

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Fear of Missing Out*, Penggunaan Media Sosial dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2021” ini ditulis oleh Galuh Dewita Sandi, NIM. 126405212094, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi, di mana informasi mengenai produk dan layanan dapat diakses dengan sangat mudah melalui berbagai platform digital. Mahasiswa, sebagai kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial, menjadi sangat rentan terhadap pengaruh yang muncul dari platform tersebut, salah satunya yaitu fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO). FoMO dapat mempengaruhi perilaku konsumtif karena paparan konten yang relevan dengan minat dan preferensi mereka, yang seringkali mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif atau mengikuti tren tertentu yang sedang populer agar tidak merasa tertinggal dari kelompok sosialnya. Kelompok teman sebaya juga memiliki pengaruh besar dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Kebutuhan akan penerimaan sosial dan keinginan untuk tidak berbeda dari kelompok teman sebaya dapat mendorong mahasiswa untuk meniru pola konsumsi yang sama dengan teman-temannya, meskipun hal tersebut mungkin tidak sesuai dengan kebutuhan atau kemampuan finansial mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan 2021. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 301 responden. Data hasil kuesioner diolah menggunakan SPSS 20 dengan melakukan

uji validitas, uji reliabilitas, analisis, deskriptif, uji multikolinearitas, uji regresi berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji hipotesis (uji F dan uji T), dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *fear of missing out*, penggunaan media sosial dan kelompok teman sebaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan 2021 sebesar 51,6%, sedangkan sisanya 48,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Selanjutnya secara parsial variabel *fear of missing out*, penggunaan media sosial dan kelompok teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Kata Kunci: *fear of missing out*, kelompok teman sebaya, media sosial, perilaku konsumtif

ABSTRACT

The thesis titled "The Influence of Fear of Missing Out, Social Media Use, and Peer Groups on Consumptive Behavior Among Students of the Faculty of Islamic Economics and Business at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Class of 2021" was written by Galuh Dewita Sandi, Student ID Number 126405212094, in the Sharia Business Management Study Program, Department of Business and Management, Faculty of Islamic Economics and Business, under the supervision of Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

This research is motivated by the rapid development of technology, where information about products and services can be easily accessed through various digital platforms. Students, as the most active social media users, are highly vulnerable to the influences emerging from these platforms, one of which is the phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO). FoMO can affect consumptive behavior due to exposure to content relevant to their interests and preferences, which often drives students to make impulsive purchases or follow trending items to avoid feeling left out of their social groups. Peer groups also play a significant role in shaping students' consumptive behavior. The need for social acceptance and the desire not to differ from their peers can lead students to imitate the same consumption patterns as their friends, even if such patterns may not align with their needs or financial capabilities.

This study uses a quantitative approach with an associative research type. The data used in this study is primary data obtained from questionnaires distributed online to students of the Faculty of Islamic Economics and Business at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, class of 2021. The sample size used in this study is 301 respondents. The questionnaire data were processed using SPSS 20 by conducting validity tests, reliability tests, descriptive analysis, multicollinearity tests, multiple regression tests, classical assumption tests (normality test, heteroscedasticity test, autocorrelation test),

hypothesis testing (F-test and T-test), and the determination coefficient test.

The results of this study indicate that simultaneously, the variables fear of missing out, social media usage, and peer groups have a positive and significant influence on the consumptive behavior of students in the Faculty of Islamic Economics and Business at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, class of 2021, by 51.6%. Meanwhile, the remaining 48.4% is influenced by other variables not included in this study. Furthermore, partially, the variables fear of missing out, social media usage, and peer groups also have a positive and significant influence on the consumptive behavior of students.

Keywords: consumptive behavior, fear of missing out, peer groups, social media