

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI MEDIA
SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS
SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh

Nyimas Anggun Nurhaliza

NIM: 06031382126060

Program Studi Pendidikan Ekonomi



FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2025

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI MEDIA
SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS
SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh

Nyimas Anggun Nurhaliza

NIM: 06031382126060

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Disetujui untuk Diajukan dalam Ujian Akhir Program Studi

**Mengetahui
Koordinator Program Studi
Pendidikan Ekonomi**



**Dr. Dwi Hasmiyanti, M.Si.
NIP 198405262009122007**



Pembimbing,



**Deskoni, S.Pd., M.Pd.
NIP 197401012001121004**

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI MEDIA
SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS
SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh

Nyimas Anggun Nurhaliza

NIM: 06031382126060

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Telah diujikan pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Juli 2025

**Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Pendidikan Ekonomi**



**Dr. Dwi Hasmidyani, M.Si.
NIP 198405262009122007**



Pembimbing



**Deskoni, S.Pd., M.Pd.
NIP 197401012001121004**

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DI MEDIA
SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS
SRIWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh

Nyimas Anggun Nurhaliza

NIM: 06031382126060

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Mengesahkan:

**Mengetahui
Koordinator Program Studi
Pendidikan Ekonomi**


Dr. Dwi Hasmiyanti, M.Si.
NIP 198405262009122007



Pembimbing,


Deskoni, S.Pd., M.Pd.
NIP 197401012001121004

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nyimas Anggun Nurhaliza

NIM : 06031382126060

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) di Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 04 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Nyimas Anggun Nurhaliza
NIM 06031382126060

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat dan pertolongan-Nya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik dan lancar. Saya menyadari bahwa proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Mama Sulastri dan Papa Kemas Abu Yazid yang dengan ketulusan hati telah membesarkan, memberikan segala kasih sayang, doa, pengorbanan tanpa batas, serta dukungan tiada henti dalam setiap langkah perjalanan pendidikan saya. Terima kasih berkat kerja keras dan air mata yang tak terlihat, selalu senantiasa menjadi penyemangat dan sandaran hingga saya bisa sampai pada titik ini. Saya persembahkan karya kecil dan gelar ini untuk Mama dan Papa.
2. Kepada saudara kandung saya ayuk Nyimas Kiki Novita Sari serta kedua kakak laki-laki saya Kemas Ismail Adipati dan Kemas Muhammad Arjuna. Terima kasih atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan. Terima kasih telah menjadi teman yang baik dan sumber inspirasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing skripsi dan pembimbing akademik yaitu Bapak Deskoni, S.Pd., M.Pd. Terima kasih atas segala bimbingan, arahan, waktu dan motivasi yang telah diberikan selama menempuh pendidikan sekaligus dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Dosen validator Bapak Muhammad Akbar Budiman, S.Pd., M.Si. Terima kasih atas kesediaan dalam memvalidasi instrumen penelitian skripsi ini dan memberikan masukan berharga selama proses penulisan.
5. Kepada seluruh keluarga besar Pendidikan Ekonomi FKIP UNSRI, Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi Ibu Dr. Dwi Hasmiyanti, M.Si. serta seluruh dosen dan staff Pendidikan Ekonomi. Terima kasih telah memberikan ilmu dan dukungan selama masa studi. Terima kasih atas

dedikasi dan kerja keras Bapak/Ibu dalam mendidik dan membimbing saya serta membantu dalam pengurusan administrasi selama menempuh masa pendidikan.

6. Kepada sahabat saya Eka Putri Febriyanti, Meri Ismayanti, Sasqia Amanda S.P, Silma Kurnia Putri, Chairunnisa Nabila, Nurhalizah Syahfitri dan Rahmi Ramadani. Terima kasih selalu setia mendampingi dalam suka dan duka, menjadi teman seperjuangan dan penyemangat selama masa perkuliahan hingga tugas akhir ini. Terima kasih atas kenangan indah yang telah kita lewati bersama-sama.
7. Kepada diriku sendiri Nyimas Anggun Nurhaliza, terima kasih telah berjuang keras, tidak menyerah dan terus berusaha untuk menyelesaikan studi dan skripsi ini.
8. Kepada seluruh Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021, terima kasih atas kebersamaan dan perjuangan kita selama 4 tahun terakhir. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan dan kesediaan yang telah diberikan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada adik-adik Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2022. Terima kasih atas bantuan, kontribusi dan kerja samanya selama proses penyelesaian skripsi ini.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

PRAKATA

Skripsi dengan judul “ Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) di Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya” disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya. Dalam mewujudkan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak.

Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Deskon, S.Pd., M.Pd., sebagai dosen pembimbing atas segala bimbingan yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya Bapak Dr. Hartono, M.A., Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Ibu Dr. Hudaidah, M.Si., Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi Ibu Dr. Dwi Hasmiyani, M.Si yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi selama penulisan ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada penguji yang telah memberikan saran untuk perbaikan skripsi ini. Lebih lanjut penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Muhammad Akbar Budiman, S.Pd., M.Si., yang telah memberikan pengarahan dan penilaian dalam proses validasi instrumen penelitian.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembelajaran bidang studi Pendidikan Ekonomi dan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni.

Palembang, 04 Juli 2025

Penulis,



Nyimas Anggun Nurhaliza

NIM 06031382126060

DAFTAR ISI

HALAMAN MUKA	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN TELAH DIUJIKAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	9
2.1.1 Pengertian <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	9
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) ...	10
2.1.3 Aspek-Aspek <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	12
2.1.4 Indikator <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	14
2.2 Media Sosial	16
2.3 Perilaku Konsumtif	17
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumtif	17
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	18

2.3.3 Indikator Perilaku Konsumtif	21
2.4 Hasil Penelitian Terdahulu	23
2.5 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Variabel Penelitian	27
3.3 Definisi Operasional.....	27
3.3.1 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) (X)	27
3.3.2 Perilaku Konsumtif (Y)	28
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1 Angket.....	31
3.5.2 Wawancara.....	33
3.5.3 Dokumentasi	34
3.6 Uji Intrumen Penelitian	35
3.6.1 Uji Validasi Ahli	35
3.6.2 Uji Validasi Eksternal	35
3.6.3 Uji Reliabilitas	36
3.7 Teknik Analisis Data	38
3.8 Uji Prasyarat.....	40
3.8.1 Uji Normalitas Data.....	40
3.8.2 Uji Regresi Linier Sederhana	41
3.9 Uji Hipotesis	43
3.9.1 Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	44
3.9.1 Uji Koefisien Determinan.....	44
3.9.2 Uji-t.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	46
4.1.2 Deskripsi Data Angket <i>Fear of Missing Out</i>	47

4.1.3 Deskripsi Wawancara <i>Fear of Missing Out</i>	50
4.1.4 Deskripsi Data Angket Perilaku Konsumtif	51
4.1.5 Deskripsi Wawancara Perilaku Konsumtif.....	55
4.1.6 Deskripsi Data Hasil Dokumentasi.....	56
4.2 Uji Prasyarat.....	56
4.2.1 Uji Normalitas	56
4.2.2 Uji Regresi Linier Sederhana.....	64
4.3 Uji Hipotesis	69
4.3.1 Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	69
4.3.2 Uji Koefisien Determinan.....	69
4.3.3 Uji-t.....	70
4.4 Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP	78
5.1 Simpulan	78
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2022	29
Tabel 3.2 Jumlah Sampel Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya Angkatan 2021-2022	31
Tabel 3.3 Daftar Pernyataan & Skor Nilai	32
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Angket <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	32
Tabel 3.5 Kisi-Kisi Angket Perilaku Konsumtif	33
Tabel 3.6 Kisi-Kisi Pedoman Wawancara <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	34
Tabel 3.7 Kisi-Kisi Pedoman Wawancara Perilaku Konsumtif	34
Tabel 3.8 Interpretasi Tingkat Reliabilitas	37
Tabel 3.9 Hasil Uji Coba Reliabilitas	38
Tabel 3.10 Kategori Interpretasi Perindikator Data Angket	39
Tabel 3.11 Kriteria Kategori Skor Kecenderungan Variabel	40
Tabel 3.12 Interpretasi Koefisien Korelasi	44
Tabel 4.1 Distribusi Kecenderungan <i>Fear of Missing Out</i>	49
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Angket <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	57
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Angket <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	59
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Angket Perilaku Konsumtif	61
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi yang Diharapkan	63
Tabel 4.6 Penolong Menghitung Angka Statistik	64
Tabel 4.7 Penolong Pasangan Variabel X dan Y	66
Tabel 4.8 Ringkasan Anova Variabel X dan Y	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Paradigma Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Hasil Persentase Perindikator Angket <i>Fear of Missing Out</i>	47
Gambar 4.2 Hasil Persentase Perindikator Angket Perilaku Konsumtif.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Angket Pra Penelitian.....	88
Lampiran 2 Usulan Judul Skripsi.....	89
Lampiran 3 SK Pembimbing.....	90
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi.....	92
Lampiran 5 Surat Pengantar Uji Kelayakan Validitas Instrumen Penelitian	93
Lampiran 6 Surat Tugas	94
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Validasi Kuesioner	95
Lampiran 8 Lembar Validasi Ahli	97
Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Melakukan Validasi Ahli.....	100
Lampiran 10 Kisi-Kisi Kuesioner	101
Lampiran 11 Kuesioner Penelitian	104
Lampiran 12 Hasil Uji Coba Validasi Kuesioner <i>Fear of Missing Out</i>	111
Lampiran 13 Hasil Uji Coba Validasi Kuesioner Perilaku Konsumtif.....	112
Lampiran 14 Hasil Uji Validitas.....	113
Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas	115
Lampiran 16 Surat Izin Penelitian.....	117
Lampiran 17 Angket Penelitian <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	118
Lampiran 18 Angket Penelitian Perilaku Konsumtif	120
Lampiran 19 Surat Selesai Penelitian	122
Lampiran 20 Hasil Angket <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	123
Lampiran 21 Hasil Angket Perilaku Konsumtif.....	124
Lampiran 22 Perhitungan Persentase Indikator <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)..	125
Lampiran 23 Perhitungan Persentase Indikator Perilaku Konsumtif.....	125
Lampiran 24 Data Angket <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) & Perilaku Konsumtif	126
Lampiran 25 Tabel Penolong Pasangan Variabel X dan Y.....	127
Lampiran 26 Wawancara Penelitian <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	128
Lampiran 27 Wawancara Penelitian Perilaku Konsumtif	129
Lampiran 28 Hasil Wawancara	130

Lampiran 29 Dokumentasi Wawancara	150
Lampiran 30 Dokumentasi Akun Profil Pengguna di Media Sosial	152
Lampiran 31 Dokumentasi FOMO di Media Sosial & Pembelian Produk.....	154
Lampiran 32 Dokumentasi Penelitian.....	157
Lampiran 33 Hasil Similarity	159
Lampiran 34 Lembar Perbaikan Skripsi	160
Lampiran 35 Bukti Perbaikan Skripsi	161

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh *fear of missing out* (FOMO) di media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya angkatan 2021-2022 yang memiliki *fear of missing out* (FOMO) dan perilaku konsumtif berjumlah 162 mahasiswa. Sampel penelitian berjumlah 62 mahasiswa dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu angket, wawancara dan dokumentasi. Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji korelasi *pearson product moment* yang menunjukkan korelasi yang positif antara variabel *fear of missing out* (FOMO) di media sosial dalam mempengaruhi variabel perilaku konsumtif dengan nilai sebesar 0,55356 kemudian uji koefisien determinan yang menunjukkan variabel *fear of missing out* (FOMO) di media sosial mempengaruhi variabel perilaku konsumtif sebesar 30,63% dan uji-*t* yang mendapatkan hasil bahwa $t_{hitung} 5,1486 \geq t_{tabel} 2,0000$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh *fear of missing out* (FOMO) di media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya. Disarankan mahasiswa lebih memperdalam konsep dasar mengenai *fear of missing out* dan perilaku konsumtif sehingga mampu bersikap lebih kritis dan terkendali dalam pengeluaran dan dapat membedakan secara tegas antara pembelian berdasarkan kebutuhan dasar dengan keinginan.

Kata-kata kunci: *Fear of Missing Out* (FOMO), *Perilaku Konsumtif*

ABSTRACT

This study aims to prove the influence of fear of missing out (FOMO) on social media on consumptive behavior of students of Economics Education study program, Sriwijaya University. The research method used is quantitative research with an associative approach. The population of this study is students of the Economics Education study program at Sriwijaya University class of 2021-2022 who have a fear of missing out (FOMO) and consumptive behavior totaling 162 students. The research sample amounted to 62 students using purposive sampling techniques. The data collection techniques used are questionnaires, interviews and documentation. The hypothesis test was carried out using the pearson product moment correlation test which showed a positive correlation between the fear of missing out (FOMO) variable on social media in influencing the consumptive behavior variable with a value of 0.55356 then the determinant coefficient test which showed that the fear of missing out (FOMO) variable in social media affected the consumptive behavior variable by 30.63% and the t-test which obtained the result that, $t_{count} 5.1486 \geq t_{table} 2.0000$, so it can be concluded that H_0 was rejected and H_a was accepted, which means on the consumptive behavior of students of the Economics Educations study program , Sriwijaya University. It is recommended that students deepen the basic concepts of fear of missing out and consumptive behavior so that they are able to be more critical and controlled in spending and can early distinguish between purchases based on basic needs and desires.

Keyword: *Fear of Missing Out (FOMO), Consumptive Behavior*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era digital saat ini media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari terutama di kalangan mahasiswa. Era digital ini juga berpengaruh terhadap gaya hidup masyarakat Indonesia yang membawanya pada pergeseran budaya dan gaya hidup. Salah satu fenomena yang muncul seiring dengan penggunaan media sosial adalah *fear of missing out* (FOMO). *Fear of missing out* yaitu perasaan cemas atau khawatir akan kehilangan pengalaman sosial atau tren yang sedang berlangsung. Menurut Kanda dan Yanti (2024) yang mengatakan bahwa *fear of missing out* (FOMO) merupakan kecemasan dan ketakutan untuk tetap terhubung dengan orang lain melalui aktivitas di media sosial guna menghindari ketinggalan konten menarik atau takut dianggap tidak eksis dan ketinggalan zaman. *Fear of missing out* (FOMO) menimbulkan perasaan kehilangan, stress dan isolasi pada individu yang tidak menyadari peristiwa penting yang melibatkan orang lain atau kelompok. Individu yang mengalami FOMO tidak akan menyadari secara jelas dari rasa kehilangan tersebut, tetapi mereka akan memiliki rasa kehilangan ketika orang lain mengalami momen yang berharga. FOMO sering kali dipengaruhi oleh konten yang ditampilkan di platform media sosial seperti foto, video atau cerita yang menggambarkan gaya hidup tertentu. Hal inilah yang menyebabkan media sosial memiliki peran terhadap kemunculan FOMO. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi semakin memberikan peluang kepada seseorang untuk mengalami FOMO.

FOMO yang ditandai oleh kecemasan terhadap kehilangan pengalaman sosial yang menarik, dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian impulsif dan terlibat dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Hal ini membuat para remaja yang seharusnya mulai memikirkan kehidupan di masa mendatang menjadi terganggu dengan fenomena *fear of missing out*. Remaja yang melihat tokoh di media sosial sebagai penghubung untuk menuju kesuksesan, sehingga cenderung menggunakan media sosial secara berlebihan agar tidak tertinggal

informasi dari tokoh yang mereka ikuti (Sumantri, dkk., 2024). FOMO perlu untuk diteliti karena dapat berdampak negatif pada kesejahteraan psikologis individu yang mengalami kecanduan media sosial. Ketakutan dan kecemasan yang muncul akibat merasa tertinggal dapat memengaruhi tingkat stres, ketidakpuasan, dan depresi (Sachiyati, dkk., 2023).

Kecanduan media sosial banyak terjadi di kalangan mahasiswa. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia pada 2024 mencapai 221 juta jiwa dari total populasi 215 juta jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Menurut data riset menjelaskan penetrasi pengguna internet bagi mahasiswa yaitu 95.36% penetrasi dan 5.63% kontribusi. Rata-rata lama waktu penggunaan internet dalam sehari di Indonesia berkisar 57.4% 1-5 jam, 14.3% 6-10 jam, 9.4% <10 jam dan 18.9% <1 jam . Adapun sebesar 89,3% masyarakat menggunakan internet melalui *handphone / tablet* pribadi (APJII, 2024). Menurut Al Aziz (2020) mengemukakan bahwa mahasiswa merupakan salah satu kelompok pengguna media sosial yang aktif, karena mereka sedang berada dalam fase transisi dari akhir masa remaja ke awal dewasa dan sedang mengalami perubahan psikologi. Mahasiswa sebagai kelompok yang sangat terpengaruh oleh tren media sosial, cenderung merasa tekanan untuk mengikuti gaya hidup dan produk yang dipromosikan secara daring. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang dinamika antara media sosial dan perilaku konsumtif, serta implikasinya bagi pembentukan pola konsumsi yang sehat di kalangan mahasiswa.

Mahasiswa sebagai individu yang sedang mencari identitas dan mencoba membangun jaringan sosial, sering kali menjadi target utama pengaruh FOMO. Mereka merasa terdorong untuk terlibat dalam perilaku konsumtif demi mengikuti apa yang dianggap “kekinian” atau populer. Hal ini dapat menyebabkan pembelian keputusan dan pengeluaran yang tidak terencana, yang pada akhirnya berdampak pada kondisi keuangan mereka. Selain itu, mahasiswa akan mengalami suatu perubahan dalam hal seperti hobi, fisik, mental, dan keinginan mereka. Hal itulah yang dapat mendorong sifat konsumtif karena individu menganggap membeli sesuatu adalah bentuk pelarian dari masalah yang dihadapi sehingga mendapatkan

kebahagiaan tersendiri. Memenuhi keinginan mereka terkadang tidak berdasarkan pertimbangan yang rasional sehingga menyebabkan perilaku konsumtif.

Berdasarkan data BPS atau Badan Pusat Statistik, nilai pengeluaran konsumsi dari kelas menengah dan menuju kelas menengah di Indonesia pada tahun 2024 mencapai angka 81,49% dari total konsumsi masyarakat. Sementara itu jumlah kelas menengah dan menuju kelas menengah di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 66,35% dari total penduduk Indonesia (BPS, 2024). Angka tersebut termasuk angka yang besar, dimana angka tersebut menggambarkan bahwa perekonomian Indonesia 81,49% ditopang oleh konsumsi yang dilakukan masyarakat Indonesia. Angka yang besar tersebut menjadi tanda bahwa adanya perilaku konsumtif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa remaja yang memiliki FOMO untuk tertinggal dari suatu informasi yang berharga dari orang sekitarnya, cenderung memiliki perilaku penggunaan media sosial secara berlebihan, yang mana perilaku berlebihan disini merujuk pada berbagai dampak negatif pada diri penggunanya (Risdyanti, dkk., 2019).

Mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif karena mengikuti hal yang sama dengan kelompok sebayanya agar diterima dengan baik di kelompok tersebut. Seharusnya mahasiswa menjalin hubungan pertemanan yang positif untuk membantu belajar prestasi belajar lebih baik, dengan mengikuti organisasi, sering belajar kelompok, atau saling mengingatkan jika ada hal yang salah dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumtif mahasiswa adalah ditandai dengan pengeluaran yang boros dari uang saku yang diberikan dari orang tua untuk membeli barang atau jasa yang tidak diperlukan dalam kehidupan sehari-hari dan hanya bertujuan untuk memuaskan keinginan mereka sendiri (Fifany, 2019). Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa dapat terlihat ketika mereka lebih mengutamakan untuk membeli barang-barang diskon daripada membeli buku atau barang lain yang berkaitan dengan perkuliahannya (Safitri dan Rinaldi, 2023). Semakin besar tingkat FOMO yang dialami oleh individu, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh orang tersebut (Yaputri, dkk., 2022).

Dalam konteks pemasaran, FOMO menjadi alat yang efektif bagi keputusan untuk menarik perhatian konsumen terutama di kalangan generasi muda. Strategi pemasaran yang memanfaatkan FOMO, seperti promosi terbatas dan eksklusivitas, mampu menciptakan urgensi yang mendorong mahasiswa untuk berbelanja keputusan. Mahasiswa menjadi terpengaruh dan memiliki keinginan untuk membeli barang atau jasa yang dipromosikan. Tanpa mempertimbangkan manfaat yang diberikan, tetapi demi tuntutan era agar tetap eksis hal tersebut akan dilakukan (Nurazijah, dkk., 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap FOMO dapat memberikan wawasan berharga bagi pemasar dalam merancang kampanye yang lebih efektif dan relevan.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti memperkuat dalam data penelitian hasil kuesioner pra-penelitian yang dilaksanakan pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2022 di Universitas Sriwijaya sebanyak 82 mahasiswa yaitu sebesar 94% mahasiswa telah tau apa itu *fear of missing out* (FOMO), sebanyak 62% mahasiswa merasa FOMO ketika melihat postingan produk yang sedang trend, 55% mahasiswa merasa perlu untuk membeli produk ketika penawaran terbatas, sebanyak 56% mahasiswa merasa bahwa *fear of missing out* (FOMO) mempengaruhi keputusan pada saat berbelanja dan 76% mahasiswa menggunakan media sosial tiktok untuk memutuskan pembelian produk (data terlampir pada lampiran 1).

Fear of missing out dapat membuat mahasiswa lebih fokus pada kegiatan sosial atau tren yang sedang populer, sehingga mengurangi waktu dan konsentrasi yang seharusnya digunakan untuk belajar dan mengembangkan kemampuan akademik. *Fear of missing out* juga dapat menyebabkan mahasiswa merasa kesulitan dalam mengambil keputusan bahkan berpotensi memicu depresi. Mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya telah belajar banyak tentang ekonomi melalui mata kuliah pengantar ilmu ekonomi, ekonomi mikro, ekonomi makro dan pemasaran digital yang telah dan sedang dipelajari oleh program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya tahun akademik 2024-2025. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen. Hal ini

menunjukkan bahwa mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang ekonomi dibandingkan dengan mahasiswa yang berada di luar program studi. Oleh karena itu, sudah seharusnya mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya dapat menggunakan pengetahuan ekonomi mereka dalam kegiatan sehari-hari.

Kenyataannya banyak mahasiswa yang masih mengalami *fear of missing out* yang seharusnya dihindari. Hal ini semakin penting mengingat bahwasanya terkadang mahasiswa masih mendapatkan uang saku dari orang tua. Semakin besar uang saku yang diberikan, maka potensi untuk mengalami perilaku konsumtif yang tidak rasional menjadi lebih besar (Patandean dkk., 2025). *Fear of missing out* dapat mendorong perilaku konsumtif yang bertentangan dengan prinsip ekonomi yang telah mahasiswa pelajari, dengan demikian dapat menyebabkan pemborosan dan keputusan finansial yang buruk, pada akhirnya akan merugikan mahasiswa sendiri secara akademik dan finansial. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mempelajari dan mengidentifikasi secara mendalam bagaimana *fear of missing out* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga dapat memberikan rekomendasi agar mahasiswa mampu mengambil keputusan ekonomi yang lebih rasional dan terhindar dari dampak negatif *fear of missing out*. Jika *fear of missing out* tidak segera teratasi, hal ini dapat menghambat perkembangan mahasiswa secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian Safitri dan Rinaldi (2023) yang berjudul “Pengaruh *Fear of Missing Out* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Pembeli Barang Diskon Aplikasi *Shopee*”. Kemudian penelitian Apolo dan Kurniawati (2023) yang berjudul “Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP”. Selanjutnya penelitian Hutapea dan Fatmasari (2023) yang berjudul “Hubungan *Fear of Missing Out* dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna *Shopee Pay Later*”. Dari ketiga penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Safitri dan Rinaldi, Apolo dan Kurniawati, serta Hutapea dan Fatmasari, maka terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian

yang akan dilakukan, kebaharuan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan teknik pengumpulan data. Penelitian Safitri dan Rinaldi (2023) menggunakan objek penelitian mahasiswi pembeli barang diskon aplikasi *shopee*. Kemudian penelitian Apolo dan Kurniawati (2023) menggunakan objek penelitian remaja akhir yang membeli produk merchandise KPOP. Sedangkan penelitian Hutapea dan Fatmasari (2023) menggunakan objek penelitian mahasiswa pengguna *shopee pay later*. Sehingga kebaharuan pada objek penelitian ini yaitu menganalisis hubungan *fear of missing out* dan perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya dalam konteks di media sosial yang sebelumnya tidak dilakukan oleh penelitian terdahulu. Terkait dengan pengumpulan data, penelitian Safitri dan Rinaldi (2023), Apolo dan Kurniawati (2023), dan Hutapea dan Fatmasari (2023) hanya menggunakan angket sebagai pengumpulan data utama sedangkan penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yakni angket, wawancara dan dokumentasi yang memiliki keunggulan dalam memperoleh data yang lebih lengkap, akurat serta temuan yang lebih rinci. Angket memiliki keterbatasan dalam jangkauan pertanyaan sehingga tidak mampu menggali lebih dalam, dengan menggunakan wawancara dapat menggali informasi secara lebih mendalam dan kontekstual tentang fenomena *fear of missing out* dan perilaku konsumtif serta mengidentifikasi faktor lain yang tidak terdeteksi melalui angket, sementara dokumentasi digunakan untuk membantu dalam memvalidasi data yang diperoleh dari angket dan wawancara serta mengetahui perilaku konsumtif yang dilakukan responden di media sosial, sehingga hasil penelitian lebih relevan dan mampu dipertanggungjawabkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian ini guna mengetahui apakah *fear of missing out* (FOMO) di media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) di Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dijabarkan di atas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut “Apakah terdapat pengaruh *fear of missing out* (FOMO) di media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk membuktikan pengaruh *fear of missing out* (FOMO) di media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru, pengetahuan dan wawasan yang dapat bermanfaat dan menambah sumbangan keilmuan khususnya dalam bidang psikologis yang berhubungan dengan psikologi kinis dan psikologi perkembangan pada remaja mengenai *fear of missing out* (FOMO) serta dapat menjadi salah satu referensi bagi penelitian lebih lanjut dengan topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, diharapkan bahwa penelitian ini dapat membantu mahasiswa memperbaiki cara untuk menggunakan media sosial dengan bijak, sehingga dapat mencegah mahasiswa dari kecenderungan *fear of missing out* (FOMO) terhadap keputusan konsumsi mahasiswa.
- b. Bagi program studi, penelitian ini diharapkan dapat mampu dalam memberikan wawasan untuk mengurangi *fear of missing out* (FOMO) kepada mahasiswa dan mencegah perilaku konsumtif.
- c. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan referensi atau bahan bacaan tambahan dalam penelitian yang

sama di penelitian selanjutnya dan sebagai acuan dalam meneliti mengenai *fear of missing out* (FOMO) dari segi variabel, metode penelitian dan juga subjek penelitian yang akan digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, V. D., & Ratnasari, L. (2024). Pengaruh fear of missing out terhadap perilaku phubbing pada remaja pengguna media sosial. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(1), 1–12.
- Al Aziz, A. A. (2020). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa. *Jurnal Acta Psychologia*, 2(2), 92–107.
- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, J., Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., & Dharta, F. Y. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Ariawan (ed.)). Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Ananda, R., & Fadhli, M. (2018). *Statistik Pendidikan: Teori dan praktik dalam pendidikan*. Medan: CV. Widya Puspita.
- APJII. (2024). *Survei Internet APJII 2024*. <https://survei.apjii.or.id/home>
- Apolo, M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Produk Merchandise KPOP. *Jurnal Of Science Research: INNOVATIVE*, 3(6), 3847–3858.
- Arikunto, S. (2021). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3*. Bumi Aksara.
- Astuti, C. N. (2021). Hubungan Kepribadian Neurotisme dengan Fear of Missing Out pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 12(2), 245–258.
- Asyifa, H. A. Hidayah, K. Haryanto, H. C. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Pembelian Impulsif Online Food Delivery pada Generasi Z. *Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi: Consulenza*, 7(2), 44–56.
- Athallah, M. F., Mariah, & Asbara, N. W. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Masyarakat Nelayan Kelurahan Barombong Kecamatan Tamalate Kota Makassar. *Jurnal Manuver Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 118–131.

- Ayu, N. P., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 3(2), 1–18.
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- BPS. (2024). *Kelas Menengah Indonesia Krusial sebagai Bantalan Ekonomi Nasional*. <https://sukoharjokab.bps.go.id/id/news/2024/08/30/281/kelas-menengah-indonesia-krusial-sebagai-bantalan-ekonomi-nasional.html>
- Choiriah, A. (2024). Pengaruh Fenomena Flexing Dan Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Sikap Investasi Mahasiswa Dengan Aspek Prudential Sebagai Variabel Moderasi Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Diniah, Z., Rosmanidar, E., & Fitrianova Andriani, B. (2023). Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus Of Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Student Research*, 1(5), 192–212.
- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Jurnal Ikrath Abdimas*, 6(2), 68–75.
- Fauzan, A. A. N. A. (2022). Hubungan Antara Fear of Missing Out (FOMO) Dengan Kecenderungan Nomophobia Di Sma Negeri 1 Purwodadi. In *Skripsi*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Fifany, P. G. (2019). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia. In *Skripsi*. Universitas Internasional Semen Indonesia.
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 1–21.
- Fitri, W., Putri, J. S., Fadhilah, & Elvina, S. N. (2022). Perilaku Konsumtif

- Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang Pengguna Shopee di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Psikologi Islam: Al-Qalb*, 13(2), 86–95.
- Fitria, Kayla Rahma; Diana, Dina Ayu; Yulianto, Eka Putra Adi; Nuruddin, I. (2023). Analisis Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Pendidikan: EKODIK*, 11(2).
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (N. A. Aziz (ed.)). Surabaya: Health Books Publishing.
- Humaira, Z. (2022). Hubungan Kontrol Diri Dengan Kecenderungan Fear of Missing Out (Fomo) Pada Mahasiswa Uin Ar-Raniry Banda Aceh. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Hutapea, R. T. E., & Fatmasari, A. E. (2023). Hubungan Antara Fear of Missing Out dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna Shopee Pay Later. In *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Ilat, I. P., Tapada, J., Durandt, C., & Koyongian, F. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Kesehatan Mental Remaja. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 830–837.
- Intan, A. N., Alwiyah, R. H., Mulyeni, S., & Herlina. (2024). Perilaku FoMO (Fear of Missing Out) pada Mahasiswa Pasim Bandung. *Indoneisan Journal of Social Science*, 2(2), 22–31.
- Jangkar, V. Y., Nalle, A. P., & Korohama, K. E. P. (2024). Hubungan Antara Fear Of Missing Out (FoMO) dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Bimbingan Konseling Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Nusa Cendana. *Jurnal Bimbingan Konseling Flobamora*, 3(1), 57–66.
- Kanda, A, S., & Yanti, A, D. (2024). Pengaruh FOMO Terhadap Penggunaan Pinjaman Online Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi*, 2, 221–232.
- Lim, C., Genoviene, F., Riyanto, B., & Abdillah, F. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Keputusan Pembelian Donut of Curiosity.

Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata, 6(1), 1–10.

Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7.

Manopo, A. N., Mandang, J. H., & Kaunang, S. E. J. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Perilaku Konsumersime Pada Mahasiswa Fipp Unima. *Jurnal Psikopedia*, 5(3), 159–168.

Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 1–10.

Muchnisa, F., & Sulaiman. (2020). Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Kecemasan Konsumen Yang Berdampak Pada Pembelian Kompulsif Dan Dimediasi Oleh Eskapisme (Studi Kasus Pada Matahari Departement Store Di Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(1), 236–249.

Muharam, G. M., Sulistiya, D., Sari, N., Fahmy, Z., & Zikrinawati, K. (2023). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Kota Semarang (Studi Pada Konsumen TikTok Shop). *Jurnal Sunan Doe*, 1(8), 2985–3877.

Musdalifah, H., Baharuddin, D., & Saleh, A. (2024). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis dan Fashion Involvement Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online Dikota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 202–213.

Nalendra, A.R.A., dkk. (2021). *Statistika Seri Dasar dengan SPSS*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Nasution, J. T. A. (2024). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perasaan Fomo (Fear Of Missing Out) Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. In *Skripsi*. Universitas Medan Area.

Nubatonis, O. E., Jupri, A., & Mulyaning A, E. C. (2024). Interpretasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kemampuan Berpikir Aljabar. *Jambura Journal of*

Mathematics Education, 5(1), 16–28.

Nurazijah, M., Fitriani, S. L. N., & Rustini, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa. *Journal on Education*, 5(2), 2345–2352.

Oktarina, H., & Iskandar, A. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal ilmiah pena*, 14(01), 75–78.

Patandean, D., Rundupadang, H., & Limbongan, M. E. (2025). Pengaruh Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 6834–6844.

Riduwan. (2019). *Cara mudah penelitian untuk guru, karyawan dan peneliti pemula*. Bandung: Alfabeta.

Riduwan. (2020). *Belajar mudah penelitian untuk guru-karyawan dan peneliti pemula*. Bandung: Aphabet.

Riki, Kremer, H., Suratman, Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98–105.

Risdyanti, K. S., Faradiba, A. T., & Syihab, A. (2019). Peranan Fear of Missing Out Terhadap Problematic Social Media Use. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 3(1), 276.

Rizky, A., Mulyadi, D., & Sungkono. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Viral Di Media Sosial Pada Gen-Z (Studi Kasus Di Kabupaten Karawang). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 211(9), 211–219.

Sachiyati, M., Yanuar, D., & Nisa, U. (2023). Fenomena Kecanduan Media Sosial (Fomo) Pada Remaja Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, 8(4), 1–18.

Safitri, A. F., & Rinaldi, R. (2023). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Pembeli Barang Diskon Aplikasi Shopee.

Jurnal Hukum Islam dan Humaniora, 2(4), 727–737.

Salsabila, N. A. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Sampulawa, H., Asnawi, A., & Saununu, S. J. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO), Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumtif Kuliner Kekinian Mahasiswa. *Jurnal Manajaemen & Bisnis*, 8(2), 141–152.

Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., Saputra, E., Purwasih, R., & Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS* (Vera Manda). Jawa Tengah: CV. Pena Persada.

Simbolon, P., & Zebua, B. J. (2024). Gambaran Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Informasi Kesehatan STIKes Santa Elisabeth Medan. *Journal Of Social Science Research*, 4(4), 8676–8691.

Siregar, R. M., Susanti, N., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja di E-Commerce Shopee pada Masa Pandemi Dalam Perspektif Gender: *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 2(1), 115–128.

Sitorus, Z. (2024). *Panduan Praktis Analisis Statistik untuk Penelitian Skripsi, Thesis, dan Disertasi*. Medan: Pt Media Penerbit Indonesia.

Solikha, I. (2022). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Siswa SMP N X. 9(30701800061), 356–363.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (ed.)). Bandung: Alfabeta.

Suhartini, & Maharani, D. (2023). Peran Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Economics and*

Digital Business Review, 4(2), 349–356.

Sumantri, F. A., Matulessy, A., & Pratitis, N. (2024). Perilaku Fear Of Missing Out Pada Remaja Di Surabaya: Bagaimana Peran Konformitas? *Journal of Psychological Research: INNER*, 3(4), 498–505.

Supriadi, G. (2021). *Statistik Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.

Vonna, D. (2022). Perbedaan Kecenderungan FoMO (Fear of Missing Out) Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin pada Siswa di SMK 8. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Statistik* (I. A. Dianta (ed.)). Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

Wawo, A. B., Safaruddin, & Qalbi, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompet Elektronik Sebagai Alat Transaksi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 142–153.

Wibawati, I. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Kosmetik Merk Wardah (Studi Kasus di SMAN 38 Jakarta). *Contiguity: Jurnal Psikologi*, 20(1), 11–19.

Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Pangkalpinang: CV Science Techno Direct.

Wirasukessa, K., & Sanica, I. G. (2023). Fear of Missing Out Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 156–175.

Yaputri, M. S., Dimyati, D., Herdiansyah, H., Presiden, U., Telkom, U., Konsumtif, P., & Dimyati, D. (2022). Korelasi Antara Ketakutan Terhadap Fenomena Missing Out (FoMO) Dan Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial. *Journal of Sosial Sciences*, 1(4), 116–124.

Zahroh, S., Astuti, S. P., Kamalin, L. F. N. L., & Prawesti, U. K. (2025). Pengaruh

FOMO terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.pdf. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Bisnis*, 4(1), 8.