

HALAMAN MOTTO

“Jangan berhenti ketika lelah, berhentilah ketika sudah selesai”



HALAMAN PERSEMBAHAN

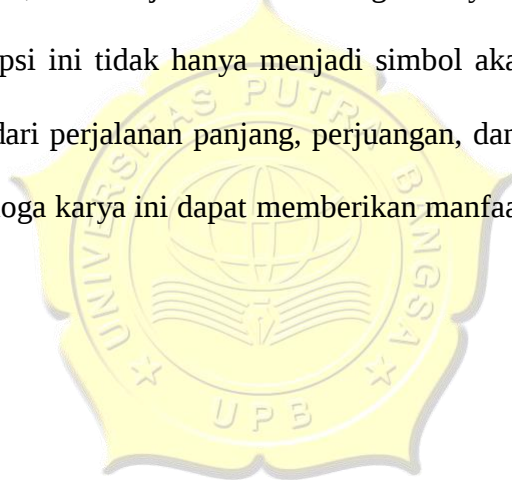
Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas limpahan rahmat, kekuatan, dan petunjuk-Nya sepanjang proses penyusunan skripsi ini. Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang terkasih dan semua pihak yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik dan kehidupan saya:

1. Kedua orang tua, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, semangat, dan pengorbanan tiada henti dalam setiap langkah hidup saya. Terima kasih atas keikhlasan, nasihat, dan doa yang tak henti kalian panjatkan yang menjadi sumber kekuatan saya.
2. Saudara-saudaraku, terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang selalu kalian berikan selama proses ini. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini terasa lebih ringan dan bermakna.
3. Bapak Anton Prasetyo, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas arahan, ilmu, dan waktu yang Bapak berikan. Setiap masukan yang diberikan menjadi bekal berharga dalam penyempurnaan karya ini.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar di lingkungan kampus, terima kasih atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Pengajaran dan keteladanan Bapak/Ibu menjadi bekal penting dalam perjalanan saya sebagai insan akademik.
5. Teman, sahabat, bestii, bestee, yang selalu ada dalam tawa, tangis, dan lelah. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang membuat

perjalanan ini terasa lebih ringan dan penuh warna. Kita telah melalui banyak hal bersama, dan saya bersyukur telah dipertemukan dengan kalian.

6. Diri saya sendiri, terima kasih karena tidak menyerah, meski banyak tantangan dan keraguan yang harus dihadapi. Proses ini telah mengajarkan arti ketekunan, kesabaran, dan kepercayaan pada diri sendiri.
7. Almamater tercinta, yang telah menjadi rumah ilmu, tempat saya belajar dan tumbuh, membentuk karakter dan memperluas wawasan. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu, khususnya di Program Studi Bisnis Digital, dan menjadi awal dari langkah saya selanjutnya.

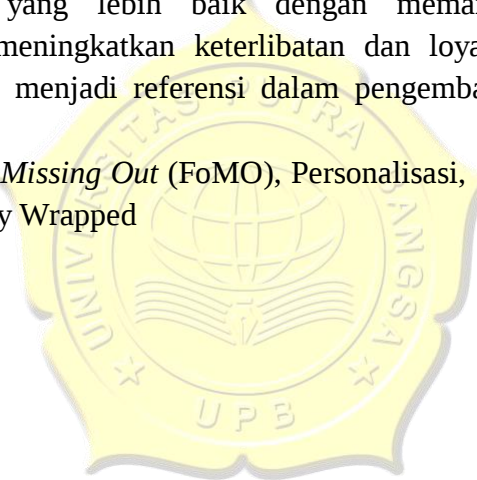
Akhirnya, skripsi ini tidak hanya menjadi simbol akademik semata, tetapi juga menjadi bukti dari perjalanan panjang, perjuangan, dan doa yang selama ini menyertai saya. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi siapa pun yang membacanya.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Fear of Missing Out* (FoMO) dan personalisasi dalam mendorong *customer engagement* dan *brand loyalty* di kalangan pengguna Spotify Wrapped di Kebumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih secara *purposive*. Hasil analisis menunjukkan bahwa FoMO dan personalisasi berpengaruh signifikan terhadap *customer engagement*. Pengguna yang takut tertinggal atau merasa diperhatikan lewat pengalaman yang dipersonalisasi cenderung lebih terlibat. Keterlibatan ini kemudian mendorong loyalitas terhadap merek. *Customer engagement* juga terbukti menjadi penghubung antara FoMO dan personalisasi dengan *brand loyalty*. Implikasi dari penelitian ini adalah memberikan masukan bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih baik dengan memanfaatkan FoMO dan personalisasi untuk meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pengguna. Hasil penelitian juga dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pemasaran digital.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out* (FoMO), Personalisasi, *Customer Engagement*, *Brand Loyalty*, Spotify Wrapped



ABSTRACT

This study aims to analyze the role of Fear of Missing Out (FoMO) and personalization in driving customer engagement and brand loyalty among Spotify Wrapped users in Kebumen. The method used in this research is a quantitative approach with Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analysis technique using SmartPLS 4.0 software. Data were collected through distributing questionnaires to 100 purposively selected respondents. The results of the analysis show that FoMO and personalization have a significant effect on customer engagement. Users who fear being left behind or feel cared for through personalized experiences tend to be more engaged. This engagement then drives brand loyalty. Customer engagement is also proven to be the link between FoMO and personalization with brand loyalty. The implication of this research is to provide input for companies in designing better marketing strategies by utilizing FoMO and personalization to increase user engagement and loyalty. The research results can also be a reference in the development of digital marketing science.

Keywords: *Fear of Missing Out (FoMO), Personalization, Customer Engagement, Brand Loyalty, Spotify Wrapped*



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Peran Fear of Missing Out dan Personalisasi dalam Mendorong Customer Engagement dan Brand Loyalty: Studi Kasus Spotify Wrapped di Kebumen.*" Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk menganalisis bagaimana Fear of Missing Out (FoMO) dan personalisasi dapat memengaruhi keterlibatan dan loyalitas pengguna di era digital yang semakin kompetitif. Melalui penelitian ini, saya berharap dapat memberikan wawasan baru mengenai strategi pemasaran yang efektif dalam konteks layanan digital.

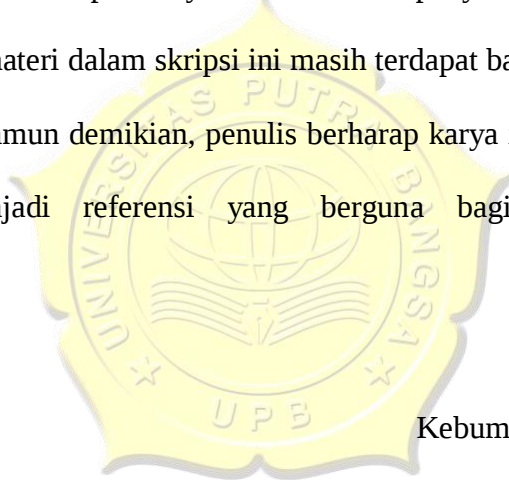
Skripsi ini berisi pembahasan berbagai variabel yang berpengaruh, serta menganalisis hubungan antara FoMO, personalisasi, customer engagement, dan brand loyalty. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pemasaran digital, khususnya dalam konteks aplikasi streaming musik.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan kontribusi berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Anton Prasetyo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan waktu, bimbingan dan arahan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.

2. Kedua orang tua, kakak serta adik saya yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan dalam berbagai bentuk, menjadi sumber kekuatan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh responden di wilayah Kebumen yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner dan mendukung kelancaran proses penelitian ini.
4. Teman-teman yang selalu memberikan semangat dan kebersamaan yang berarti selama penulisan skripsi ini berlangsung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan, pemilihan kata, maupun penyajian materi dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan belum sempurna. Namun demikian, penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.



Kebumen, 30 Juni 2025

Hani Shella Syaputri
NIM. 210100188

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Batasan Masalah.....	16
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1. Tinjauan Teori	19
2.1.1. <i>Brand Loyalty</i>	19

2.1.2. <i>Customer Engagement</i>	23
2.1.3. <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	29
2.1.4. Personalisasi	31
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Hubungan Antar Variabel	35
2.4. Model Empiris.....	40
2.5. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	43
3.2. Variabel Penelitian	43
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	44
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	47
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6. Populasi dan Sampel	50
3.7. Metode Analisis Data	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Analisis Deskriptif.....	60
4.2. Analisis Statistik.....	67
4.2.1 Perancangan Model Penelitian	67
4.2.2 Perancangan Model Pengukuran	68
4.2.3 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	69
4.2.4 Pengujian Inner Model	76
4.2.5 Pengujian Kebaikan dan Kecocokan Model.....	78
4.2.6 Pengujian Hipotesis	79
4.3. Pembahasan.....	84

BAB V SIMPULAN	90
5.1. Simpulan.....	90
5.1. Keterbatasan.....	91
5.2. Implikasi.....	92
5.3.1 Implikasi Praktis.....	92
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	94
5.3. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	106



DAFTAR GRAFIK

Grafik I - 1 Penetrasi Internet di Indonesia.....	1
Grafik I - 2 Platform Musik yang Paling Sering digunakan Masyarakat Indonesia 2023.....	4



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Pengguna Aktif Bulanan Spotify.....	3
Tabel I- 2 Hasil Observasi Awal Pengguna Spotify di Kebumen.....	7
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Brand Loyalty.....	45
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Customer Engagement	45
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel FoMO	46
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Personalisasi	47
Tabel IV- 1 Data Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan)	62
Tabel IV- 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel IV- 3 Data Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel IV- 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel IV- 5 Data Responden Berdasarkan Penghasilan	66
Tabel IV- 6 Outer Loading.....	70
Tabel IV- 7 Validitas Diskriminan.....	72
Tabel IV- 8 Cross Loading.....	73
Tabel IV- 9 Reliabilitas Konsistensi Internal.....	75
Tabel IV- 10 Laten Variabel Correlation.....	76
Tabel IV- 11 Nilai Goodness of Fit Indeks	79
Tabel IV- 12 Pengujian Hipotesis	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Model Empiris.....	41
Gambar IV - 1 Model Struktural.....	68
Gambar IV - 2 Model Pengukuran.....	69
Gambar IV - 3 Hasil Uji Validitas	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 2. Rekapitulasi Hasil Kuesioner	110
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	113
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	116
Lampiran 5. Hasil Pengujian Inner Model	117
Lampiran 6. Pengujian Hipotesis	118
Lampiran 7. Kartu Konsultasi Skripsi.....	119
Lampiran 8. Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal	120

