

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA KONSUMEN GEN Z MIE GACOAN KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada

Jurusan Administrasi Bisnis

Oleh:

HALIDAH

NIM: 2210412120012



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP
CUSTOMER EXPERIENCE PADA KONSUMEN GEN Z MIE GACOAN KOTA
BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : HALIDAH
NIM 2210412120012

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP : 197511052001122001

[.....]

b. Penguji I

Novia Nour Halisa, S.Si., M.Si
NIP : 199211262019032026

[.....]

c. Penguji II

Noor Hidayati, S.Sos., M.AB
NIP : 197805242006042001

[.....]

Banjarmasin, 08 Juni 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001

Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001

Mengetahui
Dekan FISIP UNLAM



Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si.
NIP. 197104201999031001

SURAT TUGAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor 858/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
2. Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
3. Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

Untuk menguji **Skripsi** Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Halidah
NIM : 2210412120012
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan *Fear of Missing Out*
(FOMO) Terhadap *Customer Experience* Pada
Konsumen Gen Z Mie Gacoan Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 5 Mei 2026
J a m : 10.30 Wita – Selesai
T e m p a t : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 21 April 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 5 bulan Mei tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 858/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 21 April 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Halidah
NIM : 2210412120012
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan *Fear of Missing Out* (FOMO) Terhadap *Customer Experience* Pada Konsumen Gen Z Mie Gacoan Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 10.30 Wita s.d Selesai
Nilai : 80 (A).
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 5 Mei 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Halidah

1. Ketua : Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

()

2. Sekretaris : Novia Nour Hafsa, S.Si, M.Si

()

3. Anggota : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

()

Mengetahui/membenarkan :
an. Dekan
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga Dan *Fear of Missing Out* (FOMO) Terhadap *Customer Experience* Pada Konsumen Gen Z Mie Gacoan Kota Banjarmasin”

Tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat
3. Ibu Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, Sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran untuk penulisan Skripsi ini.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, Sekaligus Dosen penguji 2 yang telah memberikan saran untuk penulisan

Skripsi ini.

5. Ibu Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran untuk penulisan Skripsi ini.
6. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam kegiatan akademik.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
8. Seluruh staff dan karyawan Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah membantu dalam administrasi.
9. Semua pihak yang ikut serta mendukung dalam penulisan Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Banjarmasin, 05 Juni 2026



Halidah

NIM 2210412120012

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan, kesabaran dan Kesehatan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Karya ini penulis persembahkan sebagai bentuk terima kasih kepada orang-orang yang selalu memberikan dukungan dan menjadi alasan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

1. Kedua orang tua tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang, perhatian, dukungan, dan pengorbanan yang selalu diberikan kepada penulis. Terima kasih atas perjuangan dan kerja keras yang telah mengantarkan penulis menempuh pendidikan hingga jenjang sarjana. Walaupun kesempatan menempuh pendidikan tinggi tidak pernah mereka rasakan, hal tersebut tidak pernah menghalangi mereka untuk memberikan yang terbaik bagi masa depan penulis. Terima kasih karena selalu menjadi sumber kekuatan, motivasi, dan penyemangat terbesar dalam setiap langkah kehidupan penulis.
2. Kakak dan keluarga, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu diberikan selama penulis menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis sampai di titik ini.
3. Sahabat dan teman-teman terdekat, terima kasih atas dukungan, bantuan, kebersamaan, dan semangat yang diberikan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan dan proses yang penulis lalui. *See you on top.*
4. Terakhir, untuk diri sendiri, Halidah, sebagai anak bungsu sekaligus sarjana pertama dalam keluarga, terima kasih atas komitmen, ketekunan, dan tanggung jawab dalam menyelesaikan skripsi ini. Perjalanan ini penuh dengan tantangan, rasa lelah, takut, ragu dan air mata. Namun, semua proses tersebut mengajarkan penulis untuk tetap bertahan, terus berusaha, dan tidak menyerah. Pencapaian ini bukan hanya akhir dari perjalanan akademik, tetapi juga awal untuk terus berkembang dan menjadi pribadi yang lebih baik di masa depan.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan maukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar Pustaka.
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 08 Juni 2026



Halidah

NIM 2210412120012

ABSTRAK

Halidah, 2210412120012, 2026. Pengaruh Persepsi Harga dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap *Customer Experience* pada Konsumen Gen Z Mie Gacoan Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Nurul Wahyuni.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan Persepsi Harga dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap *Customer Experience* pada konsumen Gen Z Mie Gacoan Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian *explanatory research*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria responden adalah konsumen Gen Z yang pernah melakukan pembelian di Mie Gacoan minimal satu kali dalam 6 bulan terakhir. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Persepsi Harga dan *Fear of Missing Out* (FOMO) secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap *Customer Experience* pada konsumen Gen Z Mie Gacoan Kota Banjarmasin.

Kata Kunci : Persepsi Harga, *Fear of Missing Out* (FOMO), *Customer Experience*

ABSTRACT

Halidah, 2210412120012, 2026. The Influence of Price Perception and Fear of Missing Out (FOMO) on Customer Experience among Gen Z Mie Gacoan Consumers in Banjarmasin City, under the guidance of Nurul Wahyuni.

This study aims to examine the partial and simultaneous influence of Price Perception and Fear of Missing Out (FOMO) on Customer Experience among Gen Z Mie Gacoan consumers in Banjarmasin City. This study used a quantitative approach with an explanatory research design. A sample of 100 respondents was selected using a purposive sampling technique. The criteria for respondents were Gen Z consumers who had made a purchase at Mie Gacoan at least once in the last 6 months. Data collection used a questionnaire, and data analysis used multiple linear regression with the help of SPSS version 22 software.

The results of this study demonstrate that Price Perception and Fear of Missing Out (FOMO) partially and simultaneously have a significant influence on Customer Experience among Gen Z Mie Gacoan consumers in Banjarmasin City.

Keywords : *Price Perception, Fear of Missing Out (FOMO), Customer Experience*

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT TUGAS	iii
BERITA ACARA	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teoritis	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.1.1.2 Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	14
2.1.1.3 Jenis Perilaku konsumen	14
2.1.2 Persepsi Harga	15
2.1.2.1 Definisi Persepsi Harga	15
2.1.2.2 Tujuan Penetapan Persepsi Harga.....	17
2.1.2.3 Faktor Mempengaruhi Persepsi Harga	18
2.1.2.4 Indikator Persepsi Harga.....	19
2.1.3 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	20
2.1.3.1 Definisi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	20

2.1.3.2	Faktor mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	21
2.1.3.3	Dampak <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	22
2.1.3.4	Indikator <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	23
2.1.4	<i>Customer Experience</i>	24
2.1.4.1	Definisi <i>Customer Experience</i>	24
2.1.4.2	Karakteristik <i>Customer Experience</i>	24
2.1.4.3	Faktor <i>Customer Experience</i>	25
2.1.4.4	Indikator <i>Customer Experience</i>	26
2.2	Tinjauan Penelitian terdahulu	28
2.3	Hipotesis dan Model Penelitian	34
2.3.1	Hipotesis.....	34
2.3.2	Model Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Pendekatan Penelitian.....	41
3.2	Desain Penelitian	41
3.3	Lokasi Penelitian	41
3.4	Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	42
3.4.1	Populasi.....	42
3.4.2	Besar Sampel	42
3.4.3	Teknik Sampling	43
3.5	Definisi Operasional Variabel	43
3.5.1	Variabel Bebas (Independen)	44
3.5.2	Variabel Terikat (Dependen)	46
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.7	Teknik Analisis Data.....	53
3.7.1	Skala Pengukuran.....	53
3.7.2	Deskriptif Statistik	54
3.7.3	Uji Validitas Dan Reliabilitas	54
3.7.4	Uji Asumsi Klasik	56
3.7.4.1	Uji Normalitas	56
3.7.4.2	Uji Multikolinearitas	57
3.7.4.3	Uji Heteroskedastisitas	58
3.7.5	Analisis Regresi Linier Berganda	59

3.7.6 Uji Hipotesis	59
3.7.6.1 Uji Parsial (Uji t)	59
3.7.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	60
3.7.6.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	62
4.1 Profil Responden	62
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.1.2 Berdasarkan Usia	63
4.1.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
4.1.4 Berdasarkan Pekerjaan	64
4.1.5 Berdasarkan Frekuensi Pembelian	65
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	66
4.2.1 Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X1).....	66
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i> (X2).....	73
4.2.3 Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i> (Y)	81
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	88
4.3.1 Uji Validitas	88
4.3.2 Uji Reliabilitas	91
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	92
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	92
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	94
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95
4.5 Uji Analisis Linear Berganda	96
4.6 Hasil Uji Hipotesis	98
4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	98
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	99
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R2).....	99
BAB V PEMBAHASAN.....	101
5.1 Pembahasan	101
5.1.1 Pengaruh Persepsi Harga (X1) terhadap <i>Customer Experience</i> (Y).....	101
5.1.2 Pengaruh <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i> (X2) Terhadap <i>Customer Experience</i> (Y).....	102

5.1.3 Pengaruh Persepsi Harga (X1) dan <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) (X2) Terhadap <i>Customer Experience</i> (Y)	104
5.2 Implikasi Hasil	105
5.3 Keterbatasan Penelitian	109
BAB VI PENUTUP.....	110
6.1 Kesimpulan.....	110
6.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	120
BIODATA	

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Perbandingan Mie Gacoan dan Wizzmie	3
Tabel 1.2	Hasil pra survei Konsumen Gen Z Mie Gacoan Kota Banjarmasin.....	5
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Definisi operasional variabel	48
Tabel 3.2	Skala Likert	53
Tabel 3.3	Rentang kategori jawaban responden	54
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi	61
Tabel 4.1	Profil responden berdasarkan jenis kelamin	62
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian 6 Bulan Terakhir	66
Tabel 4.6	Jawaban Responden Butir X1 Variabel Persepsi Harga	67
Tabel 4.7	Jawaban Responden Butir <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i> (X2)	74
Tabel 4.8	Jawaban Responden Butir Y Variabel <i>Customer Experience</i>	81
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	89
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	91
Tabel 4.11	Uji Kolmogorov Smirnov	93
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4.13	Hasil Uji Glejser	96
Tabel 4.15	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	96
Tabel 4.16	Hasil Uji Parsial (Uji t)	98
Tabel 4.17	Hasil Uji Simultan (Uji F)	99
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	100

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman (FnB) Di Indonesia	1
Gambar 1.2	Minat Seiring Waktu.....	4
Gambar 2.1	Model penelitian	42
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Histogram	92
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas P-Plot	93
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	94
Gambar 5.1	Model Penelitian Akhir.....	109

DAFTAR LAMPIRAN

No. Judul

Lampiran 1 Hasil Output Spss Versi 22

- 1.1 Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden
- 1.2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X1)
- 1.3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel *Fear of Missing Out* (FOMO)
- 1.4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel *Customer Experience* (Y)

Lampiran 2 Hasil Output SPSS Versi 22

- 2.1 Uji Validitas Persepsi Harga (X1)
- 2.2 Uji Validitas Fear of Missing Out (FOMO) (X2)
- 2.3 Uji Validitas Customer Experience (Y)
- 2.4 Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga (X1)
- 2.5 Uji Reliabilitas Variabel Fear of Missing Out (FOMO) (X2)
- 2.6 Uji Reliabilitas Variabel Customer Experience (Y)
- 2.7 Uji Normalitas
- 2.8 Uji Multikolinearitas
- 2.9 Uji Heterokedastisitas
- 2.10 Uji Regresi Linear Berganda
- 2.11 Uji Hipotesis