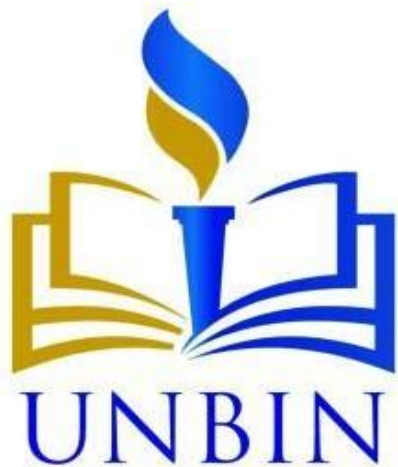


**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FoMO)*
DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK RICHEESE FACTORY**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**



**ELSYABILA GITAZAHRAIN
NPM 19210098**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2025**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Elsyabila Gitazahrain

NPM : 19210098

Judul : Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk Richeese Factory

Disetujui:
Dosen Pembimbing

(Dr. Syarief Gerald Prasetya, S.E., M.M., M.Si., M.Ak)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(Yustiana Wardhani, S.Hut., MM)

(Sumardjono, S.E., MM)

Mengetahui :

Ketua Prodi

DEKAN

(Yustiana Wardhani, S.Hut., MM)

(Yustiana Wardhani, S.Hut., MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* dan *Brand trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Richeese Factory* ”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen, Program Sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

Penulis menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, dukungan, serta bimbingan yang telah diberikan. Penulis berterimakasih kepada:

1. Dr. Ismulyana Djan, SE., MM., selaku rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.AK selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Dr. Syarief Gerald Prasetya, S.E., M.M., M.Si., M.Ak selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini sampai selesai.
5. Bapak/Ibu dosen serta staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu yang sangat baik kepada penulis.

6. Kedua orang tua penulis, Bapak Encep Sunandi dan Ibu Suryati terima kasih karena selalu berjuang demi kehidupan penulis. Terima kasih atas doa dan dukungan yang tiada henti, sehingga penulis dapat berada di titik ini. Semoga bunda dan ayah selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, serta umur panjang.
Aaaaamiiiiin
7. Kepada adik-adik penulis, Syavira dan terutama Syarifa yg selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Ahmad Fauzi. Terimakasih atas kesabaran dalam menemani setiap proses yang penulis lalui selama ini, segala usaha yang diberikan mulai dari doa, waktu, maupun tenaga. Sudah senantiasa memberikan dukungan, menghibur, serta mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman penulis, nana, pina, dipa dan ela yang telah menjadi teman seperjuangan selama perkuliahan dan selalu memberikan motivasi serta dukungan kepada penulis.

Akhirnya, penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak terutama bagi penulis sendiri dalam rangka pengembangan Pendidikan di masa kini dan masa yang akan datang.

Bogor, September 2025

Elsyabila Gitazahrain

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	13
G. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Kajian Teori.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Pemikiran	40
D. Hipotesis	41
BAB III.....	44
METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Jenis Metode Penelitian.....	44
B. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	45
C. Populasi dan Sampel	48
D. Metode Pengumpulan Data	50
E. Teknik Analisis Data	52
BAB IV	70
HASIL DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Mengenai Objek Penelitian.....	70
B. Profil Responden	71

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	76
D. Uji Asumsi Klasik	82
E. Analisis Deskriptif.....	87
F. Analisis Korelasi	94
G. Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
H. Hasil Uji Hipotesis	96
I. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	98
J. Pembahasan Hasil Penelitian.....	99
BAB V.....	104
KESIMPULAN DAN SARAN	104
A. Kesimpulan.....	104
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Pra-survei Variabel Fear of Missing Out (FoMO).....	6
Tabel 2 Hasil Pra-survei Variabel Brand Trust	7
Tabel 3 Hasil Pra-survei Variabel Keputusan Pembelian	9
Tabel 4 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 5 Operasional Variabel	47
Tabel 6 Skala Likert	51
Tabel 7 Rentang Skala.....	61
Tabel 8 Nilai Koefisien Korelasi.....	63
Tabel 9 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	72
Tabel 10 Profil responden berdasarkan usia.....	73
Tabel 11 Profil responden berdasarkan pekerjaan.....	74
Tabel 12 Profil responden berdasarkan domisili	75
Tabel 13 Profil responden berdasarkan tingkat frekuensi pembelian.....	76
Tabel 14 Hasil Uji Validitas terhadap Variabel Fear of Missing Out	77
Tabel 15 Hasil Uji Validitas terhadap Variabel Brand Trust	78
Tabel 16 Hasil Uji Validitas terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	79
Tabel 17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fear of Missing Out	80
Tabel 18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Trust	81
Tabel 19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 20 Hasil Uji Normalitas.....	82
Tabel 21 Hasil Uji Multikolinieritas.....	84
Tabel 22 Hasil Uji Linieritas Variabel Fear of Missing Out terhadap Keputusan Pembelian	86
Tabel 23 Hasil Uji Linieritas Variabel Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian	87
Tabel 24 Hasil Uji Analisis Deskriptif	88
Tabel 25 Distribusi Frekuensi Variabel Fear of Missing Out (FoMO).....	90
Tabel 26 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Trust.....	91

Tabel 27 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	92
Tabel 28 Hasil Analisis Korelasi.....	94
Tabel 29 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	95
Tabel 30 Hasil Uji Parsial (uji t)	96
Tabel 31 Hasil Uji f.....	98
Tabel 32 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tahapan Keputusan Pembelian	29
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3 Hasil Uji Normalitas	83
Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	113
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	120
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	126
Lampiran 4 Tabulasi Data Responden	129
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	138
Lampiran 6 Hasil SPSS	141