

PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA PENGGUNA TIKTOK

Oleh :

Erika dwi Firdamayanti (222030100138)

Dosen Pembimbing :

Widyastuti, M.Psi., Psikolog

Program Studi Psikologi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

2025



Pendahuluan

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, mendorong perubahan perilaku belanja mahasiswa melalui paparan tren dan promosi yang sering kali memicu perilaku impulsive buying, yaitu pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya. Fenomena ini dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (TPB), yang menekankan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat, salah satunya dibentuk oleh norma subjektif berupa tekanan sosial yang memengaruhi keputusan individu untuk melakukan suatu tindakan. Dalam faktor norma subjektif inilah munculnya Fear of Missing Out (FoMO), yaitu perasaan takut tertinggal informasi atau tren sehingga mendorong mahasiswa melakukan pembelian impulsif.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap perilaku impulsive buying pada mahasiswa pengguna tiktok? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap perilaku impulsive buying pada mahasiswa pengguna Tiktok.

Metode

Pendekatan	: Kuantitatif Korelasional
Populasi	: Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya
Sampel	: 100 Mahasiswa
Teknik Sampling	: Purposive Sampling
Instrumen Penelitian	: Kuesioner Skala Likert 4 pilihan jawaban [Sangat Tidak Setuju(STS), Tidak Setuju(TS), Setuju(S), Sangat Setuju(SS)]

Alat Ukur :

1. Skala Fear of Missing Out (Przybylski) 10 Item Valid ($\alpha=0,90$)
2. Skala Impulsive Buying (Verplanken & Herabadi) 16 Item Valid ($\alpha=0,837$)

Uji Instrumen Penelitian:

1. Skala Fear of Missing Out (FoMO) terdiri dari 10 item valid ($\alpha = 0,945$)
2. Skala Impulsive Buying terdiri dari 16 item valid ($\alpha = 0,885$).

Teknik Analisis Data :

Regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 26 setelah data memenuhi uji asumsi klasik

Hasil

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.150

Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sig.
Impulsive Buying *	Between Groups	(Combined Linearity Deviation	.000
Fear Of Missing Out (FOMO)	Within Groups		.000
	Total		.000

Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Sig.
1	(Constant)	.044
	Fear Of Missing Out (Fomo)	.624

a. Dependent Variable: ABS_RES

Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Beta		
(Constant)	41.804		39.693	.000
1 Fear Of Missing Out (FOMO)	.355	.718	10.222	.000

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.511	1.965

a. Predictors: (Constant), Fear Of Missing Out (FOMO)

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Fear of Missing Out (FoMO) berperan dalam mendorong perilaku impulsive buying pada mahasiswa. Kondisi ini muncul akibat paparan tren, promosi, dan aktivitas sosial di media digital yang menimbulkan tekanan sosial untuk mengikuti apa yang dilakukan orang lain, sehingga mendorong individu melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (TPB), di mana norma subjektif berupa tekanan sosial membentuk niat yang memengaruhi keputusan individu untuk melakukan suatu tindakan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Fear of Missing Out (FoMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku impulsive buying pada mahasiswa pengguna TikTok. FoMO memiliki kontribusi yang cukup besar dalam memengaruhi kecenderungan pembelian impulsif mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa FoMO berperan penting dalam membentuk perilaku pembelian impulsif mahasiswa, yang dipengaruhi oleh kombinasi faktor psikologis, dengan FoMO sebagai salah satu faktor utama.

Referensi

- [1] A. Asmarani, “Pengaruh live shopping, discount, dan kualitas produk terhadap impulse buying pada marketplace TikTok Shop,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, vol. 2, no. 8, pp. 112–125, 2024.
- [2] R. Mufti and D. Hariyanto, “Pengaruh content marketing di TikTok dan fear of missing out (FoMO) terhadap impulsive buying pada mahasiswa UMSIDA,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 14, no. 1, pp. 68–79, 2025.
- [3] R. Aulia, N. Khoerunnisa, and A. Yusuf, “Pengaruh fitur shopping live terhadap pembelian impulsif pengguna aplikasi Shopee,” *Economic Review Journal*, vol. 3, no. 3, 2024.
- [4] A. Irbah and S. Siregar, “Pengaruh live streaming dan flash sale terhadap perilaku impulsif produk Skintific di TikTok Shop pada mahasiswa FEB UMSU,” *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, vol. 5, no. 2, 2025.
- [5] R. Kurniawan and R. Nugroho, “Pengaruh content marketing, live streaming, dan flash sale terhadap impulse buying pada pengguna aplikasi TikTok Shop di Surabaya,” *Religious Education Social Laa Roiba Journal*, vol. 6, no. 4, pp. 2367–2379, 2024.
- [6] S. Fithriyani, A. Ratnaningtyas, and G. Prihandini, “Perilaku impulsive buying pada mahasiswa pengguna e-commerce ditinjau dari kontrol diri,” *JCA Psikologi*, vol. 3, no. 1, pp. 45–57, 2022.
- [7] M. Mukaromah, T. Zulva, O. Malida, and Y. Oktafia, “Analisis psikopatologi kecenderungan impulsive buying pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang,” *Jurnal Ilmiah Psikologi Mind Set*, vol. 12, no. 2, 2021.
- [8] G. Muharam, D. Sulistiya, Z. Fahmy, and K. Zakrinawati, “Pengaruh fear of missing out (FoMO) dan konformitas teman sebaya terhadap impulsive buying pada mahasiswa Kota Semarang,” *Jurnal Sunan Doe*, vol. 1, no. 8, 2023.
- [9] R. Zulfikar, N. Suryadi, Y. Prasarry, S. Barqiah, and Dedy, “Penggunaan Theory of Planned Behavior dalam kajian perilaku konsumen hijau,” *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, vol. 10, no. 1, 2023.
- [10] D. Syandana and D. Dhanian, “Hubungan fear of missing out (FoMO) dan gaya hidup hedonis dengan impulsive buying pada mahasiswa pengguna e-commerce,” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, vol. 8, no. 3, 2024.
- [11] A. Przybylski, K. Murayama, C. DeHaan, and V. Gladwell, “Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out,” *Comput Human Behav*, vol. 29, no. 4, pp. 1841–1848, 2013.
- [12] U. Kusaini, “Perilaku fear of missing out (FoMO) pada mahasiswa pengguna TikTok,” *Journal of Social Science Research*, vol. 4, no. 3, 2024.
- [13] A. Juliandhani and S. Tjahjawati, “Analisis komparatif dampak FoMO terhadap impulse buying pada generasi milenial dan Generasi Z,” *Journal of Management and Digital Business*, vol. 5, no. 2, pp. 669–684, 2024.
- [14] N. Putri, Sulhaini, and A. Saufi, “The effect of missing out on impulse buying in the context of s-commerce,” *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, vol. 11, no. 7, 2024.
- [15] D. Mufaridah and R. Santosa, “Hubungan self-control dengan fear of missing out (FoMO) pada Generasi Z pengguna media sosial TikTok,” *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi*, vol. 4, no. 2, 2024.
- [16] S. Inggrit, “Structural equation modeling flash sale dan live streaming shop terhadap keputusan pembelian impulsif di TikTok Shop,” *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 166–175, 2024.
- [17] M. Memon, H. Ting, J. Cheah, R. Thurasamy, F. Chuah, and T. Cham, “Sample size for survey research: Review and recommendations,” *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, vol. 4, no. 2, 2020.
- [18] R. Erlisya, “Hubungan self-esteem dengan impulsive buying pada mahasiswa UIN Suska Riau,” *UIN Sultan Syarif Kasim Ria*, 2021.
- [19] Z. Lutfiyah, “Pengaruh fear of missing out, paylater, dan literasi keuangan terhadap impulsive buying pada Generasi Z,” *Indonesia Economic Journal*, vol. 1, no. 2, pp. 519–530, 2025.
- [20] N. Irza, H. Hasman, N. Yunita, and A. Alfifto, “Pengaruh FoMO terhadap impulse buying saat live streaming pada pengguna Shopee di Kota Medan,” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol. 10, no. 23, pp. 496–509, 2024.
- [21] D. Kartika, M. Fardhani, and R. Anggraeni, “Hubungan FoMO Boneka Labubu terhadap impulsive buying Generasi Z di Kota Surabaya,” *Jurnal Mahasiswa Humanis*, vol. 5, no. 1, pp. 588–594, 2025.
- [22] W. Manao, “Perbedaan fear of missing out (FoMO) pada remaja ditinjau dari jenis kelamin di GKII Depok,” *Arus Jurnal Pendidikan (AJUP)*, vol. 4, no. 3, pp. 83–86, 2024.

