

SKRIPSI

**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT SHOPPING
LIFESTYLE DAN PROMOSI TERHADAP IMPULSIVE
BUYING PRODUK IPHONE PADA GEN Z DI KOTA
SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN PROGRAM STUDI
MANAJEMEN**



Oleh:

RIZKY ARYA MAULANA

NPM 21420064

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

2025

SKRIPSI

**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT SHOPPING
LIFESTYLE DAN PROMOSI TERHADAP IMPULSIVE
BUYING PRODUK IPHONE PADA GEN Z DI KOTA
SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN PROGRAM STUDI
MANAJEMEN**



Oleh:

RIZKY ARYA MAULANA

NPM 21420064

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

2025

SKRIPSI

**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT SHOPPING
LIFESTYLE DAN PROMOSI TERHADAP IMPULSIVE
BUYING PRODUK IPHONE PADA GEN Z DI KOTA
SURABAYA**

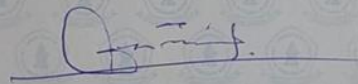
Diajukan oleh:

Rizky Arya Maulana

NPM : 21420064

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Prof. Dr. Wahvudiono, SE., MM.

Senin, 19 Januari 2026

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikoroni, SE., MM.

Senin, 19 Januari 2026

SKRIPSI

PENGARUH FEAR OF MISSING OUT SHOPPING LIFESTYLE DAN PROMOSI TERHADAP IMPULSIVE BUYING PRODUK IPHONE PADA GEN Z DI KOTA SURABAYA

Diajukan oleh:

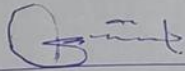
Rizky Arya Maulana

NPM : 21420064

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji



Prof. Dr. Wahyudiono, SE., MM.



Hendra Prasetya, SE., M.Ak.



Lestari, S.E., M.M.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen

22 Januari 2026



Dwi Indah Mustikoroni, SE., MM.

Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Fear of Missing out, Shopping Lifestyle dan Promosi Terhadap Impulsive Buying Produk Iphone pada Gen Z di Kota Surabaya” Adalah benar-benar merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun. Segala sumber informasi yang berasal dari pendapat, pemikiran, maupun hasil penelitian orang lain yang termuat di dalam naskah ini, telah saya kutip secara tertulis dan saya cantumkan secara jelas pada bagian utama naskah serta pada daftar pustaka sesuai dengan norma, etika, dan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Apabila di kemudian hari ditemukan bukti yang kuat secara hukum bahwa di dalam naskah skripsi ini terdapat unsur-unsur plagiarisme atau pelanggaran hak cipta, maka saya menyatakan bersedia menerima segala sanksi administratif dan akademik yang ditetapkan oleh Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Bersedia diberi sanksi dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak mana pun untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Januari 2026



DANX335331304
Rizky Arya Maulana
21420064

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Fear of Missing out, Shopping Lifestyle dan Promosi Terhadap Impulsive Buying Produk Iphone pada Gen Z di Kota Surabaya”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberi kesehatan, kelancaran, dan kekuatan yang tiada henti kepada penulis.
2. Orang tua penulis, yang senantiasa mensupport sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Wahyudiono, SE., MM. selaku dosen pembimbing, yang membimbing dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Saudara, pacar, dan teman, yang sudah membantu dan mensupport sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran.

Surabaya, 19 Januari 2026

Rizky Arya Maulana

NIM. 21420064

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO), *Shopping Lifestyle*, dan Promosi terhadap perilaku *Impulsive Buying* produk iPhone pada Generasi Z di Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online menggunakan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda melalui perangkat lunak SPSS 27. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa: (1) Fear of Missing Out (FoMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap Impulsive Buying dengan nilai signifikansi $0,751 > 0,05$; (2) Shopping Lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap Impulsive Buying dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$; (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Impulsive Buying dengan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan kontribusi (R Square) sebesar 12,3%, sedangkan sisanya sebesar 87,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out* (FoMO), *Shopping Lifestyle*, Promosi, dan *Impulsive Buying*

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Later Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>fear of missing out</i> (FOMO).....	11
2.1.2 Shopping Lifestyle	12
2.1.3 Promosi.....	14
2.1.4 <i>Impulsive Buying</i>.....	15
2.2 Kajian Empiris	17
2.2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2.2 Mapping Penelitian	22
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Hubungan Fear of Missing out Dengan Impulsive Buying	25
2.3.2 Hubungan <i>Shopping lifestyle</i> Dengan <i>Impulsive Buying</i>.....	25
2.3.3 Hubungan Promosi Dengan <i>Impulsive Buying</i>.....	25
2.4 Kerangka Konseptual.....	26
2.5 Pengembangan Hipotesis	26
BAB III	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Pendekatan Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel.....	29

3.3 Identifikasi Variabel.....	30
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.4.1 Fear of Missing Out (X1)	30
3.4.2 Shopping Lifestyle (X2).....	31
3.4.3 Promosi (X3)	31
3.4.4 Impulsive Buying (Y)	32
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	32
3.5.1 Jenis Data.....	32
3.5.2 Sumber Data	33
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	34
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.7.2 Uji F.....	36
3.7.3 Uji T.....	37
3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda	37
3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	38
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Objek Penelitian	40
4.1.1 Sejarah Iphone.....	40
4.1.2 Makna Logo Iphone (<i>Apple</i>).....	41
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Karakteristik Responden.....	43
4.2.2 Deskripsi Jawaban Variabel	46
4.3 Analisis Model atau Pengujian Hipotesis	51
4.3.1 Hasil Uji Instrumen.....	51
4.3.2 Hasil Uji Hipotesis.....	53
4.3.3 Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2).....	55
4.4 Pembahasan.....	56
4.4.1 Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Impulsive Buying	56
4.4.2 Pengaruh Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying	57
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Impulsive Buying	58

BAB V	60
SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
5.3 Keterbatasan Penelitian	62