



**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FoMO) TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *SELF-CONTROL* SEBAGAI MEDIATOR PADA
PENGGEJAR K-POP DI MEDIA SOSIAL**



SKRIPSI

FAHRA FARIDA

46121010149

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA MENTENG
JAKARTA
2025**



**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FoMO) TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *SELF-CONTROL* SEBAGAI MEDIATOR PADA
PENGGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

FAHRA FARIDA

46121010149

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA MENTENG
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fahra Farida

NIM : 46121010149

Program Studi : Psikologi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *Impulsive Buying* dengan *Self-Control* sebagai Mediator pada Penggemar K-Pop di Media Sosial

Menyatakan bahawa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah salah nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 25 Agustus 2025


Fahra Farida

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fahra Farida
NIM : 46121010149
Program Studi : Psikologi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Impulsive Buyinga dengan Self-Control sebagai Mediator pada Penggemar K-Pop di media sosial

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dian Misrawati, M.Psi., Psikolog
NIDN : 1021118602

()

Ketua Penguji : Winy Nila Wisudawati, M.Psi., Psikolog
NIDN : 0328058902

()

Penguji I : Ade Ubaidah, M.Psi., Psikolog
NIDN : 0315068006

()

Jakarta, 28 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi



Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D.

Ketua Program Studi Psikologi



Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Penulisan Laporan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada program studi Psikologi di Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan Laporan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Ph.D selaku Dekan Fakultas Psikologi.
3. Ibu Yenny, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi.
4. Ibu Kharisma Riskinanti, M.Psi., Psikologi selaku Ketua Program Studi Psikologi.
5. Ibu Dian Misrawati, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Indra Kusuma, M.Si selaku Dosen *Reviewer* Seminar Proposal Tugas Akhir atas Masukannya.
7. Bapak Ahmad Naufalul Umam, M.Si dan Ibu Miftakhul Nuuril Azizah, MA selaku Dosen *Reviewer* Alat Ukur Penelitian/*Expert Judgement*.
8. Ibu Winy Nila Wisudawati, M.Psi., Psikolog selaku Ketua Sidang Tugas Akhir.
9. Ibu Ade Ubaidah, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Penguji Tugas Akhir atas koreksi, arahan, saran serta masukannya.
10. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Psikologi yang telah memberikan ilmu, mendidik, dan membimbing penulis selama perkuliahan dari awal sampai akhir.

11. Seluruh Staf Tata Usaha atas segala bentuk layanan administrasi dan kesediaan waktu dalam melayani berkas untuk syarat Tugas Akhir.
12. Kepada orang tua tercinta, terima kasih sudah selalu mendoakan, memberikan dukungan, sekaligus sudah percaya kepada penulis.
13. Kepada diri sendiri. Terima kasih karena tidak menyerah untuk menyelesaikan skripsi yang tidak gampang ini.
14. Kepada seluruh responden terkhusus penggemar K-Pop yang telah meluangkan waktunya untuk berkontribusi dalam Skripsi ini.
15. Kepada teman-teman seperjuangan skripsi, Alya, Amel, Intan, Hira, dan Zahra yang selalu memberikan semangat sekaligus berbagi ilmu mengenai skripsi dengan penulis. Kalian sangat berarti di masa-masa senang maupun kritis tanpa adanya kalian mungkin penulis akan bingung dan *hopeless*.
16. Kepada Cebong yang beranggotakan Nurseha, Angel, Qia, Nur, Ida, Kay, Ka desi, Ka Aura, Ka Ana, dan Ka Dini yang selalu menghibur, melepas penat dan stres dikala keruwetan menyusun skripsi.
17. Kepada Caleb, Sylus, Rafayel, Zayne, Xavier, serta seluruh member SEVENTEEN terkhususnya Jeon Wonwoo, Kim Mingyu, dan Choi Seungcheol yang sudah menghibur penulis sekaligus memberikan *emotional support* dikala pusingnya menyusun skripsi.
18. Serta, kepada teman-teman lainnya yang bersedia membantu penulis untuk keberhasilan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Laporan Skripsi ini membawa manfaat bagi perkembangan ilmu.

Jakarta, 24 Agustus 2025

Fahra Farida

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fahra Farida
NIM : 46121010149
Program Studi : Psikologi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *Impulsive Buying* dengan *Self-Control* sebagai Mediator pada Penggemar K-Pop di Media Sosial

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 diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Agustus 2025

Yang Menyatakan


76A34ANX034026040
(Fahra Farida)

ABSTRAK

Nama : Fahra Farida
NIM : 46121010149
Program Studi : Psikologi
Judul Skripsi : Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *Impulsive Buying* dengan *Self-Control* sebagai Mediator pada Penggemar K-Pop di Media Sosial
Pembimbing : Dian Misrawati, M.Psi., Psikologi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap *impulsive buying* dengan mempertimbangkan peran *self-control* sebagai variabel mediasi pada penggemar K-Pop yang aktif di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner daring. Instrumen yang digunakan meliputi *Online FoMO Scale* (Sette dkk., 2019), *Brief Self-Control Scale* (Tangney dkk., 2004), dan *Impulsive Buying Tendency Scale* (Verplanken & Herabadi, 2001). Subjek penelitian berusia 18–25 tahun dan tergabung dalam *fandom* K-Pop. Analisis data dilakukan dengan regresi berganda serta uji mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *impulsive buying*, sementara *self-control* berpengaruh negatif signifikan terhadap *impulsive buying*. Selain itu, *self-control* terbukti memediasi pengaruh FoMO terhadap *impulsive buying*. Temuan ini menegaskan bahwa *self-control* berperan sebagai mekanisme protektif penting dalam menahan dorongan konsumtif impulsif di kalangan penggemar K-Pop pada era digital.

Kata Kunci: FoMO, *self-control*, *impulsive buying*, penggemar K-Pop, media sosial, mediasi.

ABSTRACT

Name : Fahra Farida
NIM : 46121010149
Study Program : Psychology
Thesis Title : *The Influence of Fear of Missing Out (FoMO) on Impulsive Buying with Self-Control as a Mediator among K-Pop Fans on Social Media.*
Counsellor : Dian Misrawati, M.Psi., Psikolog

This study aims to analyze the influence of Fear of Missing Out (FoMO) on impulsive buying, with a particular focus on the mediating role of self-control among K-Pop fans who are active on social media. The research employed a quantitative survey approach, with data collected through an online questionnaire. The instruments used included the Online FoMO Scale (Sette et al., 2019), the Brief Self-Control Scale (Tangney et al., 2004), and the Impulsive Buying Tendency Scale (Verplanken & Herabadi, 2001). Participants were early adults aged 18–25 years who identified as K-Pop fans. Data were analyzed using multiple regression and mediation analysis. The results revealed that FoMO did not have a direct significant effect on impulsive buying, while self-control had a significant negative effect on impulsive buying. Furthermore, self-control was found to mediate the relationship between FoMO and impulsive buying, indicating that the impact of FoMO on impulsive buying is more likely to occur when individuals have lower self-control. These findings highlight the crucial role of self-control as a protective mechanism against impulsive consumption behaviors in the digital fandom environment.

Keywords: *Fear of Missing Out (FoMO), self-control, impulsive buying, K-Pop fans, social media, mediation.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 <i>Impulsive Buying</i>	7
2.1.1 Definisi <i>Impulsive Buying</i>	7
2.1.2 Dimensi <i>Impulsive Buying</i>	8
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Impulsive Buying</i>	8
2.1.4 Dampak dari <i>Impulsive Buying</i>	9
2.2 <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	11

2.2.1 Definisi <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	11
2.2.2 Dimensi <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	12
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	13
2.3 <i>Self-Control</i>	14
2.3.1 Definisi <i>Self-Control</i>	14
2.3.2 Dimensi <i>Self-Control</i>	15
2.3.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi <i>Self-Control</i>	16
2.4 Penelitian Terdahulu.....	17
2.5 Dinamika Penelitian	22
2.6 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Variabel Penelitian	25
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	25
3.3 Definisi Operasional Variabel	25
3.3.1 <i>Impulsive Buying</i>	25
3.3.2 <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	25
3.3.3 <i>Self-Control</i>	26
3.4 Subjek Penelitian	26
3.4.1 Populasi Penelitian.....	26
3.4.2 Sampel Penelitian.....	27
3.4.3 Teknik Sampling	27
3.5 Metode dan Alat Pengumpulan Data Penelitian.....	28
3.5.1 Alat Ukur <i>Impulsive Buying</i>	28
3.5.2 Validitas <i>Impulsive Buying</i>	28

3.5.3 Reliabilitas <i>Impulsive Buying</i>	29
3.5.4 Adaptasi <i>Impulsive Buying</i>	31
3.5.5 Skoring dan Norma <i>Impulsive Buying</i>	31
3.5.6 Alat Ukur <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	31
3.5.7 Validitas <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	32
3.5.8 Reliabilitas <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	33
3.5.9 Adaptasi <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	34
3.5.10 Skoring dan Norma <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	35
3.5.11 Alat Ukur <i>Self-Control</i>	35
3.5.12 Validitas <i>Self-Control</i>	36
3.5.13 Reliabilitas <i>Self-Control</i>	37
3.5.14 Adaptasi <i>Self-Control</i>	38
3.5.15 Skoring dan Norma <i>Self-Control</i>	38
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Analisis Deskriptif	38
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.3 Uji Hipotesis	39
3.6.4 Uji Analisis Tambahan.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Subjek	41
4.2 Analisis Deskriptif dan Kategorisasi	44
4.3 Uji Asumsi Klasik	46
4.3.1 Uji Normalitas.....	46
4.3.2 Uji Linearitas.....	46
4.3.3 Uji Multikolinearitas	47
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	47

4.4 Uji Hipotesis	47
4.4.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	47
4.4.2 Uji Mediator	48
4.5 Hasil Uji Analisis Tambahan.....	50
4.5.1 Hasil Uji Korelasi Matriks Antar Dimensi	50
4.6 Diskusi dan Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	57
5.2.1 Saran Teoritis	57
5.2.2 Saran Praktis	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 <i>Blueprint Impulsive Buying Tendency Scale</i>	28
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Skala <i>Impulsive Buying Tendency Scale</i>	29
Tabel 3.3 <i>Corrected Item Total Correlation</i> Skala IBTS.....	30
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 3.5 <i>Blueprint Online Fear of Missing Out Scale (ON-FoMO)</i>	32
Tabel 3.6 <i>Corrected Item Total Correlation</i> Skala ON-FoMO	33
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 3.8 <i>Blueprint BSCS</i>	35
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Skala BSCS.....	36
Tabel 3.10 <i>Corrected Item Total Correlation</i> BSCS.....	37
Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Data Usia	41
Tabel 4.3 Data Aktivitas Utama/Kesibukan.....	42
Tabel 4.4 Data Penghasilan	42
Tabel 4.5 Lama Masuk dalam <i>Fandom K-Pop</i>	43
Tabel 4.6 Intensitas Membuka Sosial Media	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskriptif	44
Tabel 4.8 Kategorisasi Hipotetik <i>Impulsive Buying</i>	45
Tabel 4.9 Kategorisasi Hipotetik <i>Fear of Missing Out</i>	45
Tabel 4.10 Kategorisasi Hipotetik <i>Self-Control</i>	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas <i>Impulsive Buying</i> dan <i>Fear of Missing Out</i>	46

Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas <i>Impulsive Buying</i> dan <i>Self-Control</i>	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Model Summary</i>	47
Tabel 4.17 <i>Coefficient</i> (Uji t) Uji Regresi Linear Berganda	48
Tabel 4.18 Hasil Uji Mediator.....	48
Tabel 4.19 Hasil Uji Korelasi Matriks Antara Dimensi FoMO dengan Dimensi <i>Impulsive Buying</i>	50
Tabel 4.20 Hasil Korelasi Matriks Antara Dimensi <i>Self-Control</i> dengan <i>Impulsive Buying</i>	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	24
Gambar 3.1 Hasil analisis penentuan sampel.....	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 2: <i>Expert Judgement</i>	66
Lampiran 3: Validitas dan Reliabilitas	75
Lampiran 4: Uji Normalitas Residual	78
Lampiran 5: Uji Linearitas	78
Lampiran 6: Uji Multikolinearitas	79
Lampiran 7: Uji Heteroskedastisitas	79
Lampiran 8: Uji Regresi Linear Berganda	80
Lampiran 9: Uji Mediator	81
Lampiran 10: Uji Korelasi Matriks Antar Dimensi	84
Lampiran 11: TABEL <i>AIKEN'S V</i>	85

