

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, *TREND FASHION* DAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK VON DUTCH PADA MAHASISWA-MAHASISWI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**



Diajukan Oleh:

FIKRI KAMILIA IKHWANDA

21420085

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, TREND FASHION DAN FEAR OF
MISSING OUT (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK VON DUTCH PADA MAHASISWA-MAHASISWI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Diajukan oleh;

FIKRI KAMILIA IKHWANDA

NPM : 21420085

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Givana, SE., MM.

Tanggal, 6 Januari 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.

Tanggal, 10 Januari 2025

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, TREND FASHION DAN FEAR OF
MISSING OUT (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK VON DUTCH PADA MAHASISWA-MAHASISWI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Diajukan oleh;

FIKRI KAMILIA IKHWANDA

NPM : 21420085

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



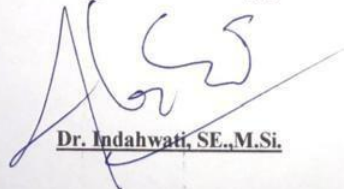
Givana, SE., MM.

Ketua Dewan Penguji



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM.

Anggota Dewan Penguji



Dr. Indahwati, SE., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 16 Januari 2025



Dr. Adrianto Trimarjono, S.E., MM
Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama skripsi dan daftar pustaka

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 10 Januari 2025

Yang membuat pernyataan


Fikri K.  

21420085

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat yang melimpah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Trend Fashion dan Fear of Missing Out Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch Pada Mahasiwa-Mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, nasehat dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Prof Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.T.K.L.(K),FICH selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M. Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Adriyanto Trimarjono, S. E., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dijah Julindrastuti, S.E., M.Ak selaku Dosen Wali terimakasih atas bimbingan dan bantuannya selama kuliah perkuliahan.
5. Bapak Giyana S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing, mengarahkan, memberikan saran-saran dan memberikan kemudahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis Ayah dan Ibu tercinta terimakasih atas seluruh cinta, dukungan dan doa yang tak henti-hentinya dipanjatkan kepada Allah SWT untuk penulis sejak penulis berada dalam kandungan sampai detik ini. Terimakasih atas seluruh perjuangan yang telah diusahakan untuk penulis sampai detik ini. Maaf apabila banyak air mata yang telah menetes dari mata ibu atas perbuatan sengaja atau tidak sengaja yang dilakukan oleh penulis.
8. Khusus kepada kakak penulis tercinta Ilda Kurnia, terima kasih atas segala dukungan dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis. Terima kasih telah berjuang keras demi keluarga, merelakan impian untuk meraih gelar sarjana hanya demi memastikan keluarga kita tetap kuat dan utuh. Terima kasih sudah selalu mengalah kepada penulis dalam segala hal.
9. Untuk sahabat penulis yang selalu ada dari awal perkuliahan sampai saat ini Salwa, Olip, Annas, Fendy dan Alam yang selalu memberikan semangat, dukungan dan nasehat selama perkuliahan, semoga pertemanan ini terus berlanjut sampai tua.

10. Kepada sahabat penulis Heksa, Sabila, Deas, Dipo dan Rezi yang telah berteman dari penulis masih kecil sampai sekarang terima kasih karna tidak pernah mehakimi penulis ketika penulis melakukan kesalahan.
11. Kepada seluruh teman-teman seangkatan Program Studi Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya terima kasih telah memberikan bantuan selama perkuliahan semoga kenangan 3,5 tahun ini dapat dikenang sampai tua.

Penulis berdoa agar seluruh kebaikan yang telah diberikan kepada penulis nantinya akan dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh sebab itu, masukan dan kritikan sangatlah bermanfaat.

Surabaya, 10 Januari 2025

Penulis

(Fikri Kamilia Ikhwanda)

ABSTRAK

Era globalisasi memberikan pengaruh yang besar bagi seluruh penduduk Indonesia. Salah satunya pada industri *fashion* yang saat ini berkembang sangat pesat. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Citra Merek, Trend Fashion, dan Fear of Missing Out (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch Pada Mahasiswa—ahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan Citra Merek, Trend Fashion, dan Fear of Missing Out (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch Pada Mahasiswa—mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif data dikumpulkan melalui kuisioner yang disebarakan kepada 100 responden di 8 Fakultas Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan data diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS. Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis linear berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa : 1. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 2. *Trend fashion* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan, 3. *Fear of missing out* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi pelaku bisnis dan akademisi terhadap citra merek, trend fashion dan fear of missing out dalam memahami perilaku konsumen kalangan mahasiswa-mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Kata Kunci : Citra Merek, Trend Fashion, Fear of Missing Out dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The era of globalization has a great influence on the entire population of Indonesia. One of them is the fashion industry which is currently growing very rapidly. This thesis is entitled “The Effect of Brand Image, Fashion Trend, and Fear of Missing Out (FOMO) on Purchasing Decisions for Von Dutch Products for Students of Wijaya Kusuma University Surabaya”. This study aims to determine the significant influence of Brand Image, Fashion Trend, and Fear of Missing Out (FOMO) on Purchasing Decisions for Von Dutch Products for Students of Wijaya Kusuma University Surabaya. This study uses quantitative methods, data is collected through questionnaires distributed to 100 respondents at 8 Faculties of Wijaya Kusuma University Surabaya and the data is processed using the IBM SPSS application. The analysis was carried out using multiple linear analysis techniques. The test results show that: 1. Brand image has no significant effect on purchasing decisions, 2. Fashion trends have a significant effect on purchasing decisions and, 3. Fear of missing out has a significant effect on purchasing decisions. This research is faced with providing an understanding for business people and academics of brand image, fashion trends and fear of missing out in understanding consumer behavior among students of Wijaya Kusuma University Surabaya.

Key Words: Brand Image, Fashion Trend, Fear of Missing Out and Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Skripsi.....	8
BAB II.....	10
TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	10
2.1.3. Citra Merek.....	11
2.1.4. <i>Trend Fashion</i>	14
2.1.5. <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	18
2.1.6. Keputusan Pembelian.....	20
2.2. Penelitian Terdahulu.....	23
2.3. Hipotesis.....	25
2.4. Kerangka Penelitian.....	26
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32

3.1.	Pendekatan Penelitian.....	32
3.2.	Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1.	Populasi Penelitian.....	33
3.2.2.	Sampel Penelitian.....	33
3.3.	Identifikasi Variabel.....	35
3.3.1.	Variabel X (Bebas).....	35
3.3.2.	Variabel Y (Terikat).....	35
3.4.	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.4.1.	Citra Merek.....	36
3.4.2.	<i>Trend Fashion</i>	36
3.4.3.	<i>Fear of missing out (FOMO)</i>	37
3.4.4.	Keputusan Pembelian.....	37
3.5.	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.5.1.	Jenis Data.....	37
3.5.2.	Sumber Data.....	38
3.6.	Prosedur Pengumpulan Data.....	38
3.7.	Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1.	Uji Validitas.....	40
3.7.2.	Uji Reabilitas.....	40
3.7.3.	Uji Regresi Linear Berganda.....	41
3.7.4.	Uji Hipotesis.....	41
3.7.5.	Koefisien Determinan (R^2).....	42
BAB IV.....		44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.2.	Deskripsi Karakteristik dan Identitas Responden.....	45
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian.....	47
4.3.1.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	48
4.3.2.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Trend Fashion</i>	49
4.3.3.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i> 50	
4.3.4.	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	51
4.4.	Hasil Analisis data.....	52

4.4.1.	Hasil Pengujian Validitas.....	52
4.4.2.	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	53
4.4.3.	Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda.....	54
4.4.4.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	55
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
4.5.1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch	58
4.5.2.	Pengaruh <i>Trend Fashion</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch.....	58
4.5.3.	Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch.....	59
BAB V		63
KESIMPULAN DAN SARAN		63
5.1.	Kesimpulan.....	63
5.2.	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Total Mahasiswa.....	33
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	39
Tabel 4. 1 Kriteria reponden.....	45
Tabel 4. 2 Karateristik Usia Responden.....	46
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Nama Fakultas.....	47
Tabel 4. 5 Kategori Masing-masing Varibel.....	48
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	48
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Variabel Trend Fashion.....	49
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Variabel Fear of Missing Out.....	50
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji F.....	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji T.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	2
Gambar 1. 2.....	3
Gambar 4. 1.....	44