

**PENGARUH PENCARIAN SENSASI TERHADAP KONSUMSI YANG
MENCOLOK DIMEDIASI OLEH RASA TAKUT KETINGGALAN
(FOMO) PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Lusia Priska Alvina

NPM: 200325275

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Skripsi

**PENGARUH PENCARIAN SENSASI TERHADAP KONSUMSI YANG
MENCOLOK DIMEDIASI OLEH RASA TAKUT KETINGGALAN
(FOMO) PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Disusun oleh:

Lusia Priska Alvina

NPM: 200325275

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

14 Mei 2024

Skripsi

**PENGARUH Pencarian Sensasi Terhadap Konsumsi yang Mencolok
Dimediasi oleh Rasa Takut Ketinggalan (FOMO) pada Pengguna
Media Sosial TikTok**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Lusia Priska Alvina

NPM 200325275

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji

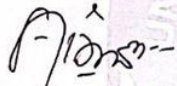
Pada tanggal 12 Juni 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (SI) Program
Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dr. J. Ellyawati, MM

Anggota Panitia Penguji



Api Adyantari, SA., MBA



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

Yogyakarta, 19 Juni 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH PENCARIAN SENSASI TERHADAP KONSUMSI YANG MENCOLOK DIMEDIASIOLEH RASA TAKUT KETINGGALAN (FOMO) PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Segala isi dalam skripsi ini merupakan karya saya sendiri. Setiap pernyataan, ide, atau kutipan yang berasal dari tulisan atau gagasan individu lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, telah saya sertakan dengan tepat dalam daftar pustaka. Saya menyadari sepenuhnya bahwa plagiat adalah tindakan yang melanggar etik akademik. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya telah melakukan plagiarisme baik pada skripsi yang saya miliki. Maka, saya bersedia untuk mengembalikan gelar dan ijazah yang telah saya peroleh dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Mei 2024

Yang Menyatakan



Lusya Priska Alvina

KATA PENGANTAR

Penuh rasa syukur dan puji kepada Tuhan Yesus Kristus, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala berkat, karunia, dan kemurahan-Nya yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan masa studi dari awal semester hingga pada tahap penulisan skripsi ini. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Pencarian Sensasi terhadap Rasa Takut Ketinggalan (FOMO) Dimediasi oleh Konsumsi yang Mencolok” dilakukan sebagai bagian dari pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dengan penyelesaian penelitian ini, peneliti juga menyadari bahwa peran dan dukungan dari berbagai pihak yang secara tidak langsung maupun langsung membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi hingga tahap akhir. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah mendampingi, membimbing, dan memberikan dukungan penuh dalam proses penyusunan dan menyelesaikan skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah melimpahkan berkat-Nya dan memberikan bimbingan melalui pencurahan Roh Kudus, sehingga diberi kesehatan, kemudahan, kelancaran, dan kesetiaan-Nya dalam setiap langkah penelitian ini.
2. Papa, Mama, dan Silvia yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan baik secara materi maupun moral tanpa henti, yang telah membantu dan mendorong peneliti untuk tetap semangat dalam menyelesaikan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan saran dan kritik yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
4. Segenap dosen, karyawan dan *staff* FBE UAJY yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga kepada peneliti selama

empat tahun menempuh studi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

5. Chandra Ardhiyanto, sahabat sejak masa TK yang selalu memberikan dorongan semangat dan dukungan dari awal perkuliahan berlangsung hingga dalam proses menyelesaikan skripsi.
6. Elvaretta Rosabel, Agata Valensia, Gabriella Ellen, Georgius Yeremia, Louis Davin, Geraldi Wiyoto, Andrea Angelina, Ivella Iglesias, Christopher Chandra, Marselino Kevin, Angelia Christiani, Nugroho Suryo, Sherly Meliana, Nicholas Frey, dan teman-teman perkuliahan lainnya yang telah memberikan kontribusi dan berjuang bersama dalam proses perkuliahan.
7. Seluruh responden yang telah berkenan mengisi kuesioner ini, sehingga proses penelitian dapat berjalan dan selesai dengan lancar.
8. Semua pihak yang terlibat dengan peneliti, yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah memberikan dukungan, doa, dan semangat sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
9. Terakhir, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, karena telah berjuang dan berkembang hingga saat ini.

Meskipun penelitian ini telah selesai, peneliti sadar akan kekurangannya. Oleh karena itu, peneliti dengan tulus menerima kritik dan saran yang bertujuan untuk membangun penelitian ini menjadi lebih baik. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca dan menjadi referensi yang berharga bagi peneliti di masa mendatang. Dengan demikian, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Yogyakarta, 14 Mei 2024



Lusya Priska Alvina

MOTO

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang.”

(Amsal 23:18)

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| PERNYATAAN | ii |
| KATA PENGANTAR | v |
| MOTO | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRAK | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1 Pencarian Sensasi | 9 |
| 2.1.2 Takut Ketinggalan (FOMO)..... | 10 |
| 2.1.3 Konsumsi yang Mencolok | 11 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis | 19 |
| 2.3.1 Pengaruh Pencarian Sensasi terhadap Takut Ketinggalan..... | 19 |
| 2.3.2 Pengaruh Pencarian Sensasi terhadap Konsumsi yang Mencolok.... | 20 |
| 2.3.3 Pengaruh Takut Ketinggalan terhadap Konsumsi yang Mencolok ... | 20 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.3.4 | Takut Ketinggalan Memediasi Pengaruh antara Pencarian Sensasi dan Konsumsi yang Mencolok | 21 |
| 2.4 | Kerangka Penelitian | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 23 |
| 3.1 | Jenis Penelitian..... | 23 |
| 3.2 | Objek, Subjek dan Lokasi Penelitian | 23 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel Penelitian | 25 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 26 |
| 3.5 | Definisi Operasional..... | 28 |
| 3.6 | Pengukuran Data | 31 |
| 3.7 | Metode Analisis Data | 32 |
| 3.7.1 | Statistik Deskriptif | 32 |
| 3.7.2 | Pengujian Instrumen..... | 33 |
| 3.7.3 | Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 38 |
| 3.7.4 | Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 39 |
| 3.8 | Alat Analisis | 41 |
| 3.8.1 | Structural Equation Model | 41 |
| 3.8.2 | Smart Partial Least Square | 42 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN ANALISIS..... | | 44 |
| 4.1 | Hasil Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan <i>Filtering</i> | 44 |
| 4.1.1 | Analisis Responden Berdasarkan <i>Filtering</i> pada Pemahaman dan Penggunaan Media Sosial Tiktok | 45 |
| 4.1.2 | Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Demografis..... | 47 |
| 4.2 | Analisis Deskriptif | 48 |
| 4.2.1 | Analisis Deskriptif Variabel Pencarian Sensasi | 49 |
| 4.2.2 | Analisis Deskriptif Variabel Takut Ketinggalan (FOMO) | 50 |
| 4.2.3 | Analisis Deskriptif Variabel Konsumsi yang Mencolok..... | 53 |
| 4.3 | Hasil Analisis Partial Least Squared (PLS)..... | 55 |

| | | |
|----------------------------|--|-----------|
| 4.3.1 | Merancang Outer model (Measurement Model)..... | 55 |
| 4.3.2 | Evaluasi Model Pengukuran (<i>Goodness of Fit Outer model</i>) | 57 |
| 4.3.3 | Evaluasi Model Struktural (<i>Goodness of Fit: Inner Model</i>) | 65 |
| 4.3.4 | Hasil Uji Hipotesis | 67 |
| 4.3.5 | Hasil Uji Mediasi | 69 |
| 4.4 | Pembahasan Hipotesis..... | 71 |
| 4.4.1 | Pengaruh Pencarian Sensasi terhadap Takut Ketinggalan (FOMO) . | 71 |
| 4.4.2 | Pengaruh Pencarian Sensasi terhadap Konsumsi yang mencolok | 72 |
| 4.4.3 | Pengaruh Takut Ketinggalan (FOMO) terhadap Konsumsi yang Mencolok | 73 |
| 4.4.4 | Pengaruh Takut Ketinggalan (FOMO) Memediasi pengaruh antara Pencarian Sensasi dan Konsumsi yang Mencolok..... | 73 |
| BAB V PENUTUP | | 75 |
| 5.1 | Kesimpulan | 75 |
| 5.2 | Implikasi Manajerial | 77 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian | 78 |
| 5.4 | Saran Penelitian Kedepannya..... | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 81 |
| LAMPIRAN..... | | 85 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Negara-Negara dengan Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia | 2 |
| Gambar 1.2 Contoh Interaksi melalui Media Sosial Tiktok | 3 |
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian | 22 |
| Gambar 3.1 Jalur Pengaruh Mediasi..... | 35 |
| Gambar 3.2 Alur Analisis Pengelompokkan Mediasi..... | 37 |
| Gambar 4.1 Struktur Awal Penelitian | 55 |
| Gambar 4.2 Model Struktural PLS Algorithm..... | 58 |
| Gambar 4.3 Model Struktural PLS Algorithm..... | 61 |
| Gambar 4.4 Model Structural Bootstrapping Calculation | 67 |
| Gambar 4.5 Peran Pencarian Sensasi, Takut Ketinggalan (FOMO), dan Konsumsi yang Mencolok..... | 71 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 13 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional | 28 |
| Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert..... | 31 |
| Tabel 3.3 Perhitungan Interval Kelas | 33 |
| Tabel 4.1 Responden yang Mengetahui Media Sosial TikTok | 45 |
| Tabel 4.2 Responden yang merupakan Pengguna Media Sosial Tiktok..... | 45 |
| Tabel 4.3 Responden yang Berniat Membeli di Tiktok..... | 46 |
| Tabel 4.4 Responden yang Pernah Membeli Produk di Tiktok..... | 46 |
| Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 47 |
| Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 47 |
| Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan | 48 |
| Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pencarian Sensasi..... | 49 |
| Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Takut Ketinggalan (FOMO)..... | 51 |
| Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Konsumsi yang Mencolok | 53 |
| Tabel 4.11 Variabel Laten beserta Item Indikator Penelitian..... | 56 |
| Tabel 4.12 Nilai Outer Loadings (Loading Factors) Pertama | 58 |
| Tabel 4.13 Nilai Outer Loadings (Loading Factors) Kedua | 59 |
| Tabel 4.14 Nilai Outer Loadings (Loading Factors) Ketiga..... | 60 |
| Tabel 4.15 Nilai Average Variance Extracted (AVE)..... | 62 |
| Tabel 4.16 Nilai Fornell Larcker Criterion | 63 |
| Tabel 4.17 Nilai Cross Loading | 63 |
| Tabel 4.18 Nilai Crobach's Alpha dan Composite Reliability..... | 64 |
| Tabel 4.19 Nilai R-Square | 65 |
| Tabel 4.20 Nilai f-Square..... | 66 |
| Tabel 4.21 Nilai Path Coefficient | 68 |
| Tabel 4.22 Nilai Special Indirect Effect | 70 |
| Tabel 4.23 Hasil Uji Coba Pengaruh Takut Ketinggalan (FOMO) yang Memediasi Pencarian Sensasi dan Konsumsi yang Mencolok..... | 70 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| LAMPIRAN 1 DRAFT KUESIONER | 86 |
| LAMPIRAN 2 KUESIONER (GOOGLE FORMS) | 90 |
| LAMPIRAN 3 DAFTAR RESPONDEN DAN JAWABAN PERTANYAAN | 97 |
| LAMPIRAN 4 HASIL OLAH DATA SMARTPLS..... | 117 |
| LAMPIRAN 5 STRUKTUR KERANGKA SEM-PLS | 121 |
| LAMPIRAN 6 JURNAL ACUAN..... | 125 |

**PENGARUH PENCARIAN SENSASI TERHADAP KONSUMSI YANG
MENCOLOK DIMEDIASI OLEH RASA TAKUT KETINGGALAN
(FOMO) PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Disusun oleh:

Lusia Priska Alvina

Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh pencarian sensasi, takut ketinggalan dan konsumsi yang mencolok pada pengguna media sosial Tiktok. Total keseluruhan responden dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner melalui platform Google Forms dengan menggunakan skala likert 5 poin yang disebarakan melalui media sosial. Data dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software Smart Partial Least Square* (SmartPLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencarian sensasi berpengaruh signifikan terhadap takut ketinggalan, tetapi tidak signifikan terhadap konsumsi yang mencolok. Namun, takut ketinggalan berhasil berperan memediasi antara pencarian sensasi dan konsumsi yang mencolok.

Kata Kunci: Pencarian Sensasi, Takut Ketinggalan, Konsumsi yang Mencolok, Pengguna Media Sosial Tiktok.