

**PENGARUH *FOMO (FEAR OF MISSING OUT)* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF BERDASARKAN GENDER
PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI
IKIP PGRI BOJONEGORO**

SKRIPSI



**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**

**Oleh:
Novi Silvia Wahyu Ningrum
NIM 22210069**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
IKIP PGRI BOJONEGORO
TAHUN 2026**

**PENGARUH *FOMO (FEAR OF MISSING OUT)* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF BERDASARKAN GENDER
PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI
IKIP PGRI BOJONEGORO**

SKRIPSI

**Diajukan IKIP PGRI Bojonegoro
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam penyelesaian
Program Sarjana**

**Oleh:
Novi Silvia Wahyu Ningrum
NIM 22210069**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
IKIP PGRI BOJONEGORO
TAHUN 2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul " Pengaruh *Fomo (Fear Of Missing Out)* Terhadap Perilaku Konsumtif Berdasarkan Gender Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro " disusun oleh:

Nama : Novi Silvia Wahyu Ningrum

NIM : 22210069

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Untuk disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dan diajukan ke tahap ujian skripsi

Bojonegoro, 6 Juli 2026

Pembimbing I



Ali Noeruddin, S.Si., M.Pd.
NIDN. 0703027002

Pembimbing II



Dr. Ali Mujahidin, S.Pd., M.M.
NIDN. 0417078206

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul 'Pengaruh *Fomo (Fear Of Missing Out)* Terhadap Perilaku Konsumtif Berdasarkan Gender Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro 'disusun oleh:

Nama : Novi Silvia Wahyu Ningrum

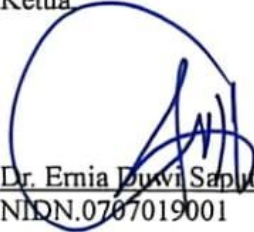
NIM : 22210069

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Telah dipertahankan dalam sidang skripsi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro pada hari Kamis, tanggal 16 Juli 2026.

Bojonegoro, 23 Juli 2026

Ketua



Dr. Ernia Duwi Saputri, S.Pd., M.H.
NIDN.0707019001

Sekretaris,



Nur Rohman, S.Pd., M.Pd.
NIDN.0713078301

Penguji I,



Nur Rohman, S.Pd., M.Pd.
NIDN.0713078301

Penguji II,



Dr. Taufiq Hidayat, S.Pd., M.Pd.
NIDN.0727128902

Rektor,

Dr. Dra. Junarti, M.Pd.
NIDN.0014016501

MOTTO

"Allah SWT. tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah SWT. berjanji bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

"Skripsi ini tidak sempurna, tapi cukup untuk membuat saya wisuda dan mendapatkan gelar S.Pd. Bismillah untuk segala hal-hal baik yang sedang diperjuangkan."

(Penulis)

Orang lain gak akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian success stories. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan, bimbingan, motivasi, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Terutama kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang, serta menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam setiap langkah. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ibu Dr. Junarti, M.Pd., selaku Rektor IKIP PGRI Bojonegoro, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dedikasi, kepemimpinan, dan dukungan dalam menciptakan lingkungan akademik yang baik sehingga penulis dapat menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kemudahan dalam setiap pengabdian beliau.
2. Bapak Ali Noeruddin, S.Si., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Ali Mujahidin, S.Pd., M.M., selaku Wakil Rektor Bidang Umum dan Sumber Daya sekaligus Dosen Pembimbing II, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, arahan, ilmu, waktu, kesabaran, motivasi, serta perhatian yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Berkat bimbingan dan dukungan beliau berdua, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

3. Kedua orang tua saya, Terima kasih kepada Bapak Achmad Candi dan Ibu Mamluah atas segala doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang telah diberikan kepada saya hingga saat ini. Meskipun perjalanan hidup membawa keluarga kami pada cerita yang berbeda, saya tetap bersyukur atas setiap pelajaran, perhatian, dan cinta yang telah membentuk saya menjadi pribadi yang kuat dan mampu menyelesaikan pendidikan ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Bapak dan Ibu.
4. Kepada adik tercinta, Dimas Arif Prabowo, terima kasih atas doa, perhatian, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, baik melalui perhatian kecil maupun kehadiran yang selalu menguatkan di setiap proses penyelesaian skripsi.
5. Kepada teman-teman seperjuangan tersayang, Mela, Winda, Zifa, Hanny, dan Iis, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan yang penuh makna selama masa perkuliahan. Terima kasih atas setiap doa, dukungan, motivasi, perhatian, canda tawa, serta kebersamaan yang telah menguatkan penulis di saat lelah, ragu, dan menghadapi berbagai tantangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Kehadiran kalian bukan hanya menemani hari-hari perkuliahan, tetapi juga menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan saling menguatkan ketika keadaan terasa tidak mudah. Banyak kenangan, perjuangan, dan kebersamaan yang tidak akan tergantikan oleh apa pun. Terima kasih karena telah menjadi bagian dari cerita yang akan selalu penulis kenang dan simpan dengan penuh rasa syukur.

6. Kepada almamater tercinta, IKIP PGRI Bojonegoro, terima kasih telah menjadi rumah kedua yang penuh dengan ilmu, pengalaman, perjuangan, dan kenangan yang akan selalu dikenang. Dari tempat inilah penulis belajar untuk tumbuh, berproses, dan meraih mimpi. Semoga IKIP PGRI Bojonegoro terus berjaya, menjadi kebanggaan, serta melahirkan insan-insan yang berilmu, berkarakter, dan bermanfaat bagi masyarakat. Penulis menyadari bahwa tidak semua orang beruntung dipertemukan dengan teman-teman yang tulus dan selalu mendukung tanpa syarat. Oleh karena itu, terima kasih karena telah menjadi keluarga kedua, tempat pulang di tengah padatnya perkuliahan, dan bagian dari cerita yang akan selalu penulis kenang dengan penuh rasa syukur.
7. Kepada diri saya sendiri, Novi Silvia Wahyu Ningrum, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah, meskipun ada begitu banyak tekanan, keadaan yang tidak selalu berpihak, rasa lelah yang berkepanjangan, dan momen-momen ketika ingin berhenti serta mengakhiri semuanya. Terima kasih karena tetap memilih bangkit setiap kali merasa tidak sanggup, tetap berusaha meski hati dan pikiran sering kali dipenuhi keraguan. Skripsi ini bukan hanya tentang memperoleh gelar, tetapi juga menjadi bukti bahwa penulis mampu melewati masa-masa sulit dengan penuh keteguhan. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa seberat apa pun proses yang dilalui, tidak ada perjuangan yang sia-sia dan setiap air mata, doa, serta pengorbanan pada akhirnya akan menemukan hasil terbaik pada waktunya.

8. Kepada seseorang yang memiliki tempat tersendiri di hati penulis, terima kasih karena tetap ada, bahkan ketika penulis lebih sering menunjukkan rasa lelah, kecewa, dan amarah daripada kebahagiaan. Terima kasih karena tidak pergi saat penulis menjadi pribadi yang sulit dipahami. Di saat penulis hampir menyerah dan merasa tidak sanggup melanjutkan semuanya, kehadiranmu menjadi salah satu alasan untuk tetap bertahan. Namamu mungkin tidak tertulis di halaman ini, tetapi peranmu ada di setiap langkah perjuangan penulis. Terima kasih karena tetap bertahan, terus mendukung, dan rela menunggu proses yang tidak mudah ini. Jika suatu hari nanti kita dipertemukan pada tujuan yang sama, penulis berharap semua penantian ini bermuara pada cerita yang lebih serius, di mana kita tidak hanya saling menemani dalam proses, tetapi juga melanjutkan perjalanan hidup bersama.

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Dengan ini, saya bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Novi Silvia Wahyu Ningrum

Nim : 22210069

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Demi menjunjung tinggi integritas akademik, dengan tulus dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh *Fomo (Fear of Missing Out)* Terhadap Perilaku Konsumtif Berdasarkan Gender Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ikip Pgri Bojonegoro

Merupakan hasil karya asli saya sendiri dan sumber informasi yang digunakan telah saya cantumkan dengan jelas dengan daftar referensi berdasarkan kode etik ilmiah. Saya menyadari apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan terkait dengan keaslian karya ini, saya pribadi bersedia menerima konsekuensi sesuai peraturan yang berlaku dan siap menanggung sanksi hukum.

Bojonegoro, 8 Juli 2026



Novi Silvia Wahyu Ninrum

NIM 22210069

ABSTRAK

Ningrum, Novi Silvia Wahyu. 2026. “Pengaruh *FoMO (Fear of Missing Out)* terhadap Perilaku Konsumtif Berdasarkan Gender di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi di IKIP PGRI Bojonegoro.” Skripsi Sarjana. Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Sosial Pendidikan, IKIP PGRI Bojonegoro. Pembimbing (I) Ali Noeruddin, S.Si., M.Pd. Pembimbing (II) Dr. Ali Mujahidin, S.Pd., M.M.

Kata kunci: *FoMO (Fear of Missing Out)*, Perilaku Konsumtif, Gender, Mahasiswa

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *FoMO (Fear of Missing Out)* terhadap perilaku konsumtif berdasarkan gender pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain penelitian komparatif. Sampel penelitian berjumlah 159 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*, terdiri atas 44 mahasiswa laki-laki dan 115 mahasiswa perempuan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan uji normalitas, uji linearitas, *Independent Sample T-Test*, dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS versi 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat *FoMO (Fear of Missing Out)* yang signifikan antara mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan dengan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,001 ($< 0,05$). Mahasiswa perempuan memiliki rata-rata tingkat *FoMO (Fear of Missing Out)* yang lebih tinggi (43,52) dibandingkan mahasiswa laki-laki (40,27). Selanjutnya, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa *FoMO (Fear of Missing Out)* memberikan kontribusi sebesar 33,5% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa laki-laki dan sebesar 74,7% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perempuan. Temuan ini mengindikasikan bahwa *FoMO (Fear of Missing Out)* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada kedua kelompok, dengan pengaruh yang lebih besar pada mahasiswa perempuan. Oleh karena itu, institusi pendidikan dan pelaku usaha disarankan untuk lebih memperhatikan aspek psikologis *FoMO (Fear of Missing Out)*, khususnya pada mahasiswa perempuan, sebagai upaya untuk menekan perilaku konsumtif yang berlebihan di lingkungan kampus.

ABSTRACT

Ningrum, Novi Silvia Wahyu. 2026. "The Influence of FoMO (Fear of Missing Out) on Consumptive Behavior Based on Gender Among Students of the Economic Education Study Program at IKIP PGRI Bojonegoro." Undergraduate Thesis. Economic Education Study Program, Faculty of Social Sciences Education, IKIP PGRI Bojonegoro. Advisor (I) Ali Noeruddin, S.Si., M.Pd. Advisor (II) Dr. Ali Mujahidin, S.Pd., M.M.

Keywords: FoMO (Fear of Missing Out) Consumptive Behavior, Gender, Students

This study aims to analyze the influence of FoMO (Fear of Missing Out) on consumer behavior based on gender among students of the Economics Education Study Program of IKIP PGRI Bojonegoro. The approach used is quantitative with a comparative research design. The research sample consisted of 159 students selected using the Proportionate Stratified Random Sampling technique, consisting of 44 male students and 115 female students. Data were collected through questionnaires and documentation, while data analysis was carried out using normality tests, linearity tests, Independent Sample T-Tests, and coefficient of determination (R^2) tests with the help of the SPSS program version 25.0.

This study aims to analyze the influence of FoMO (Fear of Missing Out) on consumer behavior based on gender among students of the Economics Education Study Program of IKIP PGRI Bojonegoro. The approach used is quantitative with a comparative research design. The research sample consisted of 159 students selected using the Proportionate Stratified Random Sampling technique, consisting of 44 male students and 115 female students. Data were collected through questionnaires and documentation, while data analysis was carried out using normality tests, linearity tests, Independent Sample T-Tests, and coefficient of determination (R^2) tests with the help of the SPSS program version 25.0.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap Perilaku Konsumtif Berdasarkan Gender pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.”

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan *FoMO (Fear of Missing Out)* serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif berdasarkan gender pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Junarti, M. Pd., selaku Rektor IKIP PGRI Bojonegoro yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama penulis menempuh pendidikan.
2. Ibu Dr. Ernia Duwi Saputri, S.Pd., M.H., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI Bojonegoro yang telah memberikan dukungan selama proses perkuliahan.
3. Bapak Nur Rohman, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis selama menempuh pendidikan.

4. Bapak Ali Noeruddin, S.Si., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan dengan penuh kesabaran selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ali Mujahidin, S.Pd., M.M., selaku Wakil Rektor Bidang Umum dan Sumber Daya sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, serta saran yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. IKIP PGRI Bojonegoro beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan pelayanan, fasilitas, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis juga berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Bojonegoro, 2 Februari 2026

Penulis,



Novi Silvia Wahyu Ninrum

NIM 22210069

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYARAAN KEASLIAN PENULISAN.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	8
E. Definisi Operasional.....	9
a. FoMO (<i>Fear of Missing Out</i>)	9
b. Perilaku Konsumtif	9
c. Gender	10

BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
B. Kerangka Teoritis.....	24
1. Landasan teori	24
2. <i>FoMO (Fear of Missng Out)</i>	25
3. Perilaku Konsumtif	32
4. Gender	37
C. Kerangka Berpikir.....	41
D. Hipotesis.....	42
BAB III	44
METODE PENELITIAN.....	44
A. Rencana Penelitian.....	44
1. Jenis Penelitian.....	44
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
1. Tempat Penelitian.....	44
2. Waktu Penelitian	45
C. Populasi, Sampel, dan Sampling.....	46
a. Populasi.....	46
b. Sampel.....	47
c. Sampling	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
1. Kuesioner (Angket).....	50
2. Dokumentasi	54
E. Teknik Analisis Data	55

1. Statistik Deskriptif	55
2. Uji Prasyarat Analisis	56
3. Uji Hipotesis	58
F. Teknik Validasi Data	59
1. Uji Validitas Isi (Konten).....	60
2. Uji Reliabilitas Instrumen	60
BAB IV	62
HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Hasil Penelitian	62
1. Identitas Responden	62
2. Teknik Validasi Data.....	62
3. Statistik Deskriptif.....	66
4. Uji Prasyarat Analisis.....	70
5. Uji Hipotesis	73
B. Pembahasan.....	77
BAB V.....	82
PENUTUP.....	82
A. Simpulan	82
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan.....	20
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	45
Tabel 3. 2 Data Jumlah Mahasiswa Perempuan dan Laki-Laki	46
Tabel 3. 3 Jumlah Sampel Berdasarkan Proportionate Stratified Random Sampling	50
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Indikator.....	52
Tabel 3. 5 Pedoman Pemberian Skor	54
Tabel 4. 1 Identifikasi Data Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Aiken's V.....	63
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Laki-Laki	65
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Perempuan.....	66
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Statistik Mahasiswa Laki Laki.....	66
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Statistik Mahasiswa Perempuan.....	68
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	71
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linieritas Mahasiswa Laki-Laki	72
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linieritas Mahasiswa Perempuan	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji Group Statistic	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji Independent Sampel T-test.....	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Mahasiswa Laki-Laki	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Mahasiswa Perempuan	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Berpikir.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KISI-KISI KUESIONER.....	90
Lampiran 2 KUESIONER PENELITIAN	92
Lampiran 3 LEMBAR VALIDASI	96
Lampiran 4 HASIL UJI VALIDITAS	117
Lampiran 5 HASIL SKOR KUESIONER	118
Lampiran 6 HASIL UJI RELIABILITAS	130
Lampiran 7 HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF	134
Lampiran 8 HASIL UJI NORMALITAS	135
Lampiran 9 HASIL UJI LINIERITAS	136
Lampiran 10 UJI T (INDEPENDENT SAMPEL T-TEST)	137
Lampiran 11 UJI KOEFISIEN DETERMINASI.....	138
Lampiran 12 DOKUMENTASI PENELITIAN.....	139
Lampiran 13 GAMBARAN SKETSA OBJEK PENELITIAN	140
Lampiran 14 SURAT PENCARIAN DATA	142
Lampiran 15 SURAT SELESAI PENELITIAN	143
Lampiran 16 KARTU BIMBINGAN SKRIPSI.....	144
Lampiran 17 SURAT SELESAI BIMBINGAN	148

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap kehidupan manusia di berbagai bidang, termasuk dalam bidang sosial, ekonomi, dan pendidikan. Transformasi digital yang terjadi dalam dua dekade terakhir membawa perubahan mendasar terhadap cara individu berinteraksi, memperoleh informasi, serta melakukan kegiatan konsumsi. Kehadiran internet dan media sosial menjadikan dunia seolah tanpa batas, memungkinkan setiap individu untuk berpartisipasi dalam berbagai aktivitas sosial secara daring tanpa terhalang oleh jarak dan waktu (Maheswari, Mohammed, Jacob, & Ganeshkumar, 2025).

Kemajuan teknologi tersebut telah melahirkan pola kehidupan baru yang lebih modern dan dinamis. Masyarakat kini cenderung bergantung pada perangkat digital untuk memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari komunikasi, pendidikan, hingga kegiatan ekonomi seperti jual beli produk. Fenomena ini secara tidak langsung telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat dari yang semula bersifat rasional menjadi lebih emosional dan impulsif. Salah satu kelompok sosial yang paling terpengaruh oleh perkembangan teknologi digital ini adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan generasi muda yang hidup pada era serba cepat, terbuka terhadap inovasi, dan memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap teknologi baru (Bulante, Catalan, Miranda, Torres, & Sabaulan, 2025). Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5% dengan

jumlah pengguna sekitar 221 juta jiwa. Angka ini menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Sebagian besar pengguna internet di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 18-24 tahun, yang merupakan kategori usia mahasiswa.

Data tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa merupakan kelompok yang paling intens menggunakan internet dan media sosial. Akses yang luas terhadap dunia digital membuat mahasiswa sangat familiar dengan berbagai *platform* media sosial seperti Instagram, *TikTok*, dan *X (Twitter)*, serta *platform e-commerce* seperti *Shopee*, Tokopedia, dan *TikTok Shop*. Kemudahan akses dan daya tarik promosi digital mendorong mahasiswa untuk lebih aktif melakukan pembelian secara *daring (online shopping)*. Aktivitas konsumsi yang dilakukan tidak hanya didorong oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh kebutuhan psikologis dan sosial, seperti keinginan untuk mengikuti gaya hidup, memperoleh pengakuan, dan tidak tertinggal dari lingkungan sekitarnya. Fenomena inilah yang kemudian dikenal dengan istilah *Fear of Missing Out (FoMO)*.

Menurut Latief (2024), *Fear of Missing Out* merupakan perasaan takut, cemas, dan khawatir ketika seseorang merasa tertinggal dari pengalaman sosial yang dialami oleh orang lain. *FoMO (Fear of Missing Out)* pada dasarnya muncul karena adanya dorongan sosial untuk tetap terhubung dengan lingkungan sekitar. Individu yang mengalami *FoMO (Fear of Missing Out)* cenderung memantau aktivitas sosial orang lain melalui media digital secara berlebihan dan berusaha untuk ikut serta dalam berbagai peristiwa viral yang sedang berkembang. Dalam konteks konsumsi, *FoMO (Fear of Missing Out)*

dapat menimbulkan dorongan untuk membeli produk tertentu agar dapat mengikuti peristiwa viral yang sedang populer, sehingga individu merasa tidak tertinggal secara sosial. Fenomena ini secara tidak langsung dapat meningkatkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Lutfiyah (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *FoMO (Fear of Missing Out)* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif (*impulsive buying*) pada generasi Z, terutama bagi pengguna aktif media sosial.

Mahasiswa yang memiliki tingkat *FoMO (Fear of Missing Out)* tinggi cenderung membeli barang tanpa perencanaan karena adanya dorongan emosional untuk segera memiliki produk yang sedang viral. Rinaldi (2024) juga menemukan bahwa individu dengan tingkat *FoMO (Fear of Missing Out)* tinggi sering kali melakukan pembelian produk berdasarkan tren media sosial semata, bukan karena kebutuhan yang rasional. Sementara itu, Syafitri (2025) menjelaskan bahwa *FoMO (Fear of Missing Out)* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perempuan, terutama dalam pembelian produk kosmetik dan *fashion*. Perilaku konsumtif yang ditimbulkan oleh *FoMO (Fear of Missing Out)* menjadi semakin menarik ketika dikaitkan dengan perbedaan gender. Gender merupakan konstruksi sosial yang memengaruhi bagaimana individu berperilaku, berpikir, dan mengambil keputusan dalam kehidupan sehari-hari. Charles dan Immanuel (2025) mengemukakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam hal pola konsumsi.

Menurut Siregar, Susanti, dan Aslami (2023), Mahasiswa perempuan cenderung memiliki keterikatan emosional yang lebih kuat terhadap aktivitas

belanja dan lebih mudah terpengaruh oleh promosi, diskon, serta tren yang sedang berkembang di media sosial. Sebaliknya, mahasiswa laki-laki cenderung lebih rasional, mempertimbangkan fungsi dan manfaat produk sebelum melakukan pembelian. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat Eagly (2019) yang menjelaskan bahwa perbedaan orientasi emosional dan sosial antara laki-laki dan perempuan dapat mempengaruhi pola pengambilan keputusan, termasuk dalam perilaku konsumtif. Adanya perilaku konsumtif yang berlebihan karena ketika adanya barang yang menarik, dimana orang-orang konsumtif yang membeli produk bermerk hanya ingin menunjukkan eksistensinya dapat diterima, memakai barang-barang dengan harga di atas rata-rata untuk menunjang penampilan Hidayat *et al.*, (2020).

Nisa (2023) menambahkan bahwa perempuan cenderung lebih mudah terdorong untuk membeli barang karena keinginan tampil menarik atau mengikuti tren di media sosial, sementara laki-laki lebih fokus pada kebutuhan praktis yang memberikan manfaat langsung. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *FoMO (Fear of Missing Out)* memiliki keterkaitan erat dengan perilaku konsumtif mahasiswa dan kemungkinan besar memunculkan perbedaan pengaruh antara laki-laki dan perempuan.

Kecenderungan perilaku konsumtif yang dipicu oleh FoMO tersebut juga terlihat pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Berdasarkan hasil pengamatan awal yang telah dilakukan oleh peneliti, sebagian mahasiswa menunjukkan kecenderungan untuk membeli iPhone terbaru meskipun perangkat yang dimiliki sebelumnya masih berfungsi dengan baik, serta gemar mengganti gaya berpakaian (OOTD) hanya untuk

mengikuti tren fashion yang sedang viral di media sosial. Selain itu, ketika konten di Instagram atau TikTok menampilkan *haul* iPhone terbaru atau *outfit* aesthetic yang sedang populer, serta ketika *influencer* tertentu memberikan *review* positif atau menyebut produk tersebut sebagai *must-have item*, antusiasme mahasiswa untuk membeli pun meningkat. Berdasarkan hasil pengamatan tersebut, peneliti melihat bahwa sebagian mahasiswa tidak hanya membeli produk karena kebutuhan fungsional atau pertimbangan rasional, tetapi lebih didorong oleh rasa takut tertinggal secara sosial (FoMO) dan keinginan untuk mendapatkan pengakuan serta eksistensi dari lingkungan pertemanannya. Kombinasi antara tekanan sosial untuk selalu tampil relevan di media sosial dan paparan konten promosi yang masif diduga menjadi stimulus yang mendorong munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro, khususnya dalam pembelian iPhone dan produk fashion OOTD. Oleh karena itu, mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dipilih sebagai objek penelitian karena dinilai memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian ini, yaitu mengkaji bagaimana pengaruh FoMO terhadap perilaku konsumtif berdasarkan gender. Namun demikian, penelitian mengenai hubungan antara *FoMO* (*Fear of Missing Out*) dan perilaku konsumtif berdasarkan gender masih terbatas.

Padahal, mahasiswa sebagai generasi muda memiliki peran penting dalam mencerminkan perilaku konsumtif masyarakat modern yang dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi secara khusus merupakan kelompok yang menarik untuk dikaji karena mereka memiliki pemahaman teoritis tentang konsep ekonomi dan konsumsi rasional. Namun,

dalam praktiknya, mereka tetap berpotensi menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi akibat pengaruh media sosial dan fenomena *FoMO (Fear of Missing Out)*. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan ekonomi yang dimiliki dengan perilaku konsumsi yang ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu ekonomi dan psikologi konsumen dengan menyoroti pengaruh *FoMO (Fear of Missing Out)* terhadap perilaku konsumtif berdasarkan gender.

Secara akademik, hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai perilaku konsumtif mahasiswa di era digital, khususnya dalam konteks pendidikan ekonomi. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa memahami pentingnya pengendalian diri dalam berbelanja serta meningkatkan kesadaran terhadap dampak psikologis media sosial terhadap pola konsumsi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pendidik dan pelaku bisnis digital dalam merancang strategi komunikasi dan pemasaran yang mempertimbangkan aspek psikologis serta perbedaan gender konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti merasa perlu melakukan kajian lebih mendalam mengenai perbedaan pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap perilaku konsumtif berdasarkan gender pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Adapun judul penelitian ini adalah: “Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap Perilaku Konsumtif Berdasarkan Gender pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijabarkan, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *FoMO (Fear of Missing Out)* terhadap perilaku konsumtif berdasarkan Gender pada Mahasiswa Laki-Laki Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro?
2. Apakah ada pengaruh *FoMO (Fear of Missing Out)* terhadap perilaku konsumtif berdasarkan Gender pada Mahasiswa Perempuan Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *FoMO (Fear of Missing Out)* terhadap perilaku konsumtif berdasarkan Gender pada Mahasiswa Laki-Laki Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh *FoMO (Fear of Missing Out)* terhadap perilaku konsumtif berdasarkan Gender pada Mahasiswa Perempuan Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini juga menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami tema yang serupa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen serta perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *Fear of*

Missing Out (FoMO) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji perbedaan pengaruh *FoMO (Fear of Missing Out)* berdasarkan gender, untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan perilaku konsumtif antara mahasiswa dan mahasiswi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami tema serupa mengenai hubungan antara aspek psikologis dan perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa di era digital.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pengaruh *FoMO (Fear of Missing Out)* terhadap perilaku konsumtif, sehingga mahasiswa dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi dan mampu mengendalikan dorongan konsumtif yang muncul akibat tekanan sosial atau pengaruh tren di era digital.

b. Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan referensi ilmiah bagi pihak kampus, khususnya dalam mengembangkan penelitian terkait perilaku konsumtif mahasiswa dan pengaruh *FoMO (Fear of Missing Out)* berdasarkan gender. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam pembinaan karakter mahasiswa, terutama dalam hal literasi digital, pengendalian diri, serta manajemen keuangan pribadi.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan landasan teoritis bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai hubungan antara *FoMO (Fear of Missing Out)* , perilaku konsumtif, dan faktor gender, baik dalam konteks mahasiswa maupun masyarakat umum di era digital yang terus berkembang.

E. Definisi Operasional

a. FoMO (*Fear of Missing Out*)

FoMO (Fear of Missing Out) adalah perasaan takut, cemas, atau khawatir yang muncul ketika seseorang merasa tertinggal dari aktivitas atau pengalaman sosial yang dilakukan orang lain. *FoMO (Fear of Missing Out)* ditinjau dengan rasa ketakutan, kekhawatiran, perasaan jengkel (*Irritability*), perasaan gagal/kekurangan (*Inadequacy*), harga diri (*Self esteem*).

b. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu dalam melakukan pembelian barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan yang rasional, melainkan didorong oleh keinginan untuk memperoleh kepuasan emosional, mengikuti tren, atau menunjukkan status sosial tertentu. Perilaku ini ditinjau dengan produk memiliki iming-iming hadiah, kemasan produk yang menarik, demi menjaga penampilan atau gengsi, berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat), hanya sekedar menjadi simbol dan status, unsur konformitas (keyakinan) terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa memiliki produk dengan harga mahal akan

menimbulkan rasa percaya diri, keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

c. Gender

Gender adalah perbedaan peran, tanggung jawab, perilaku, dan pola pikir antara laki-laki dan perempuan yang terbentuk melalui konstruksi sosial dan budaya, bukan semata-mata karena faktor biologis. Gender menggambarkan bagaimana masyarakat memberikan penilaian, harapan, dan norma terhadap perilaku laki-laki dan perempuan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara mengambil keputusan, berinteraksi, dan melakukan konsumsi.