

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN FEAR OF
MISSING OUT (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA
KALANGAN GENERASI Z DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI (S1)
JURUSAN EKONOMI DAN AKUTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSR
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR-E - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSR-E
- Cetak dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA PENDIDIKAN

Menyetujui

Pembimbing I	I Wayan Suwendra, S.E., M.Si. NIP.197005142008121003
Pembimbing II	Ni Wayan Ayu Santi, S.Pd., M.Pd. NIP.199206062020122019



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetak dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

Skripsi oleh Ketut Anggarawati ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 15 Juli 2026

Dewan Penguji

Ketua	Dr. I Putu Arya Dharmayasa, S.Pd.,M.Pd. NIP.199110302019031009
Anggota	I Wayan Suwendra, S.E., M.Si. NIP.197005142008121003
Anggota	Ni Wayan Ayu Santi, S.Pd., M.Pd. NIP.199206062020122019



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Menyetujui

Ketua Ujian	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001
Sekretaris Ujian	Dr. I Putu Arya Dharmayasa, S.Pd.,M.Pd. NIP.199110302019031009



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Media Sosial dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada Kalangan Generasi Z di Kota Singaraja" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 26 Juli 2026
Yang membuat pernyataan,



Ketut Anggarawati
NIM. 2217011044

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **<Pengaruh Media Sosial dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada Kalangan Generasi Z di Kota Singaraja=** Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat doa, bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Bapak Prof. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Bapak Dr. Kadek Rai Suwena, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Bapak Dr. I Putu Arya Dharmayasa, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi, Penguji, sekaligus Pembimbing Akademik yang senantiasa menyampaikan saran, arahan dan masukan kepada penulis hingga penulis bisa memperbaiki dan menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak I Wayan Suwendra, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar dan selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Ibu Ni Wayan Ayu Santi, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan saran, arahan dan masukan kepada penulis hingga penulis bisa memperbaiki dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi serta seluruh Staf di Lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang telah membimbing penulis selama kuliah dan memberikan arahan dalam pelaksanaan serta penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Generasi Z di Kota Singaraja yang telah bersedia menjadi responden dan membantu penulis dalam proses pengumpulan data untuk penyusunan skripsi ini.
9. Kepada orang tua penulis, I Gede Bagiada dan Ibu Luh KOMPIANG Suci, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa, kasih sayang, dukungan, serta motivasi yang tiada henti, baik secara moral maupun material, hingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada ketiga saudara penulis, Mb Malina, Sutrisno, dan Putu Riski, terimakasih untuk segala dukungan dan motivasi yang diberikan selama penyusunan skripsi ini.
11. Kepada kedua sahabat penulis di bangku kuliah Yuli dan Yudev terimakasih untuk segala kasih, kebersamaan, kebaikan dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
12. Kepada teman-teman penulis di angkatan 2022, penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan, arahan, semangat, serta motivasi yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

13. Kepada diri sendiri, terima kasih telah mampu bertahan dan terus berjuang hingga berada di titik ini. Proses penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah, banyak cobaan, tekanan, rasa lelah, kecewa, serta berbagai keadaan yang sempat membuat merasa ingin menyerah. Namun, diri ini mampu melewati semua proses tersebut dengan tetap melangkah, sabar, dan yakin. Terima kasih Ketut Anggarawati, karena tidak berhenti percaya pada diri sendiri dan tetap berusaha hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

14. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih sudah ada.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan kemampuan, dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca, khususnya mengenai pengambilan keputusan pembelian di kalangan Generasi Z.

Singaraja, 20 Mei 2026

Ketut Anggarawati

DAFTAR ISI

PRAKATA	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI	15
2.1 Deskripsi Teoritis.....	15
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	21
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	24
2.2 Media Sosial	26
2.2.1 Pengertian Media Sosial	26
2.2.2 Indikator Media Sosial.....	29
2.3 <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO).....	30
2.3.1 <i>Pengertian Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	30
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi FOMO.....	32

2.3.3 Indikator FOMO	33
2.4 Penelitian Terdahulu	34
2.5 Kerangka Berpikir	41
2.6 Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	44
3.2 Rancangan Penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel.....	46
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	47
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.5.1 Jenis Data	55
3.5.2 Sumber Data.....	56
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	56
3.7 Instrumen Penelitian	58
3.8 Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
4.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	68
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden Penelitian	68
4.2.2 Data Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	69
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.2.4 Analisis Data Statistik Deskriptif	71
4.2.5 Distribusi Jawaban Responden	72

4.3 Uji Asumsi Klasik.....	77
4.3.1 Uji Normalitas	75
4.3.2 Uji Multikolinearitas	78
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	79
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.5 Uji Hipotesis	82
4.5.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Pada Kalangan Generasi Z Di Kota Singaraja	82
4.5.2 Pengaruh <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Pada Kalangan Generasi Z Di Kota Singaraja	83
4.5.3 Pengaruh Media Sosial dan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Pada Kalangan Generasi Z Di Kota Singaraja.....	84
4.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	85
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
4.7.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Pada Kalangan Generasi Z Di Kota Singaraja.....	86
4.7.2 Pengaruh <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Pada Kalangan Generasi Z Di Kota Singaraja	89
4.7.3 Pengaruh Media Sosial dan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Pada Kalangan Generasi Z Di Kota Singaraja.....	91
4.8 Implikasi	93
4.8.1 Implikasi Teoritis	93
4.8.2 Implikasi Praktis	93
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	94

BAB V PENUTUP	95
5.1 Rangkuman	95
5.2 Simpulan	97
5.3 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Penduduk Kabupaten Buleleng 2024	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Indikator Variabel Media Sosial	49
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Indikator Variabel <i>Fear Of Missing Out</i>	50
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Indikator Variabel Keputusan Pembelian.	51
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Indikator Variabel.....	52
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	69
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif.....	71
Tabel 4. 5 Rentang Skala Interval.....	73
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Pada Variabel Media Sosial (X1).....	74
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Fear Of Missing Out</i> (X2).....	75
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4. 13 Hasil Uji t Variabel Media Sosial (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	83
Tabel 4. 14 Hasil Uji t Variabel FOMO (X2) Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
Tabel 4. 15 Hasil Uji F Variabel Media Sosial (X1) dan FOMO (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	84
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Nama Responden Uji Validitas Dan Reliabilitas	105
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 3. Tabulasi Data Uji Coba Kuesioner.....	110
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	114
Lampiran 5 Rekapitulasi Hasil Uji Coba Instrumen	118
Lampiran 6 Responden Penelitian.....	119
Lampiran 7 Tabulasi Data Hasil Penelitian	123
Lampiran 8 Gambaran Umum Responden	134
Lampiran 9 Analisis Statistik Deskriptif	135
Lampiran 10 Rentang Skala Interval Penelitian.....	136
Lampiran 11 Tanggapan Responden.....	137
Lampiran 12 Output Uji Normalitas.....	146
Lampiran 13 Output Uji Multikolinieritas.....	147
Lampiran 14 Output Uji Heteroskedastisitas.....	148
Lampiran 15 Output Analisis Regresi Linier Berganda	149
Lampiran 16 Output Uji t Pengaruh Media Sosial dan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian	150
Lampiran 17 Output Uji F Pengaruh Media Sosial dan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian	151
Lampiran 18 Output Analisis Determinasi (R^2).....	152
Lampiran 19 Dokumentasi	153