



PENGARUH *EXCESSIVE SOCIAL NETWORKING SITES USAGE, MATERIALISM, DAN FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA *MARKETPLACE PLATFORMS*



**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**NAMA: ANINDIA LARASATY AISAH
NIM: 43122010228**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



PENGARUH *EXCESSIVE SOCIAL NETWORKING SITES USAGE, MATERIALISM, DAN FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA *MARKETPLACE PLATFORMS*



**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

NAMA: ANINDIA LARASATY AISAH

NIM : 43122010228

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anindia Larasaty Aisah
NIM : 43122010228
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul :
“ PENGARUH *EXCESSIVE SOCIAL NETWORKING SITES USAGE, MATERIALISM, DAN FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA *MARKETPLACE PLATFORMS* ” adalah hasil karya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 4 April 2026



Anindia Larasaty Aisah

HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : ANINDIA LARASATY AISAH
NIM : 43122010228
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH EXCESSIVE SOCIAL NETWORKING SITES USAGE,
MATERIALISM, DAN FEAR OF MISSING OUT TERHADAP COMPULSIVE
BUYING PADA MARKETPLACE PLATFORMS
Hasil Pengecekan Turnitin : 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 21 April 2026

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/April/21/0000001005/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Anindia Larasaty Aisah
NIM : 43122010228
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : PENGARUH EXCESSIVE SOCIAL NETWORKING SITES USAGE, MATERIALISM, DAN FEAR OF MISSING OUT TERHADAP COMPULSIVE BUYING PADA MARKETPLACE PLATFORMS

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 26 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D NIDN/NUPTK: 0310018306

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D NIDN/NUPTK:
1018037701

LPTA-03266201



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA., Ph.D., atas bimbingan, arahan, inspirasi, motivasi, pengertian, dan doa restu yang telah dilimpahkan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan *staff* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah membantu memberikan arahan dan informasi mengenai perkuliahan.
6. Untuk keluarga penulis yang terdiri dari kedua orang tua penulis, Abang penulis, Kakak ipar penulis, ponakan penulis serta asisten dari kakak penulis dan asisten rumah tangga penulis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas segala dukungan yang tidak ternilai dari segi materi maupun ketulusan dan motivasi yang diberikan untuk penulis sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini.
7. Untuk Jordan yaitu kucing penulis yang sudah bertahan hidup melawan penyakitnya sehingga memberikan penulis semangat untuk menulis skripsi ini.

8. Untuk teman terdekat penulis semasa kuliah yaitu : Wanda Khairunnisa, Ghina Shakira, Diva Syavira Hendarto, Fidela Lathifah Ananda, Cindy Nadya Putri, Asrori Ros Alanawa, Muhammad Raka Alghifari dan Aldisesa Wibowo. Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan motivasi selama masa perkuliahan berjalan.
9. Untuk teman satu bimbingan penulis yaitu Widia Nurainy, penulis menyampaikan terima kasih atas kesediaannya dalam menemani dan memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.
10. Untuk sahabat penulis Diva Salsabila, Talita Rahmawati, Nadia Rahma Putri. Penulis berterima kasih atas waktu yang sudah di luangkan untuk memberikan motivasi yang berharga bagi keberlangsungan kegiatan perkuliahan selama ini hingga penulis bisa menyusun skripsi ini.
11. Untuk para mentor penulis semasa menjalani praktek kerja di Policy and Procedure Group BRI yaitu Mas Bondan Pradiktyo Utomo, Mas Ryan Siswara, Mas Risky Meisar Yeremias serta Sekretaris Policy and Procedure Group yaitu Ka Riviani.
12. Serta para teman seangkatan Manajemen 2022 Kampus Meruya yang tidak bisa di sebutkan satu persatu oleh penulis. Penulis menyampaikan terima Kasih atas kerja sama, motivasi serta doanya.

Penulis hanyalah manusia biasa, sehingga penulis masih menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh dari itu, penulis mengharapkan pemberian saran dan kritik dalam segala bentuk yang bisa membangun dari berbagai pihak.

Atas kerendahan hati dan ketulusan jiwa, penulis menyampaikan permohonan maaf jika masih terdapat kesalahan dan kelemahan pada proposal skripsi ini. Akhir kata, penulis mengharapkan jika skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dari berbagai kalangan untuk dijadikan acuan dalam menambah ilmu pengetahuan.

Jakarta, 6 April 2026

Anindia Larasaty Aisah

NIM : 43122010228

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Anindia Larasaty Aisah
NIM : 43122010228
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH EXCESSIVE SOCIAL NETWORKING SITES USAGE, MATERIALISM, DAN FEAR OF MISSING OUT TERHADAP COMPULSIVE BUYING PADA MARKETPLACE PLATFORMS.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non – Eksklusif (Non – exclusive Royalty – Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non – Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format – kan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (database), merawat, dan mempublikasi Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 6 April 2026

Yang menyatakan,



(Anindia Larasaty
Aisah)

PENGARUH *EXCESSIVE SOCIAL NETWORKING SITES USAGE, MATERIALISM, DAN FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA *MARKETPLACE PLATFORMS*

ANINDIA LARASATY AISAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *variable Excessive social networking sites usage, materialism* dan *fear of missing out* terhadap *compulsive buying* pada generasi Z pengguna *marketplace platforms*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa/I di dua provinsi yaitu DKI Jakarta dan DI Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini yaitu mahasiswa/I di dua provinsi yaitu DKI Jakarta dan DI Yogyakarta. dengan rentang usia 17 – 23 tahun pengguna *marketplace platforms* sebanyak 207 responden yang sudah di hitung menggunakan software G*Power versi 3.1.9.4. dengan menggunakan parameter *statistic* yang sudah ditentukan oleh Hair. Metode pengumpulan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan cara *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* . Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan metode survey dengan instrumen pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan ialah *Partial Least Square (PLS)* dengan software SMART PLS versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Excessive social networking sites usage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying* pada generasi Z pengguna *marketplace platforms*, *materialism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying* pada generasi Z pengguna *marketplace platforms* dan *fear of missing out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *compulsive buying* pada generasi Z pengguna *marketplace platforms*.

Kata Kunci : *Excessive Social Networking Sites Usage, Materialism, Fear of Missing Out, Compulsive Buying, Generasi Z*

PENGARUH *EXCESSIVE SOCIAL NETWORKING SITES USAGE, MATERIALISM, DAN FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP *COMPULSIVE BUYING* PADA *MARKETPLACE PLATFORMS*

ANINDIA LARASATY AISAH

ABSTRACT

*This research aims to examine and analyse the influence of the variables excessive social networking sites usage, materialism, and fear of missing out on compulsive buying among Generation Z users of marketplace platforms. The population used in this study consists of students from two provinces, namely DKI Jakarta and DI Yogyakarta. The sample in this study consists of students from two provinces, namely DKI Jakarta and DI Yogyakarta, with an age range of 17 – 23 years, marketplace platform users, totalling 207 respondents, calculated using G*Power version 3.1.9.4 software, with statistical parameters determined by Hair. The sampling method used in this study is non-probability sampling with purposive sampling technique. The data collection method in this study is using a survey method with data collection instruments through the distribution of questionnaires. The data analysis method used is Partial Least Square (PLS) with SMART PLS version 4.0 software. The results of this study indicate that excessive social networking sites usage has a positive and significant effect on compulsive buying among Generation Z users of marketplace platforms, materialism has a positive and significant effect on compulsive buying among Generation Z users of marketplace platforms, and fear of missing out has a positive and significant effect on compulsive buying among Generation Z users of marketplace platforms.*

Keywords : *Excessive Social Networking Sites Usage, Materialism, Fear of Missing Out, Compulsive Buying, Generation Z*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
A. Kajian Pustaka	17
1. Perilaku Konsumen	17
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
b. Faktor Perilaku Konsumen	18
2. <i>Social Comparison Theory</i>	20
3. <i>Excessive Social Networking Sites Usage</i>	23
a. Pengertian <i>Excessive Social Networking Sites Usage</i>	23
b. Faktor – Faktor <i>Excessive Social Networking Sites Usage</i> .	24
c. Indikator <i>Excessive Social Networking Sites Usage</i>	25
4. <i>Materialism</i>	26

a.	Pengertian <i>Materialism</i>	26
b.	Faktor – faktor <i>Materialism</i>	29
c.	Indikator <i>Materialism</i>	29
5.	<i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i>	30
a.	Pengertian <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	30
b.	Faktor yang mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i>	31
c.	Indikator <i>Fear of Missing Out</i>	32
6.	<i>Compulsive Buying</i>	32
a.	Pengertian <i>Compulsive Buying</i>	32
b.	Indikator <i>Compulsive Buying</i>	34
7.	Penelitian Terdahulu.....	35
B.	Pengembangan Hipotesis.....	42
1.	Pengaruh <i>Excessive Social Networking Sites Usage Terhadap Compulsive Buying di Marketplace platforms</i>	42
2.	Pengaruh <i>Materialism Terhadap Compulsive Buying di Marketplace platforms</i>	42
3.	Pengaruh <i>Fear of Missing Out Terhadap Compulsive Buying di Marketplace platforms</i>	43
4.	Kerangka Pemikiran	44
BAB III	METODE PENELITIAN	46
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	46
B.	Desain Penelitian	46
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	47
1.	Definisi Variabel	48
a)	Variabel Dependen	48
b)	Variabel Independen.....	48
2.	Operasionalisasi Variabel.....	50
D.	Skala Pengukuran Variabel.....	53
E.	Populasi dan Sampel	54
1.	Populasi	54
2.	Sampel	57

F. Metode Pengumpulan Data.....	58
G. Metode Analisis Data.....	60
1. Analisis Deskriptif.....	60
2. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	61
3. Langkah – Langkah Pengujian PLS	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	67
B. Statistik Deskriptif.....	68
1. Deskriptif Responden	69
a. Responden berdasarkan Usia	69
b. Responden berdasarkan jenis kelamin.....	71
c. Responden berdasarkan domisili	72
d. Responden berdasarkan asal universitas.....	73
e. Responden berdasarkan pengeluaran perbulan di <i>marketplace platform</i>	75
f. Responden berdasarkan <i>platforms marketplace</i>	78
2. Deskripsi Variabel	80
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	84
1. <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	84
a. Hasil Pengujian <i>Loading Factor</i>	84
b. Pengujian <i>Reliability</i>	86
c. Pengujian <i>Convergent Validity</i>	87
d. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	88
e. Hasil Pengujian <i>Collinearity Statistics (VIF)</i>	89
f. Hasil Pengujian Model Fit.....	90
2. <i>Structural Model (Inner Model)</i>	92
a. R – Square (R^2)	92
b. Nilai Effect Size (F^2).....	93
c. Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	94
d. Uji Hipotesis	95
D. Pembahasan Hasil Penelitian	99

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	109
A. Simpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	126



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra survey pada Generasi Z Pengguna Platforms Marketplace	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	51
Tabel 3. 2 Skala Likert	54
Tabel 4. 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4. 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4. 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili	73
Tabel 4. 4. Deskripsi Responden Berdasarkan Universitas	75
Tabel 4. 5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	76
Tabel 4. 6. Deskripsi Responden Berdasarkan Platforms Marketplace	79
Tabel 4. 7. Deskripsi Variabel Excessive Social Networking Sites Usage Berdasarkan Jawaban Responden	80
Tabel 4. 8. Deskripsi Variabel Materialism Berdasarkan Jawaban Responden	81
Tabel 4. 9. Deskripsi Variabel Fear of Missing Out Berdasarkan Jawaban Responden	82
Tabel 4. 10. Deskripsi Variabel Compulsive Buying Berdasarkan Jawaban Responden	83
Tabel 4. 11. Hasil Nilai Loading Factor	85
Tabel 4. 12. Hasil Pengujian Reliability	86
Tabel 4. 13. Hasil Pengujian Validity	87
Tabel 4. 14. Hasil Discriminant Validity (HTMT Ratio)	88
Tabel 4. 15. Hasil Pengujian Collinearity Statistics	89
Tabel 4. 16. Hasil Pengujian Model Fit	90
Tabel 4. 17. Hasil Uji Nilai R - Square	93
Tabel 4. 18. Hasil Nilai Effect Size (F ²)	93
Tabel 4. 19. Hasil Q – Square (Q ²)	95
Tabel 4. 20. Hasil Uji Hipotesis	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proyeksi Pertumbuhan Pengguna E - commerce di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Penjualan pada Marketplace di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Jumlah Kunjungan Marketplace di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	44
Gambar 3. 1 Jumlah Perguruan Tinggi di DKI Jakarta	55
Gambar 3. 2 Jumlah Perguruan Tinggi di DI Yogyakarta	55
Gambar 4. 1. Hasil Uji Measurement Model	91
Gambar 4. 2. Hasil Output Bootstrapping	98



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

126

