lalui hingga titik ini saya persembahkan teruntuk orang – orang yang selalu menjadi penyemangat dan menjadi alasan saya kuat hingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sumardi dan Ibu Masitoh. Kemudian saya persembahkan kepada Bapak Osly Usman dan Bapak Muhammad Fawaiq selaku dosen pembimbing saya. Tidak lupa teman – teman seperjuangan saya yang sudah banyak membantu serta memberikan motivasi kepada saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Dan juga teman-teman dari Pendidikan Bisnis maupun program studi lain serta orang-orang yang telah berjasa sebagai responden untuk membantu saya mengisi kuesioner penelitian skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan seluruh rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Social Media Influencer dan Kualitas informasi Terhadap Keputusan Pembelian Reksadana Pada Generasi Z yang Dimediasi Oleh FOMO” dengan baik dan tepat waktu. Penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pendidikan pada program studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Pada proses menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini, penulis sangat sadar jika capaian ini tidak memungkinkan tercapai tanpa dukungan dan arahan dari sejumlah pihak yang turut berperan, maka dari itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis;
3. Dr. Osly Usman, M.Bus selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya guna memberikan kritik dan saran pada viiayerviun skripsi ini;
4. Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya guna memberikan kritik dan saran pada viiayerviun skripsi ini;
5. Kedua orang tua saya, Bapak Sumardi dan Ibu Masitoh. Terimakasih sebesar – besarnya penulis berikan atas segala bentuk bantuan, pengorbanan, semangat dan doa yang selalu diberikan selama ini yang tiada mungkin dapat penulis balas hanya dengan selembar kertas yang bertulis kata terima kasih. Terimakasih untuk selalu berada di sisi penulis dan menjadi alasan bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini sampai meraih gelar sarjana. Kalian sangat berarti. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan aamiin;
6. Teruntuk teman-teman kuliah saya. Terimakasih selalu memberikan motivasi, semangat dan dukungan tanpa henti sehingga secara tidak langsung membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Teruntuk Mayang Fauny, Sela Anjani, teman – teman BPH Pandawa serta Aulia Pratiwi, Neti Nisa, Mayang Nurapriani, Ayu, Aini dan teman terdekat dikelas, kalian adalah orang – orang pilihan yang selalu berada dibalik viiayer kebersamai dalam perjuangan dan selalu mau saya repotkan, terimakasih semoga sama – sama dilancarkan sampai akhir perjuangan;
7. Sahabat saya, Alaysia Senja dan Siti Berliana. Terimakasih telah menjadi rumah kedua untuk berkeluh kesah dalam hal apapun dan memberikan semangat, support serta kebaikan yang telah diberikan kepada penulis;

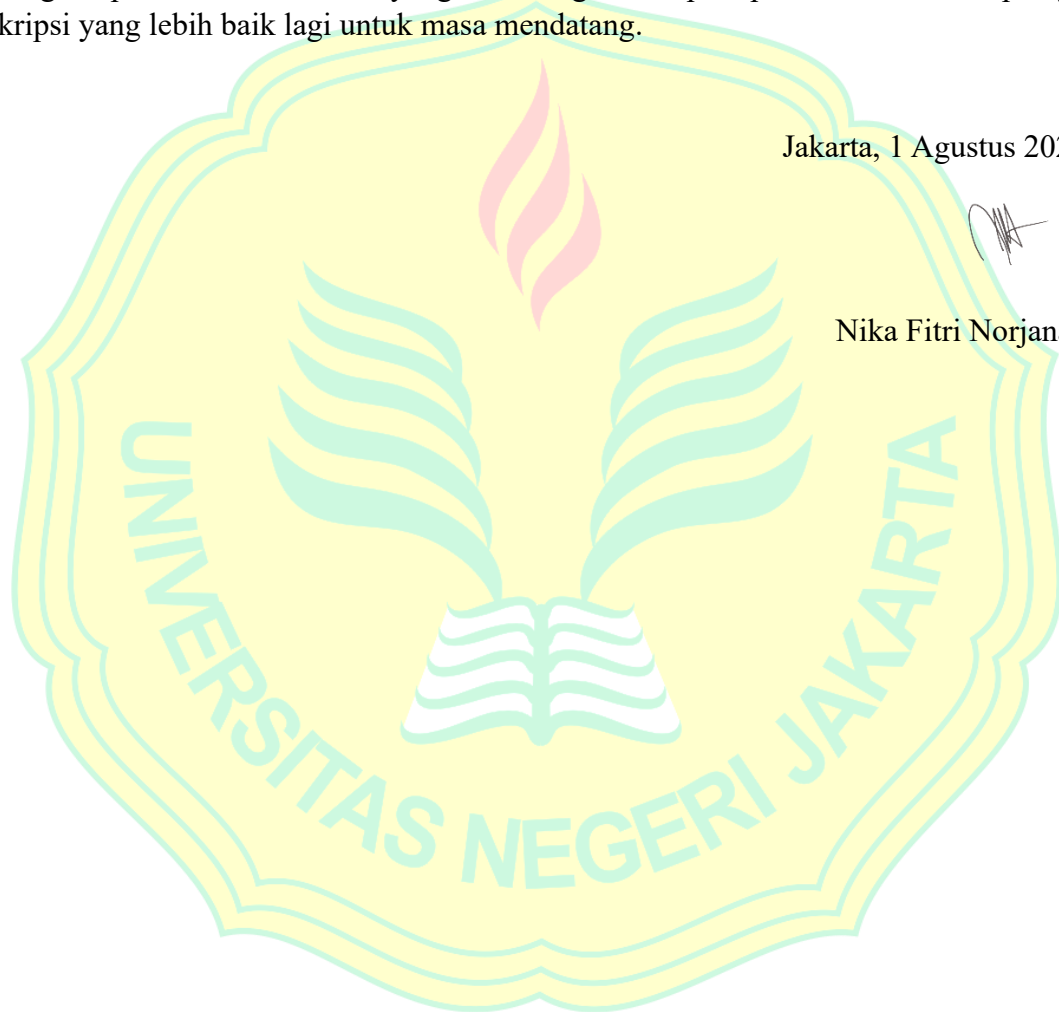
8. Last but not least, diri saya sendiri, Nika Fitri Norjanah. Terima kasih atas segala kerja keras, perjuangan, semangat yang tidak pernah memudar sehingga mampu bertahan dari banyaknya ketidakpercayaan, keraguan, dan ketakutan, hingga sampai saat ini. Kamu hebat, Nika.

Dengan bantuan semua pihak yang telah disebutkan di atas, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi terciptanya skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang.

Jakarta, 1 Agustus 2024



Nika Fitri Norjanah



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Pendukung	12
2.1.1 Grand Theory.....	12
2.1.2 <i>Social Media Influencer</i>	13
A. Definisi <i>Social Media Influencer</i>	13
B. Dimensi <i>Social Media Influencer</i>	15
2.1.2 Kualitas Informasi.....	18
A. Definisi Kualitas Informasi.....	18
B. Dimensi Kualitas Informasi.....	19
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	22
A. Definisi Keputusan Pembelian.....	22
B. Dimensi Keputusan Pembelian	25
2.1.4 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	27
A. Definisi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	27
B. Dimensi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	30

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan	32
2.2.1 Pengembangan Hipotesis	38
2.2.2 Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	45
B. Desain Penelitian	46
C. Populasi dan Sampel.....	46
D. Pengembangan Instrumen.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	53
F. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Deskripsi Data.....	60
4.1.1 Karakteristik Responden.....	60
4.2 Hasil Analisis Data.....	62
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	62
4.2.2 Uji Outer Model.....	70
4.2.3 Uji Inner Model.....	74
4.3 Pembahasan.....	81
4.3.1 Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian Reksadana pada Generasi Z.....	81
4.3.2 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Reksadana pada Generasi Z.....	82
4.3.3 Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> terhadap <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	82
4.3.4 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	83
4.3.5 Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Keputusan Pembelian	84
4.3.6 Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian Reksadana pada Generasi Z melalui mediasi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	85
4.3.7 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Reksadana Pada Generasi Z melalui mediasi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	86
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Implikasi	89
5.2.1 Implikasi Teoritis	89

5.2.2 Implikasi Praktis	90
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	90
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Populasi Penduduk	3
Gambar 1.2 Jumlah Investor Berdasarkan Usia	3
Gambar 1.3 Jumlah Investor	4
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	24
Gambar 2.2 Konstelasi Antar variabel	43



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Relevan	33
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	45
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	50
Tabel 3.3 Skala Likert	54
Tabel 3.4 Rule of Thumb Inner Model.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Survey Penelitian Kuesioner	100
Lampiran 2. Data Responden.....	104
Lampiran 3. Tabulasi Data Social Media Influencer.....	106
Lampiran 4. Tabulasi Data Kualitas Informasi	107
Lampiran 5. Tabulasi Data Keputusan Pembelian	108
Lampiran 6. Tabulasi Data Fear of Missing Out.....	109
Lampiran 7. Hasil Uji Coba Validitas	110
Lampiran 8. Hasil Uji Coba Reabilitas	110

