

ABSTRAK

Maria Regina Tan:

Skripsi

Pengaruh *Social Media Contents* Terhadap *Behavioral Intention* Melalui *Fear of Missing Out* (FOMO) Pada Produk LifeWork

Perkembangan industri *fashion* di dunia semakin pesat terutama di kalangan anak muda. Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran membuat banyak merek *fashion* dikenal oleh masyarakat sehingga timbul niat beli. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *social media contents* terhadap *behavioral intention* melalui *fear of missing out* (FOMO) pada produk LifeWork. Data penelitian dikumpulkan menggunakan angket yang dibagikan kepada 155 yang pernah melihat dan mengetahui produk LifeWork serta pernah melihat atau mengikuti media sosial produk tersebut. Data tersebut diolah dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Hasil dari penelitian ini adalah *social media contents* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap FOMO dan *behavioral intention*, FOMO secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, dan FOMO dapat memediasi pengaruh *social media contents* terhadap *behavioral intention* pada produk LifeWork.

Kata kunci:

social media contents, behavioral intention, fear of missing out

ABSTRACT

Maria Regina Tan:

Thesis

The Influence of Social Media Content on Behavioral Intention Through Fear of Missing Out (FOMO) in LifeWork Products

The development of the fashion industry in the world is increasingly rapid, especially among young people. The use of social media as a marketing tool has made many fashion brands known to the public, resulting in purchase intentions. This research was conducted to determine the influence of social media contents on behavioral intention through fear of missing out (FOMO) on LifeWork products. Research data was collected using a questionnaire distributed to 155 people who had seen and known about LifeWork products and had seen or followed the product's social media. The data is processed using the Partial Least Square (PLS) method. The results of this research are that social media contents directly have a significant influence on FOMO and behavioral intention, FOMO directly has a significant influence on behavioral intention, and FOMO can mediate the influence of social media contents on behavioral intention on LifeWork products.

Keywords:

social media contents, behavioral intention, fear of missing out

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR RUMUS.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
2. LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	7
2.1.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....	7
2.2 <i>Social Media Contents</i>	9
2.2.1 Pengertian <i>Social Media Contents</i>	9
2.2.2 Indikator <i>Social Media Contents</i>	9
2.3 <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	10
2.3.1 Pengertian <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	10
2.3.2 Indikator <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	10
2.4 <i>Behavioral Intention</i>	11
2.4.1 Pengertian <i>Behavioral Intention</i>	11
2.3.2 Indikator <i>Behavioral Intention</i>	11
2.5 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	11
2.5.1 Hubungan antara <i>Social Media Contents</i> dengan <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	11

2.5.2 Hubungan antara <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) dengan <i>Behavioral Intention</i>	12
2.5.3 Hubungan antara <i>Social Media Contents</i> dengan <i>Behavioral Intention</i>	12
2.5.4 Hubungan antara <i>Social Media Contents</i> dengan <i>Behavioral Intention</i> melalui <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	13
2.5 Kerangka Penelitian	13
3. METODE PENELITIAN	14
3.1 Jenis Penelitian.....	14
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	14
3.2.1 Populasi Penelitian.....	14
3.2.3 Sampel Penelitian.....	15
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	15
3.3.1 <i>Social Media Contents</i>	15
3.3.2 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	16
3.3.3 <i>Behavioral Intention</i>	16
3.4 Jenis dan Sumber Data	17
3.4.1 Jenis Data.....	17
3.4.2 Sumber Data	17
3.5 Metode dan Prosedur Pengumpulan Data.....	17
3.6 Teknik Analisis Data	18
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	18
3.6.2 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	18
3.6.3 Uji Hipotesis	20
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Profil Responden.....	21
4.1.1 Responden yang Memenuhi Kriteria	21
4.1.2 Profil Jenis Kelamin, Usia, dan Pendidikan Terakhir.....	21
4.1.3 Profil Pekerjaan dan Penghasilan atau Pendapatan (bagi Pelajar dan Mahasiswa) ...	22
4.1.4 Analisis <i>Crosstab</i>	23
4.2 Analisis Deskriptif.....	25
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Social Media Contents</i>	25
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	26
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Behavioral Intention</i>	27
4.3 Analisis Model <i>Partial Least Square</i>	28

4.3.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	28
4.3.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	31
4.4 Pembahasan	34
4.4.1 Pengaruh <i>Social Media Contents</i> terhadap <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	34
4.4.2 Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap <i>Behavioral Intention</i>	36
4.4.3 Pengaruh <i>Social Media Contents</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i>	37
4.4.4 Pengaruh <i>Social Media Contents</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> melalui <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	39
5. KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	41
DAFTAR REFERENSI	44
LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

3.1 Kategori <i>Mean</i> Berdasarkan Variabel Penelitian	18
4.1 Responden yang Memenuhi Kriteria.....	21
4.2 Profil Jenis Kelamin, Usia, dan Pendidikan Terakhir	21
4.3 Profil Pekerjaan dan Penghasilan atau Pendapatan (Bagi Pelajar dan Mahasiswa)	22
4.4 Analisis <i>Crosstab</i> Pendidikan Terakhir Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	24
4.5 Analisis <i>Crosstab</i> Pekerjaan Berdasarkan Penghasilan dan Usia	24
4.6 Hasil Rata-rata <i>Social Media Contents</i>	26
4.7 Hasil Rata-rata <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	28
4.8 Hasil Rata-rata <i>Behavioral Intention</i>	29
4.9 Nilai <i>Outer Loading</i> dan AVE.....	30
4.10 Nilai <i>Cross Loading</i>	32
4.11 Nilai Reliabilitas.....	33
4.12 Nilai <i>R-Square</i>	33
4.13 Nilai <i>T-Statistic</i>	35
4.14 Nilai <i>Spesific Indirrect Effect</i>	36

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Penelitian.....	13
4.1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	30
4.2 Hasil Analisis <i>Bootstrapping</i>	35

DAFTAR RUMUS

3.1 Rumus Interval Kelas <i>Mean</i>	18
4.1 Rumus <i>Q-square</i>	24

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian	52
2. Profil Responden.....	56
3. Jawaban Responden.....	63
4. Hasil Nilai Rata-rata dan Simpangan Baku	69
5. <i>Output PLS</i>	70