

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP  
*ONLINE IMPULSIVE BUYING* PADA PRODUK FASHION  
(Studi Pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo  
Kabupaten Kediri)**

**SKRIPSI**

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi S.E.



Oleh :

**NABILA ELSIKA REZATU**

**21401020**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
IAIN KEDIRI**

**2025**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP  
*ONLINE IMPULSIVE BUYING* PADA PRODUK FASHION**

**(Studi Pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo**

**Kabupaten Kediri)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

untuk memenuhi salah satu persyaratan

dalam menyelesaikan program Sarjana

**Oleh:**

**Nabila Elsika Rezatu**

**21401020**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**IAIN KEDIRI**

**2025**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi dengan Judul

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP  
*ONLINE IMPULSIVE BUYING* PADA PRODUK FASHION**

**(Studi Pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo  
Kabupaten Kediri)**

Ditulis Oleh

**NABILA ELSIKA REZATU**

**21401020**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing I**



**Mundhori, ME**  
**NIP. 19870222 2019031004**

**Pembimbing II**



**Siska Yulia Weny, M.Ak**  
**NIP. 199207082019032018**

## NOTA DINAS

Kediri, 7 Mei 2025

Lampiran : 4 (empat berkas)  
Perihal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Jalan Sunan Ampel No.7, Ngronggo, Kota Kediri

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Memenuhi permintaan Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nabila Elsika Rezatu  
NIM : 21401020  
Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle* dan *Fear Of Missing Out* Terhadap *Online Impulsive Buying* Pada Produk Fashion ( Studi Pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri)

Setelah memperbaiki materi serta susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir (munaqosah) Sarjana Strata Satu (S-1). Bersama ini kami lampiran berkas naskah skripsi, dengan harapan dapat kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

**Pembimbing I**



**Mundhori, M.E**  
**NIP. 19870222 2019031004**

**Pembimbing II**



**Siska Yulia Weny, M.Ak**  
**NIP. 199207082019032018**

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 28 Mei 2025

Lampiran : 4 (empat berkas)  
Perihal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Jalan Sunan Ampel No.7, Ngronggo, Kota Kediri

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Memenuhi permintaan Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nabila Elsika Rezatu  
NIM : 21401020  
Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle* dan *Fear Of Missing Out* Terhadap *Online Impulsive Buying* Pada Produk Fashion ( Studi Pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi serta susunannya sesuai dengan bebara petunjuk dan tuntunan yang diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 21 Mei 2025 kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya. Demikian agarmaklum adanya. Bersama ini kami lampiran berkas naskah skripsi, dengan harapan dapat kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

**Pembimbing I**



**Mundhori, M.E**  
NIP. 198702222019031004

**Pembimbing II**



**Siska Yulia Weny, M.Ak**  
NIP. 199207082019032018

## HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP  
*ONLINE IMPULSIVE BUYING* PADA PRODUK FASHION  
(Studi Pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo  
Kabupaten Kediri)**

### SKRIPSI

Nabila Elsika Rezatu

21401020

Telah diujikan didepan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut  
Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 21 Mei 2025

### TIM PENGUJI

**1. Penguji Utama**

Mahfudhotin, M.Si.  
NIP. 199310032019032010

()  
.....)

**2. Penguji I**

Mundhori, M.E.  
NIP. 198702222019031004

()  
.....)

**3. Penguji II**

Siska Yulia Weny, M.Ak.  
NIP. 199207082019032018

()  
.....)

Kediri, 28 Mei 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)



## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Elsika Rezatu

NIM : 21401020

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar benar tulisan saya dan bukan plagiat baik sebagian maupun seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 28 Mei 2025

Yang membuat Pernyataan



Handwritten signature of Nabila Elsika Rezatu.

Nabila Elsika Rezatu  
NIM 21401020

## MOTTO

يُسْرًا أَوْ الْغُسْرَ مَعَ إِنَّ هُوَ يُسْرًا الْغُسْرَ مَعَ فَإِنَّ

Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

(Q.S Al-Insyirah 5-6)

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

Barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka ia akan berhasil

*“The best Preparation for tomorrow is being ur best today”*

-Jackson Brown-

"Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit Jadi, jangan mudah menyerah."

-Joko Widodo-

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur atas rahmat dan karunia Allah Swt., peneliti akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Pertama, untuk Kakek saya Alm. Jumiran yang paling saya rindukan dan berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah. Terima kasih untuk segala perhatian, kasih sayang, dan cinta tulus yang diberikan. Dan untuk Nenek tercinta, Rusini yang hingga kini tetap setia mendampingi dengan doa, kasih sayang, dan kekuatan yang tak pernah padam,
2. Untuk Ayah Sapari dan Ibu Mujiatun tercinta, terima kasih atas setiap pengorbanan yang tak ternilai sehingga bisa mengantarkan saya sampai di titik ini.
3. Adik saya, Ivana Aurea Azzahdha terima kasih sudah jadi bagian penting dalam perjalanan ini.
4. Dosen Pembimbing saya, Bapak Mundhori, M.E. dan Ibu Siska Yulia Weny, M.Ak yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Teman terbaik saya Lutvi Nur Aida dan Anggun Putri Firdiana yang telah membantu dan menemani setiap proses penulisan skripsi ini.
6. Tiara Melinda Zahra, Sayyidati Kumala Sari, Alfi Durrotun Naimah dan Niken Maharani Septiana terima kasih atas kebersamaan yang diberikan selama ini.
7. Untuk Sepupu saya Fara Nurmasitoh yang telah membantu di saat saya butuhkan dan Nadiatul Zanah terima kasih atas saran, masukan, dan dukungan yang diberikan.
8. Untuk teman-teman dalam grup "KRS" dan "Tapos" terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan Kerjasama selama menjalani kehidupan perkuliahan.
9. *Last but not least*, untuk diri saya sendiri, terima kasih atas ketekunan, perjuangan, dan keberanian untuk tidak menyerah meski dihadapkan dengan berbagai tantangan.

## ABSTRAK

**NABILA ELSIKA REZATU**, Dosen Pembimbing Mundhori, M.E. dan Siska Yulia Weny, M.Ak. Pengaruh *Lifestyle* dan *Fear Of Missing Out* Terhadap *Online Impulsive Buying* pada Produk Fashion (Studi Pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri). Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri 2025.

Kata Kunci: *Lifestyle*, *Fear Of Missing Out*, *Online Impulsive Buying*, Produk Fashion, Gen Z

*Online impulsive buying* adalah perilaku membeli secara tiba-tiba tanpa perencanaan yang banyak dijumpai pada Generasi Z. Generasi ini sangat terhubung dengan teknologi dan media social sehingga lebih mudah terpengaruh oleh tren yang berkembang cepat. Produk fashion di platform *e-commerce* seperti Shopee sering menjadi target pembelian impulsif karena ditawarkan dengan visual menarik, diskon terbatas, dan mengikuti tren terkini.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kausal. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 150 orang yang merupakan Gen Z pengguna Shopee di Desa Jugo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner dengan Skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* dan *Fear Of Missing Out* terhadap *online impulsive buying*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara variabel *Lifestyle* ( $X_1$ ) dan variabel *Fear Of Missing Out* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *online impulsive buying* pada produk *fashion*. Pada uji F, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif secara online. Dari analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan  $Y = 13,973 + 0,465X_1 + 0,424X_2$ . Sedangkan nilai determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,583, yang berarti bahwa pengaruh *Lifestyle* dan *Fear Of Missing Out* terhadap *online impulsive buying* adalah sebesar 58,3%. Sisanya sebesar 41,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Lifestyle* dan *Fear Of Missing Out* Terhadap *Online Impulsive Buying* pada Produk Fashion (Studi Pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri). Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, para sahabatnya, kepada umatnya hingga akhir zaman. Amin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Sarjana Strata Satu (S-1) di Institut Agama Islam Negeri Kediri. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam M. Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Kediri
2. Bapak Imam Annas Mushlihin, M. HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri
3. Ibu Nuril Hidayati, S. Fil.I, M. Hum., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri
4. Bapak Mundhori, M.E., selaku dosen pembimbing I dan Ibu Siska Yulia Weny, M.Ak., selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, arahan dan do’a sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Kediri yang telah memberikan ilmunya selama penulis menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri Kediri
6. Bapak Suminto selaku Kepala Desa Jugo, Kecamatan Mojo, Kabupaten Kediri yang telah memberikan izin serta dukungan penuh selama proses penelitian berlangsung.
7. Teman-teman angkatan tahun 2021 di Institut Agama Islam Negeri Kediri, khususnya Prodi Ekonomi Syariah yang telah memberikan motivasi dan dukungan moril, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian penulis dengan jujur dan penuh tanggung jawab.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dengan pahala yang berlipat ganda. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis menyerahkan segala usaha dan hasil. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi semua pembaca.

Kediri, 28 Mei 2025  
Penulis

Nabila Elsika Rezatu  
21401020

## DAFTAR ISI

|                                                     |             |
|-----------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                          | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>                    | <b>ii</b>   |
| <b>NOTA DINAS .....</b>                             | <b>iii</b>  |
| <b>NOTA PEMBIMBING .....</b>                        | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                      | <b>v</b>    |
| <b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....</b>       | <b>vi</b>   |
| <b>MOTTO.....</b>                                   | <b>vii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>                    | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                 | <b>ix</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                          | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                             | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                           | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                           | <b>xvi</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                        | <b>xvii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                      | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang .....                             | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....                            | 14          |
| C. Tujuan Penelitian.....                           | 14          |
| D. Manfaat Penelitian.....                          | 15          |
| E. Telaah Pustaka.....                              | 16          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>                   | <b>21</b>   |
| A. Teori Perilaku Konsumen .....                    | 21          |
| 1. Definisi Perilaku Konsumen .....                 | 21          |
| 2. Model Perilaku Konsumen.....                     | 22          |
| 3. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..... | 24          |
| B. <i>Online Impulsive Buying</i> .....             | 25          |
| 1. Definisi <i>Impulsive Buying</i> .....           | 25          |
| 2. Jenis Jenis <i>Impulsive Buying</i> .....        | 26          |
| 3. Indikator <i>Impulsive Buying</i> .....          | 27          |
| C. <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup).....               | 28          |
| 1. Pengertian <i>Lifestyle</i> .....                | 28          |
| 2. Faktor yang mempengaruhi <i>Lifestyle</i> .....  | 29          |
| 3. Indikator <i>Lifestyle</i> .....                 | 30          |
| D. <i>Fear Of Missing Out</i> (FoMo).....           | 31          |
| 1. Pengertian <i>Fear Of Missing Out</i> .....      | 31          |

|                                                                                                                                                            |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2. Faktor yang mempengaruhi <i>Fear Of Missing Out</i> .....                                                                                               | 32         |
| 3. Indikator <i>Fear Of Missing Out</i> .....                                                                                                              | 33         |
| E. Hubungan Antar Variabel .....                                                                                                                           | 34         |
| 1. Hubungan <i>Lifestyle</i> pada <i>Online Impulsive Buying</i> .....                                                                                     | 34         |
| 2. Hubungan <i>Fear Of Missing Out</i> pada <i>Online Impulsive Buying</i> .....                                                                           | 35         |
| 3. Hubungan <i>Lifestyle</i> dan <i>Fear Of Missing Out</i> pada <i>Online Impulsive Buying</i> ..                                                         | 35         |
| F. Hipotesis Penelitian .....                                                                                                                              | 36         |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                                                                                                     | <b>38</b>  |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....                                                                                                                   | 38         |
| B. Lokasi Penelitian .....                                                                                                                                 | 38         |
| C. Populasi dan Sampel .....                                                                                                                               | 38         |
| D. Variabel Penelitian .....                                                                                                                               | 41         |
| E. Definisi Operasional .....                                                                                                                              | 42         |
| F. Teknik Pengumpulan Data .....                                                                                                                           | 45         |
| G. Instrumen Penelitian .....                                                                                                                              | 46         |
| H. Teknik Analisis Data .....                                                                                                                              | 46         |
| <b>BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN DATA .....</b>                                                                                                           | <b>54</b>  |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                                                                                                                   | 54         |
| B. Deskripsi Responden .....                                                                                                                               | 60         |
| C. Analisis Data .....                                                                                                                                     | 63         |
| <b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>                                                                                                                              | <b>84</b>  |
| A. <i>Lifestyle</i> pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri .....                                                          | 84         |
| B. <i>Fear Of Missing Out</i> pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri .....                                                | 89         |
| C. <i>Online Impulsive Buying</i> pada Gen Z Pengguna Shopee di Desa Jugo Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri .....                                            | 95         |
| D. Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap perilaku <i>Online Impulsive Buying</i> pada Gen Z pengguna Shopee di Desa Jugo .....                                | 102        |
| E. Pengaruh <i>Fear Of Missing Out</i> terhadap perilaku <i>Online Impulsive Buying</i> pada gen Z pengguna Shopee di Desa Jugo. ....                      | 104        |
| F. Pengaruh <i>Lifestyle</i> dan <i>Fear Of Missing Out</i> terhadap perilaku <i>Online Impulsive Buying</i> pada Gen Z pengguna Shopee di Desa Jugo. .... | 106        |
| <b>BAB IV PENUTUP .....</b>                                                                                                                                | <b>108</b> |
| A. Kesimpulan .....                                                                                                                                        | 108        |
| B. Saran .....                                                                                                                                             | 108        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                                                                | <b>110</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                                                                      | <b>118</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Data Perbandingan Jumlah Penduduk dan Generasi Z .....                 | 8  |
| Tabel 1. 2 Platform E-Commerce Yang Paling Banyak Digunakan Gen Z Desa Jugo ..... | 9  |
| Tabel 1. 3 Faktor Yang Mempengaruhi Gen Z di Desa Jugo .....                      | 10 |
| Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Gen Z Usia 18-25 Tahun.....                            | 39 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel $X_1$ <i>Lifestyle</i> .....             | 43 |
| Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel $X_2$ <i>Fear Of Missing Out</i> .....   | 43 |
| Tabel 3.4 Definisi Operasional Y <i>Online Impulsive Buying</i> .....             | 44 |
| Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Desa Jugo .....                                        | 57 |
| Tabel 4. 2 Komposisi Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia .....                       | 57 |
| Tabel 4. 3 Komposisi Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan.....                  | 57 |
| Tabel 4. 4 Komposisi Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan.....                   | 58 |
| Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                              | 60 |
| Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Usia .....                                       | 60 |
| Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....                            | 61 |
| Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Penghasilan .....                                | 62 |
| Tabel 4. 9 Frekuensi Belanja Responden .....                                      | 62 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i> .....                   | 64 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Fear Of Missing Out</i> .....         | 64 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Impulsive Buying</i> .....     | 65 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Lifestyle</i> .....                | 66 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Fear Of Missing Out</i> .....      | 66 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas <i>Online Impulsive Buying</i> .....           | 66 |
| Tabel 4. 16 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....                              | 67 |
| Tabel 4. 17 Kategorisasi Analisis Deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i> .....      | 68 |

|                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4. 18 Hasil Kategorisasi Variabel <i>Lifestyle</i> .....                            | 69  |
| Tabel 4. 19 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Fear Of Missing Out</i> ..... | 70  |
| Tabel 4. 20 Hasil Kategorisasi Variabel <i>Fear Of Missing Out</i> .....                  | 70  |
| Tabel 4. 21 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Online Impulsive Buying</i> .....      | 71  |
| Tabel 4. 22 Hasil Kategorisasi Variabel <i>Online Impulsive Buying</i> .....              | 72  |
| Tabel 4. 23 Hasil Uji Normalitas .....                                                    | 73  |
| Tabel 4. 24 Hasil Uji Multikolinieritas .....                                             | 74  |
| Tabel 4. 25 Hasil Uji Autokorelasi .....                                                  | 76  |
| Tabel 4. 26 Hasil Korelasi Pearson .....                                                  | 77  |
| Tabel 4. 27 Hasil Analisis Regresi Berganda .....                                         | 78  |
| Tabel 4. 28 Hasil Uji t .....                                                             | 80  |
| Tabel 4. 29 Hasil Uji F .....                                                             | 82  |
| Tabel 4. 30 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....                                          | 83  |
| Tabel 5. 1 Hasil Kategorisasi Indikator Aktivitas .....                                   | 85  |
| Tabel 5. 2 Hasil Kategorisasi Indikator Minat.....                                        | 87  |
| Tabel 5. 3 Hasil Kategorisasi Indikator Opini .....                                       | 88  |
| Tabel 5. 4 Hasil Kategorisasi Indikator Ketakutan .....                                   | 91  |
| Tabel 5. 5 Hasil Kategorisasi Indikator Kekhawatiran .....                                | 93  |
| Tabel 5. 6 Hasil Kategorisasi Indikator Kecemasan .....                                   | 94  |
| Tabel 5. 7 Hasil Kategorisasi Indikator Spontanitas .....                                 | 97  |
| Tabel 5. 8 Hasil Kategorisasi Indikator Kompulsi dan Intensitas.....                      | 98  |
| Tabel 5. 9 Hasil Kategorisasi Indikator Kegembiraan .....                                 | 100 |
| Tabel 5. 10 Hasil Kategorisasi Indikator Konsekuensi .....                                | 101 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Produk Terlaris di <i>E-Commerce</i> Shopee .....                        | 2  |
| Gambar 1. 2 Data Platform <i>E-commerce</i> Yang Paling Sering Digunakan Gen Z ..... | 3  |
| Gambar 1. 3 Produk Yang Paling Sering Dibeli Secara Online Oleh Gen Z .....          | 4  |
| Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen .....                                            | 22 |
| Gambar 4. 1 Struktur Pemerintahan Desa Jugo .....                                    | 56 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....                                       | 75 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                              |     |
|----------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....      | 118 |
| Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden .....  | 124 |
| Lampiran 3 Analisis Data.....                | 137 |
| Lampiran 4 Surat Izin Observasi .....        | 155 |
| Lampiran 5 Surat Izin Riset/Penelitian ..... | 156 |
| Lampiran 6 Surat Balasan .....               | 157 |
| Lampiran 7 Daftar Konsultasi Skripsi 1 ..... | 158 |
| Lampiran 8 Daftar Konsultasi Skripsi 2 ..... | 159 |
| Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....         | 160 |