

PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN *E-COMMERCE* TIKTOK SHOP

ABSTRAK

Oleh :
Arda Apriliya

Dosen Pembimbing :
Dr. Indra Kurniawan, S.Sos., MM

Keputusan pembelian tidak terencana (*impulse buying*) tidak hanya terjadi ditoko offline tetapi juga di perdagangan elektronik (*e-commerce*). Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis secara empiris pengaruh ketakutan, kekhawatiran, dan kecemasan yang merupakan bagian dari *Fear Of Missing Out (FOMO)* terhadap perilaku *impulse buying* pada konsumen *e-commerce* Tiktok Shop. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *convenience sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden di kabupaten Jombang. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 20 sebagai alat uji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Fear Of Missing Out (FOMO)* secara signifikan berkontribusi terhadap perilaku *Impulse Buying* pada konsumen *e-commerce* Tiktok Shop.

Kata kunci : *Fear Of Missing Out (FOMO)*, *Impulse buying*