

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif Pengunjung Mr. DIY Panyabungan dan penjelasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji t yang dilakukan terbukti bahwa variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengunjung Mr. DIY Panyabungan karena nilai t_{hitung} sebesar $9,587 > t_{tabel}$ 1,987 dan nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) berpengaruh positif signifikan dan mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pengunjung Mr. DIY Panyabungan.
2. Hasil koefisien determinasi yang dinotasikan dalam besarnya R Square adalah 0,511 atau 51,1%, hal ini berarti 51,1% kemampuan variabel *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam menerangkan variabel perilaku konsumtif pengunjung Mr. DIY. sedangkan sisanya ($100\% - 51,1\% = 48,9\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini. *Fear of Missing Out* (FoMO) yang semakin baik akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pengunjung, dikarenakan apabila *Fear of Missing Out* (FoMO) meningkat maka perilaku konsumtif pun akan ikut meningkat juga.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis mencoba memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi:

1. Bagi perusahaan Mr. DIY

Pengusaha toko retail Mr. DIY Panyabungan harus terus mengupayakan atau berusaha menerapkan berbagai macam strategi pemasaran dalam toko, sehingga kondisi atau suasana di dalam toko retail Mr. DIY dapat menjadikan konsumen nyaman selama proses berbelanja.

2. Bagi pengunjung

Pengunjung diharapkan mampu meningkatkan kontrol diri ketika menghadapi promo menarik, tren viral, maupun pengaruh dari lingkungan

sosial. Membuat daftar kebutuhan sebelum berbelanja serta membatasi anggaran belanja dapat menjadi cara sederhana untuk mencegah perilaku konsumtif yang dipicu oleh FoMO. Selain itu, pengunjung juga disarankan untuk lebih memprioritaskan kebutuhan primer dibandingkan sekadar keinginan sesaat, sehingga keputusan berbelanja yang diambil tidak menimbulkan penyesalan di kemudian hari.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti terkait penelitian ini, disarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel yang memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku konsumtif.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, M. A.H. (2021). Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Pekanbaru. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Adiputra, R. & Moningka, C. (2012). Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal, *Jurnal Psibernetika*, Vol 5, No 2, Oktober 2012, h. 78-79
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273–279.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179.
- Amelia, D. T. (2023). Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Masa Dewasa Awal. *Causalita : Journal of Psychology*, 1(1), 28–37.
- Amri, S. (2018). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Uin Suska Riau. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 1(69), 5–24.
- Apolo, M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Produk Merchandise KPOP. *Journal Of Science Research*, 3, 43847–43858
- Ayuningtyas, R. F. (2020). Studi mengenai kecanduan internet dan fear of missing out (FoMO) pada siswa di smk negeri 1 driyorejo. *Jurnal BK UNESA*, 11(4), 413–419.
- Azzaki, F. (2024). Analisis Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) di Instagram dalam Perspektif Hadis. 5(3).
- Chrisdianto, S. J. J. (2020). *Optimalisasi perawatan tangki ballast untuk mencegah terjadinya korosi dan cara pencegahannya*. 1–72.
- Dewanata, P. H. (2024). Pengaruh fear of missing out (fomo), perilaku konsumtif dan lifestyle (gaya hidup) terhadap impulse buying marketplace shopee studi kasus mahasiswa manajemen di universitas PGRI Madiun.
- Fari'ha, A. U. (2023). Fenomena Fomo (Fear of Missing Out) Sebagai Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Pembelian Mixue Di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 8(3),

5–24.

- Fitriana, A.U. (2024). Fenomena Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Gaya Hidup Remaja Perkotaan Kota Bekasi. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Fuster, H., Chamarro, A., & Oberst, U. (2017). Fear of Missing Out, online social networking and mobile phone addiction: A latent profile approach. *Aloma: Revista de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 35(1), 22-30.
- Haniah, N. (2013). Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors. *Statistika Pendidikan*, 1, 1–17.
- Handaru, A. W. (2012). *Pengaruh Kepuasan Gaji Dan Komitmen Organisasi Terhadap Intensi Turnover Pada Divisi Jamsostek*. 3(1), 1–19.
- Herman, D. (2000). The Fear of Missing Out (FoMO) and the Psychology of Scarcity. *The Jurnal of Brand Management*, 9 (5), 320-332
- Hutapea, R. T. E., & Fatmasari, A. E. (2023). Hubungan Antara Fear of Missing Out dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna Shopee Pay Later (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari'Ah. *INFOTECH Journal*, 9(2), 339–344.
- Islam, J. P. (2024). *An-Nahdlah: Jurnal Pendidikan Islam, Volume 4, Nomor 2, Desember 2024*. 4, 345–351.
- Ishahila, A., Fatimah, F., & S, W. E. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2),
- Jangkar, V. Y. (2024). *Hubungan antara fear of missing out (FOMO) dengan perilaku konsumtif mahasiswa prodi bimbingan konseling fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Nusa Cendana*. 3, 57–66.
- Kartika, A. C. (2024). Pengaruh Self Esteem terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada Remaja di SMA Negeri 2 Pasuruan. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Kusuma, L., Rahardjo, D., Soetjningsih, C. H., Kristen, U., & Wacana, S. (2022). *Fear of Missing Out (FOMO) dengan Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa*. 4(3), 456–461.

- Lim, C., Genoviene, F., Riyanto, B., & Abdillah, F. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Keputusan Pembelian Donut of Curiosity. *1*, 1–10.
- Manopo, A. N., Mandang, J. H., & Kaunang, S. E. J. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Perilaku Konsumersime Pada Mahasiswa Fipp Unima. *Psikopedia*, *5*(3), 159–168.
- Mariansyah, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmia Bina Manajemen*, *3*(2), 1–13.
- Mayasari, F. (2023). *Menilik Fenomena FoMO (Fear of Missing Out) pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau*. *5*, 75–86.
- Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, *4*.
- Muh, D. (2019) *Membangun Motivasi Belajar dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional dan Spiritual*. IAIN Parepare Nusantara Press, Parepare. ISBN 978-623-91521-0-9
- Mr. DIY Indonesia. "Tentang Kami". <https://www.mrdiy.com/id/tentang-kami>. diakses 15 Agustus 2025
- Mr. DIY Indonesia. "Cerita Kami Mr. DIY, Impian Berawal dari Sebuah Tok". <https://corporate-id.mrdiy.com/cerita-kami>. diakses 15 Agustus 2025
- Mr. DIY Indonesia. "Tentang Kami". <https://www.mrdiy.com/id/storeopenings/toko-ke-371-di-ruko-penyabungan>. diakses 15 Agustus 2025
- Nadhifah, H. A., Sucipto, M. A. B., & Sudibyo, H. (2024). Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, *10*(1), 17–27.
- Namira, F. (2022). Hubungan Konformitas Kelompok Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Pembelian Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2017.
- Neti, Y. (2019). Hubungan Antara Body Image dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu

- Sosial UIN Suska Riau. 1997, 13–31.
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 92–100.
- Paujiah, & Ariani, L. (2023). Perilaku Konsumtif: Studi Kuantitatif Deskriptif Masyarakat di Kabupaten Kotabaru. *Jurnal Ilmu Psikologi Dan Kesehatan*, 2(2), 153–160.I
- Przybylski, A.K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and behavioral correlates of the fear of missing out, *Computers in Human Behavior*, 29 (4), 1841-1848.
- Purwati, R., Pristiyono, P., & Halim, A. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Terhadap Belanja Online Sebagai Kebutuhan Ataukah Gaya Hidup. *Jesya*, 6(2), 2152–2166.
- Radianto, D. O. (2024). Literature Review : Analisis Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Mr . Diy. 8(5), 282–290.
- Rizky, A., Mulyadi, D., & Sungkono. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Viral Di Media Sosial Pada Gen-Z (Studi Kasus Di Kabupaten Karawang). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 211(9), 211–219.
- Rohmah, L. N., Maida, N. Z., Kusumaputri, L. A. F., Al-Wafa, M. Q., & Mukti, T. (2021). Pengaruh kemudahan bertransaksi dan sifat hedonisme terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2023 universitas sultan ageng tirtayasa. 1(3), 185–194.
- Safitri, A. F., & Rinaldi. (2023). Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Pembeli Barang Diskon Aplikasi Shopee. *Ahkam*, 2(4), 727–737.
- Salsabila, N. A. (2024). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Tren Produk Kosmetik di Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Sasongko, R. M., Mubarak, A. A., & Ridwan, M. (2023). Fear of Missing Out Dalam Pemasaran: Kajian Literatur Dan Implikasi. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 4(2), 222–232.

- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1), 53–65.
- Siddik, S., Mafaza, M., & Sembiring, L. S. (2020). Peran harga diri terhadap fear of missing out pada remaja pengguna situs jejaring sosial. *Jurnal psikologi teori dan terapan*, 10(2), 127-138.
- Sinaga, D. (2014). *Statistik Dasar*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo).
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. 2002, 16–35.
- Syahrum. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Rusydi Ananda (ed.)). Citapustaka Media.
- Waspodo, A. A. W. (2013). *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Turnover Intention Pada Karyawan*. 4(1), 97–115.
- Wirasukessa, K., & Sanica, I. G. (2023). Fear of Missing Out Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 156–175.
- Wulandari, D., & Aulia, P. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada generasi Z di Kota Padang Prima Aulia. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 178–186.
- Yaputri, M. S., Dimiyati, D., & Herdiansyah, H. (2022). Correlation Between Fear Of Missing Out (FoMO) Phenomenon And Consumptive Behaviour In Millennials. *Eligible : Journal of Social Sciences*, 1(2), 116–124.
- Yudistira. (2022). Pengaruh Brand Image , Harga , Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 5(2), 125–131.