

SKRIPSI

**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT, POTONGAN HARGA,
DAN CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP**

(Studi Pada Mahasiswa Di Gresik)



Diajukan Oleh:

Vita Oktavia

NIM: 2022020032

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2026

SKRIPSI

**PENGARUH FEAR OF MISSING OUT, POTONGAN HARGA,
DAN CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP**

(Studi Pada Mahasiswa Di Gresik)

Disusun guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Gresik



Diajukan Oleh:

Vita Oktavia

NIM: 2022020032

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH FEAR OF MISSING OUT, POTONGAN HARGA, DAN CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP

(Studi Pada Mahasiswa Di Gresik)

Skripsi

Diajukan Oleh:

Vita Oktavia

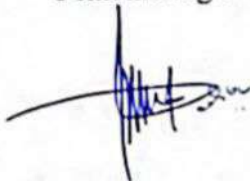
NIM: 2022020032

Skripsi telah disetujui untuk diujikan

Pada Tanggal 02 Juli 2026

Oleh:

Pembimbing I



(Adiba Fuad Syamlan, S.E., M.M.)

NUPTK. 5856765666230242

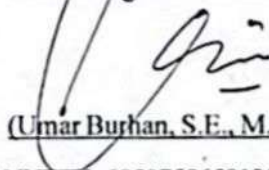
Pembimbing II



(Mochamad Syafii, S.E., M.M.)

NUPTK. 7461761662130152

Ketua Program Studi Manajemen



(Umar Burhan, S.E., M.M.)

NUPTK. 6850758659130132

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH FEAR OF MISSING OUT, POTONGAN HARGA,
DAN CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP PEMBELIAN
IMPULSIF PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP(Studi Pada
Mahasiswa Di Gresik)

Nama Mahasiswa : Vita Oktavia

NIM : 2022020032

Telah dipertahankan / diuji dihadapan Tim Penguji

Pada Tanggal : 02 Juli 2026

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK

TA 2025/2026

TIM PENGUJI:

1. **Dr. Fransiska Dyah Ayu Puspitasari, Spsi., MM.**
NIDN/NUPTK:0639760661230272
Ketua
2. **Umar Burhan, S.E., M.M.**
NIDN/NUPTK:6850758659130132
Anggota I
3. **Adiba Fuad Syamlan, S.E., M.M.**
NIDN/NUPTK:5856765666230242
Anggota II

1.
2.
3.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Rachmad Ilham, S. Ant., M.PSDM., HC

NIDN/NUPTK. 2055770671130303

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vita Oktavia

NIM :2022020032

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Strata 1 (S-1)

Judul Skripsi :PENGARUH FEAR OF MISSING OUT, POTONGAN HARGA DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP(Studi Pada Mahasiswa Di Gresik)

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah inidan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan unsur-unsur plagiasi saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Gresik, 17 Juli 2026

Yang Menyatakan

Vita Oktavia

Nim: 2022020032

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul "Pengaruh Fear Of Missing Out, Potongan Harga, Dan Celebrity Endorsment Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna TikTok Shop (studi pada mahasiswa di Gresik)." Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjan pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik deangan lancar dan tepat waktu.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP.CHRMP selaku Rektor Universitas Gresik
2. Bapak Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik atas dukungan dan kebijakan yang telah diberikan.
3. Bapak Umar Burhan, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Gresik yang telah memberikan bimbingan akademik dan persetujuan dalam pelaksanaan penelitian ini.
4. Ibu Adiba Fuad Syamlan, S.E., M.M., dan Mochamad Syafii., S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan ilmunya kepada penulis sehingga untuk menyempurnakan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Universitas Gresik yang telah memberikan bekal

ilmu kepada penulis.

6. Kepada Mama tercinta, Ibu Siti Khotimah terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kesabaran, dan kasih sayang yang selalu menguatkan penulis di setiap proses. Ketika penulis lelah dan hampir menyerah, Mama selalu menjadi alasan untuk bertahan dan melangkah.
7. Bapak tercinta, Khairul Anam terimakasih selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis. Keteguhan dan tanggung jawab Bapak menjadi teladan dan kekuatan bagi penulis untuk terus berusaha dan tidak mudah menyerah.
8. Untuk kedua adikku Khansa Zakiyyah dan Elshanum Maezurra yang memberikan semangat kepada penulis. Kehadiranmu selalu memberi warna dalam setiap perjuanganku. Semoga kelak kalian menjadi pribadi yang lebih baik dari penulis, dan meraih impian dengan bahagia.
9. Kepada seluruh keluarga besar penulis yang tidak bisa disebut satu-persatu, terimakasih telah memberikan kehangatan kepada penulis. Kehadiran dan kebersamaan keluarga menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada partner teman hidup penulis, yang kehadirannya tidak kalah penting. Yang terkasih calon suami penulis Achmad Taufik Ramadhani yang menjadi salah satu penyemangat karena selalu ada dalam suka maupun duka dan tak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan serta bantuan baik itu tenaga, pikiran, materi ataupun moril. Terima kasih banyak telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, berkontribusi banyak

dalam penulisan skripsi ini. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal menemani dan mendukung serta menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan yang kita lalui.

11. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen, khususnya angkatan 2022, yang telah memberikan semangat, motivasi, dukungan dan segala informasi mengenai skripsi ini, sehingga dapat menyelesaikan dengan baik dan tepat waktu. Semoga kita semua di beri Allah kesuksesan.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dalam kata sempurna. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan penyempurnaan kedepannya.

Gresik, Juni 2026

Vita Oktavia

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT*, POTONGAN HARGA, DAN
CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA
PENGGUNA *TIKTOK SHOP***

Vita Oktavia

Program Studi Managemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan perilaku konsumsi masyarakat, khususnya melalui platform media sosial yang terintegrasi dengan e-commerce seperti TikTok Shop. Fenomena ini memunculkan perilaku pembelian impulsif, terutama di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out*, potongan harga, dan celebrity endorsement terhadap pembelian impulsif pada pengguna TikTok Shop mahasiswa di Kabupaten Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa di Kabupaten Gresik yang menggunakan TikTok Shop. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan diukur menggunakan skala Likert. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen digital, serta secara praktis menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku bisnis dalam merancang strategi pemasaran yang efektif di platform TikTok Shop.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out*, potongan harga, *celebrity endorsement*, *Pembelian impulsif*, *TikTok Shop*.

The Influence of Fear of Missing Out , Price Discounts, and Celebrity Endorsement on Impulsive Buying among TikTok Shop Users: A Study of University Students in Gresik

Vita Oktavia

Managemen Study Program, Faculty of Economic, Gresik University

ABSTRACT

The development of digital technology has driven changes in consumer consumption behavior, particularly through social media platforms integrated with e-commerce, such as TikTok Shop. This phenomenon has led to impulsive buying behavior, especially among university students. This study aims to analyze the influence of Fear of Missing Out, price discounts, and celebrity endorsement on impulsive buying behavior among university students who use TikTok Shop in Gresik Regency. This study employs a quantitative approach using a survey method. The research population consists of university students in Gresik Regency who use TikTok Shop. The sampling technique applied is non-probability sampling using purposive sampling, with a total sample of 100 respondents. Data were collected through a questionnaire developed based on the indicators of each variable and measured using a Likert scale. The collected data were then analyzed using descriptive statistical analysis and multiple linear regression to examine the effect of independent variables on the dependent variable. The results of this study are expected to contribute theoretically to the development of marketing management literature, particularly in the field of digital consumer behavior. Practically, this study is also expected to provide valuable insights for business practitioners in designing effective marketing strategies on the TikTok Shop platform.

Keywords: Fear of Missing Out , price discounts, celebrity endorsement, impulsive buying, TikTok Shop.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Fear Of Missing Out	7
2.1.3 Potongan Harga	11
2.1.4 Celebrity Endorsment.....	13
2.1.5 Impulsive buying.....	16
2.1.6 Hubungan Variabel FOMO Terhadap Pembelian Impulsif	17
2.1.7 Hubungan Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif.....	17
2.1.8 Hubungan Celebrity Endorsment Terhadap Pembelian Impulsif	18
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Konseptual	21
2.4 Hipotesis Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	24
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.2.1 Variabel Independen(X).....	25
3.2.2 Variabel Dependen.....	26
3.3 Indikator Variabel Penelitian	27
3.4 Populasi Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4.1 Populasi Penelitian.....	28
3.4.2 Sampel Penelitian.....	30
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.5 Metode Pengumpulan Data	32
3.5.1 Data Primer	32
3.5.2 Data Sekunder	34
3.6 Metode Analisa Data	34
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	35
3.6.2 Analisis Interval.....	35
3.6.3 Uji Instrumen.....	35
3.6.5 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.6 Analisis Regrensi Linear berganda	40
3.6.7 Uji Hipotesis	41
3.6.8 Koefisien Determinasi (R ²)	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	45
4.1.1 Tempat Penelitian.....	45
4.1.2 Waktu Penelitian	46
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	47
4.2.2 Uji Instrumen.....	54
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	57
4.2.4 Analisis Regresi Liniear Berganda	67
4.2.5 Uji Hipotesis.....	69

4.3 Pembahasan	73
4.3.1 Pengaruh Fear Of Missing Out terhadap Pembelian Impulsif.....	73
4.3.2 Pengaruh Potongan Harga terhadap Pembelian Impulsif	75
4.3.3 Pengaruh Celebrity Endorsment terhadap Pembelian Impulsif.....	76
4.3.4 Pengaruh FOMO (Fear Of Missing Out), Potongan Harga, dan Celebrity Endorsment terhadap Pembelian Impulsif.....	78
BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Implikasi Penelitian	80
5.2.1 Teoritis.....	80
5.2.2 Praktis	81
5.3 Keterbatasan Penelitian	81
5.4 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1. Indikator Variabel Penelitian	27
Tabel 3. 2. Jumlah Mahasiswa di Gresik	29
Tabel 3. 3. Skala Pengukuran.....	33
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.2 Usia Responden.....	48
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Fear Of Missing Out	49
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Potongan Harga.....	50
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Celebrity Endorsment	51
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Pembelian Impulsif	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4. 12. Hasil Uji Autokorelasi	61
Tabel 4. 13. Hasil Uji Linearitas variabel Fear Of Missing Out	62
Tabel 4. 14. Hasil Uji Linearitas variabel Potongan Harga	62
Tabel 4. 15. Hasil Uji Linearitas variabel Celebrity Endorsment	63
Tabel 4. 16. Hasil Uji Linearitas variabel Fear Of Missing Out	65
Tabel 4. 17. Hasil Uji Linearitas variabel Potongan Harga	65
Tabel 4. 18. Hasil Uji Linearitas variabel Celebrity Endorsment	66
Tabel 4. 19. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4. 20. Hasil Uji F	69
Tabel 4. 21. Hasil Uji t	70
Tabel 4. 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Konseptual	21
Gambar 3. 1. Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Secara Parsial (Uji t)	43
Gambar 3. 2. Kurva Uji F	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Berita Acara Bimbingan	90
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Skripsi	91
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	92
Lampiran 4. kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 5. Hasil Uji SPSS.....	99
Lampiran 6. Tabulasi Data.....	106
Lampiran 7. t Tabel	118
Lampiran 8. F Tabel	119