

## HALAMAN MOTTO

“Hidup adalah tentang menjaga keseimbangan antara  
kerja keras dan istirahat”

*-Najwa Shihab-*

*“It’s not about being the best, it’s about doing your best”*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tepat waktu.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- 1) Cinta pertama dan panutanku, Bapak Nurhadi Prayitno. Beliau memang tidak merasakan bangku perkuliahan. Akan tetapi beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya hingga sarjana.
- 2) Ibu tercinta, terimakasih sebesar besarnya atas segala doa, bantuan, dan semangatnya selama ini. Terimakasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat.
- 3) Teruntuk kakak-kakak dan adiku tercinta, terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini. Terimakasih atas semua doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
- 4) Bapak Arya Samudra Mahardhika, S.E., M.Sc., Ak., CA. selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
- 5) Teman-teman yang selalu memberikan hiburan dan bantuan. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga Tuhan senantiasa membalas setiap kebaikan kalian semua.

- 6) Seluruh civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen dan pembaca yang budiman.



## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Fear Of Missing Out*, Citra Merek, dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Mie Gaoan Kebumen). Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden khususnya konsumen mie gacoan. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Kebumen yang sudah pernah membeli dan mengonsumsi produk mie gacoan. Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuesioner. Metode yang digunakan yaitu *non – probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan SPSS for windows versi 22.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Fear Of Missing Out*, Citra Merek, dan *Electronic Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

**Kata Kunci :** *Fear Of Missing Out*, Citra Merek, *Electronic Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian



## ABSTRACTIONS

*This study aims to determine the influence of Fear of Missing Out (FOMO), Brand Image, and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Purchase Decisions (A Study on Mie Gacoan Kebumen Consumers). This research was conducted by taking a sample of 100 respondents, specifically Mie Gacoan consumers. The population in this study consisted of people in Kebumen who had purchased and consumed Mie Gacoan products. The data used in this research is primary data obtained from respondent answers collected through questionnaires. The research method used is non-probability sampling with a purposive sampling technique. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis using SPSS for Windows version 22.0. The results of this research show that Fear of Missing Out, Brand Image, and Electronic Word of Mouth simultaneously influence purchase decisions.*

**Keywords:** *Fear of Missing Out, Brand Image, Electronic Word of Mouth, Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul **“Pengaruh *Fear Of Missing Out*, Citra Merek, dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan Kebumen)”**

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan bantuan kepada penulis dari awal hingga selesai. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Arya Samudra Mahardhika, S.E., M.Sc., Ak., CA. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
3. Seluruh Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa.
4. Teman-teman angkatan 2021 yang selalu memberikan semangat.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan pada penulisan ini, untuk itu penulis memohon kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini juga dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan seluruh pihak yang membantunya.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Kebumen, 26 Juni 2025

Penulis,

  
Nur Azlina Raziz  
NIM 215504704



## DAFTAR ISI

|                                         |      |
|-----------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN.....               | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....          | iii  |
| HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....         | iv   |
| HALAMAN MOTTO .....                     | v    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....               | vi   |
| ABSTRAKSI .....                         | viii |
| KATA PENGANTAR .....                    | x    |
| DAFTAR ISI.....                         | xii  |
| DAFTAR TABEL.....                       | xv   |
| DAFTAR GAMBAR .....                     | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                    | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                  | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah.....        | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....              | 11   |
| 1.3. Batasan Masalah.....               | 12   |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....            | 15   |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....           | 15   |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....             | 16   |
| 2.1. Tinjauan Teori.....                | 16   |
| 2.1.1. Teori Perilaku Konsumen .....    | 16   |
| 2.1.2. Keputusan Pembelian.....         | 19   |
| 2.1.3. <i>Fear Of Missing Out</i> ..... | 28   |

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| 2.1.4. Citra Merek .....                        | 32 |
| 2.1.5. <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....    | 36 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu .....                 | 41 |
| 2.3. Hubungan Antar Variabel .....              | 50 |
| 2.4. Model Empiris.....                         | 53 |
| 2.5. Hipotesis.....                             | 54 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                  | 55 |
| 3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....          | 55 |
| 3.2. Variabel Penelitian .....                  | 55 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel.....         | 56 |
| 3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data ..... | 60 |
| 3.5. Data dan Teknik Pengupulan Data.....       | 62 |
| 3.6. Populasi dan Sampel .....                  | 64 |
| 3.7. Teknik Analisis .....                      | 66 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....            | 77 |
| 4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....              | 77 |
| 4.2. Analisis Deskriptif .....                  | 77 |
| 4.3. Analisis Statistik .....                   | 79 |
| 4.3.1. Uji Instrumen .....                      | 80 |
| 4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....                   | 84 |
| 4.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....    | 88 |
| 4.3.4. Uji Hipotesis .....                      | 90 |
| 4.4. Pembahasan.....                            | 94 |
| BAB V SIMPULAN .....                            | 99 |
| 5.1. Simpulan .....                             | 99 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 5.2. Keterbatasan.....         | 100 |
| 5.3. Implikasi.....            | 101 |
| 5.3.1 Implikasi Praktis .....  | 101 |
| 5.3.2 Implikasi Teoritis ..... | 103 |
| DAFTAR PUSTAKA .....           | 107 |
| LAMPIRAN.....                  | 112 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel I - 1 Jumlah Bisnis Kuliner di Jawa Tengah Tahun 2021-2022.....         | 2  |
| Tabel I - 2 Data Kuliner di Kabupaten Kebumen .....                           | 3  |
| Tabel I - 3 Hasil Kuesioner Terbuka 2024.....                                 | 7  |
| Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu .....                                       | 46 |
| Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.. | 57 |
| Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel FOMO .....          | 58 |
| Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Citra Merek .....   | 59 |
| Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel EWOM .....          | 60 |
| Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                   | 78 |
| Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....               | 79 |
| Tabel IV - 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....           | 80 |
| Tabel IV - 4 Hasil Uji Validitas Variabel Fear Of Missing Out .....           | 81 |
| Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....                    | 82 |
| Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Variabel Electronic Word Of Mouth.....       | 82 |
| Tabel IV - 7 Hasil Uji Reliabilitas .....                                     | 83 |
| Tabel IV - 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....                                 | 85 |
| Tabel IV - 9 Hasil Uji Glejser .....                                          | 86 |
| Tabel IV - 10 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov .....                              | 87 |
| Tabel IV - 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....                     | 89 |
| Tabel IV - 12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....                                  | 91 |
| Tabel IV - 13 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....                                | 93 |
| Tabel IV - 14 Koefisien Determinasi .....                                     | 93 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar I - 1 Data Survei Kedai Mie Pedas Favorit di Kebumen..... | 4  |
| Gambar II - 1 Proses Keputusan Pembelian .....                   | 25 |
| Gambar II - 2 Model Empiris.....                                 | 53 |
| Gambar IV - 1 Hasil Uji Heterokedastisitas .....                 | 86 |
| Gambar IV - 2 Hasil Uji Normalitas .....                         | 88 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....                   | 113 |
| Lampiran 2 .....                                       | 117 |
| Lampiran 3 Tabulasi Data.....                          | 120 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....                   | 125 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....                | 128 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....                | 129 |
| Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... | 132 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis .....                   | 133 |
| Lampiran 9 Tabel r.....                                | 134 |
| Lampiran 10 Tabel t.....                               | 137 |
| Lampiran 11 Tabel F.....                               | 140 |
| Lampiran 12 Kartu bimbingan Skripsi.....               | 143 |
| Lampiran 13 Kartu Seminar.....                         | 144 |

