

SKRIPSI

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)*, *SOSIAL MEDIA MARKETING* DAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK BUTTONSCARVES**

**ANTUNG WANDA FAUZIAH
NIM: 2110312120016**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)*, *SOSIAL MEDIA MARKETING* DAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK BUTTONSCARVES**

**ANTUNG WANDA FAUZIAH
NIM: 2110312120016**

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Antung Wanda Fauziah, S.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2025**

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)*, *SOSIAL MEDIA
MARKETING* DAN *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK BUTTONSCARVES**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Antung Wanda Fauziah

NIM: 2110312120016

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal 02 Juli 2025 dinyatakan telah
memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM
NIP. 19670909 199303 1 001

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen




Abdul Hadi, SE, M.SI
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
BANJARMASIN

Nama : Antung Wanda Fauziah
NIM : 2110312120016
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Fear of Missing Out, Social Media Marketing* dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Buttonsscarves
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Rabu, 02 Juli 2025
Waktu Ujian : 14.00 WITA

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM

()

Penguji I : Drs. H. Ikhwan Faisal, M.Si, Ak, CA

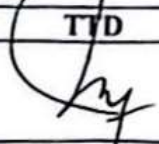
Penguji II : Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM

LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Antung Wanda Fauziah
NIM : 2110312120016
Jurusan : SI Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Fear of Missing Out*, *Social Media Marketing*
dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Produk *Buttons scarves*
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Hari/Tanggal : Rabu, 02 Juli 2025
Tempat : Ruang Kelas C-2
Waktu Ujian : 14.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji

NO	NAMA	KET	TTD
1	<u>Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM</u> 19670909 199303 1 001	Pembimbing	

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan
dari Tim Penguji

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen


Abdul Hadi, SE, M.SI
NIP. 19700707 200501 1 001

Mahasiswa


Antung Wanda Fauziah
NIM. 2110312120016

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 2025

Yang membuat pernyataan



Antung Wanda Fauziah
NIM. 2110312120016

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Fear of Missing Out*, *Social Media Marketing* dan *Hedonic Shopping Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Buttons scarves*”. Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa doa, dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Saya sebagai penulis pada kesempatan kali ini berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.SI selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin beserta jajaran.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE., M.SI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.SI selaku Kordinator Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam menyusun dan memberikan saran saat menghadapi kendala dalam pembuatan Skripsi ini.
5. Bapak Dr. Asrid Juniar, SE, MM, selaku Wakil Dekan III dan Dosen Penasihat Akademik penulis, telah turut membantu kelancaran persetujuan mata kuliah pada setiap semester, menangani berbagai urusan lainnya, serta memberikan wejangan yang berharga sebagai bekal untuk masa depan.
6. Kepada kedua orang tua penulis Bapak Gusti Ali dan Ibu Maryati yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta,

dukungan dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita.

7. Kepada teman dekat penulis Aida, Raudah, Nida, Ummu, Ahma, Ismy, Weni, Umi, Fasya dan Nisrina yang telah menjadi tempat berbagi cerita dan dukungan dalam masa pendidikan dan penulisan Skripsi penulis.
8. Kepada teman seperjuangan penulis dari semester 1, Nina, Laila, Azril dan Fauzan yang telah menjadi penyemangat dan membantu penulis menyelesaikan Skripsi ini.
9. Terakhir, terima kasih kepada wanita yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu diriku sendiri, Antung Wanda Fauziah. Terimakasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri. Rayakan kehadiranmu sebagai berkah di mana pun kamu menjejakkan kaki. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan. Allah sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaik untuk perjalanan hidupmu. Semoga langkah kebaikan selalu menyertaimu dan semoga Allah selalu meridhoi setiap langkahmu serta menjagamu dalam lindungan-Nya. Amiin.

Banjarmasin, 2025
Yang membuat pernyataan



Antung Wanda Fauziah
NIM. 2110312120016

ABSTRACT

Antung Wanda Fauziah. 2025. The influence of fear of missing out, social media marketing and hedonic shopping motivation on purchasing decisions on Buttonscarves products. Supervisor: M. Riza Firdaus.

This study aims to analyze: (1) the influence of fear of missing out on purchasing decisions on Buttonscarves products, (2) the influence of social media marketing on purchasing decisions on Buttonscarves products, (3) the influence of hedonic shopping motivation on purchasing decisions on Buttonscarves products.

This study is a quantitative study conducted on all consumers of Buttonscarves products. The sampling technique used is purposive sampling, with a sample size of 100 people. The analysis was carried out using multiple linear regression.

The results of the study indicate that fear of missing out, social media marketing and hedonic shopping motivation have a partial influence on customer decisions.

Keywords: fear of missing out, social media marketing, hedonic shopping motivation, purchasing decisions

ABSTRAK

Antung Wanda Fauziah. 2025. Pengaruh *Fear of Missing Out*, *Social Media Marketing* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap keputusan pembelian pada produk Buttonsscarves. Pembimbing: M. Riza Firdaus.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh *fear of missing out* terhadap keputusan pembelian pada produk Buttonsscarves, (2) pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan pembelian pada produk Buttonsscarves, (3) pengaruh *hedonic shopping motivation* terhadap keputusan pembelian pada produk Buttonsscarves.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan pada seluruh konsumen produk Buttonsscarves. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fear of missing out*, *social media marketing* dan *hedonic shopping motivation* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pelanggan.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out*, *Social Media Marketing*, *Hedonic Shopping Motivation*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR LEGALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Pembahasan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1. Fear of Missing Out	15
2.1.2. <i>Social Media Marketing</i>	17
2.1.3. <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	21
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	33
3.1 Kerangka Konseptual	33
3.2 Hipotesis.....	34
BAB IV METODE PENELITIAN	37
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	37
4.2 Jenis Penelitian	37
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian	37
4.4 Unit Analisis	38
4.5 Populasi dan Sampel.....	38
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	40
4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	42

4.8 Teknik Analisis Data	44
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	52
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
5.2 Hasil dan Analisis	55
BAB VI PENUTUP	84
6.1 Kesimpulan	84
6.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Urutan Brand Berdasarkan Followers Terbanyak.....	7
2.1	Penelitian Terdahulu.....	25
4.1	Definisi Operasional.....	43
5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
5.4	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Fear of Missing Out.....	59
5.5	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Social Media Marketing.....	60
5.6	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Hedonic Shopping Motivation.....	61
5.7	Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	62
5.8	Hasil Uji Validitas.....	63
5.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	65
5.10	Hasil Uji Outlier.....	65
5.11	Hasil Uji Normalitas.....	66
5.12	Hasil Uji Linieritas.....	67
5.13	Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
5.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
5.15	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
5.16	Hasil Uji t.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1.1	Data Pertumbuhan Fashion di Indonesia.....	1
1.2	Trend Data Pengguna Internet dan Media.....	3
1.3	Contoh Social Media Marketing Oleh Buttonscarves.....	8
1.4	Hasil Survei Pendahuluan Apakah Mengetahui Produk Buttonscarves.....	9
1.5	Hasil Survey Pendahuluan Apakah Pernah Membeli Produk Buttonscarves.....	10
3.1	Kerangka Konseptual.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER.....	90
LAMPIRAN II KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	95
LAMPIRAN III REKAPITULASI JAWABAN KUESIONER.....	98
LAMPIRAN IV OUTPUT SPSS.....	105