

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DAN
HEDONIC SHOPPING MOTIVATION TERHADAP
IMPULSE BUYING DENGAN *CONTENT MARKETING*
SEBAGAI VARIABEL MODERAT PADA PRODUK
TUMBLER CORKCICLE DI TIKTOK SHOP PADA
GENERASI Z DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program
Studi Ilmu Administrasi Niaga



OLEH:
KHOIROTIN NISAK
NBI. 1122200043

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026**

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DAN
HEDONIC SHOPPING MOTIVATION TERHADAP
IMPULSE BUYING DENGAN *CONTENT MARKETING*
SEBAGAI VARIABEL MODERAT PADA PRODUK
TUMBLER CORKCICLE DI TIKTOK SHOP PADA
GENERASI Z DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga



OLEH:
KHOIROTIN NISAK
NBI. 1122200043

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama: Khoirotin Nisak

NBI : 1122200043

**Judul : Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FoMO) dan *Hedonic Shopping Motivation*
Terhadap *Impulse Buying* dengan *Content Marketing* Sebagai Variabel
Moderat pada Produk Tumbler Corkeicle di Tiktok Shop pada Generasi
Z di Surabaya**

Surabaya, 3 Juni 2026

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing 1**



Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.
NPP. 20110.86.0062



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 3 Juni 2026

Dewan Penguji :

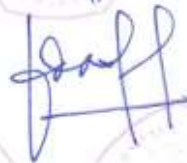
**1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
Ketua**

()

**2. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M
Anggota I**

()

**3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M
Anggota II**

()

**Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



**Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.
NPP. 20110.86.0062**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Khoirotin Nisak

NBI : 11222200043

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Judul Skripsi : Pengaruh *Fear Of Missing Out (Fomo)* dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* dengan *Content Marketing* Sebagai Variabel Moderat pada Produk Tumbler Corkcicle di Tiktok Shop pada Generasi Z di Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 3 Juni 2026

Yang r.



Khoirotin Nisak



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoirotin Nisak
NBI/NPM : 11222200043
Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

"Pengaruh *Fear Of Missing Out (Fomo)* dan *Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying* dengan *Content Marketing* Sebagai Variabel Moderat pada Produk Tumbler Corkcicle di Tiktok Shop pada Generasi Z di Surabaya"

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 3 Juni 2026

Yang Menyatakan,



(Khoirotin Nisak)

MOTTO

“Sesuatu yang tidak dipertaruhkan, tidak akan dimenangkan”

- Sutan Sjahrir

“Semua jatuh bangunmu, hal yang biasa
Angan dan pertanyaan, waktu yang menjawabnya
Berikan tenggat waktu, bersedihlah secukupnya
Rayakan perasaanmu sebagai manusia”

- Baskara (Hindia, Mata Air)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Khoirotin Nisak
Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 08 Oktober 2003
Alamat : Bulak Cumpat Srono Gg. III No. 3, RT 03/RW 02,
Kec. Bulak, Kel. Bulak, Kota Surabaya
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Status Perkawinan : Belum Menikah
Agama : Islam
Nomor Telepon : 08819637685
E-mail : khoirotinnisak008@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Bulak Rukem I No. 258 (2010-2016)
2. SMP Negeri 54 Surabaya (2016-2019)
3. SMK Negeri 10 Surabaya (2019-2022)
4. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (2022-2026)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, kesehatan, kemudahan, serta pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa cinta, hormat, terima kasih, dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah hadir dan mengambil bagian dalam perjalanan hidup penulis :

1. Teruntuk garda terdepan penulis Bapak Moch. Suyitno dan pintu surga penulis Ibu Mujayanah. Terima kasih atas seluruh perjuangan, pengorbanan, kasih sayang, serta cinta yang tidak pernah habis untuk penulis, telah menjadi alasan terbesar penulis untuk terus bertahan dan melangkah sejauh ini, telah mengarahkan dan meyakinkan penulis untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan hingga akhirnya penulis dapat menjadi anggota pertama dalam keluarga yang memperoleh gelar sarjana. Segala doa yang tidak pernah putus, dukungan moral maupun finansial, perhatian kecil yang begitu berarti, serta pelukan hangat yang selalu menenangkan adalah kekuatan terbesar bagi penulis dalam menghadapi setiap proses kehidupan. Terima kasih karena selalu berusaha melakukan apa pun demi melihat penulis bahagia dan baik-baik saja. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan betapa besar rasa syukur penulis memiliki orang tua seperti Bapak dan Ibu. Semoga segala usaha, pengorbanan, dan perjuangan yang telah dilakukan Bapak dan Ibu dapat menjadi jalan bagi penulis untuk meraih masa depan yang indah, serta semoga penulis mampu membalas seluruh usaha dan kasih sayang Bapak dan Ibu dengan kebahagiaan di kemudian hari.
2. Kedua kakek dan nenek tercinta, Mbah Paodjan dan Mbah Karsiti, serta Almarhum Mbah Ngali dan Almarhumah Mbah Kani. Terima kasih atas kasih sayang, doa, perhatian, serta dukungan yang tidak pernah terputus untuk penulis. Terima kasih karena selalu menyebut nama penulis dalam setiap doa-doa baik yang dipanjatkan. Terima kasih telah melahirkan dan membesarkan orang tua yang begitu luar biasa sehingga penulis dapat tumbuh di lingkungan yang penuh cinta dan kehangatan keluarga.

3. Kakak kandung dan kakak ipar penulis, Achmad Minshorun dan Anis Amanah. Terima kasih atas segala perhatian, dukungan, bantuan, serta motivasi yang selalu diberikan kepada penulis, yang selalu membantu penulis baik dalam bentuk dukungan moral maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini dengan baik. Kehadiran kalian menjadi salah satu alasan penulis merasa tidak pernah sendiri dalam menjalani setiap proses kehidupan, serta dukungan kecil maupun besar yang kalian berikan memiliki arti yang begitu besar dalam perjalanan penulis sampai pada titik ini
4. Kedua keponakan tersayang, Arshaka Wira Pradipta Achmad dan Alvarrendra Savael Ibni Tsany Achmad. Terima kasih telah menjadi sumber kebahagiaan dan penghibur bagi penulis di tengah rasa lelah, penat, dan tekanan selama proses penyusunan skripsi ini. Tawa, tingkah lucu, dan kebersamaan kecil bersama kalian selalu berhasil mengembalikan semangat penulis untuk terus melanjutkan perjuangan ini.
5. Seluruh keluarga besar tercinta yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas seluruh doa, dukungan, motivasi, perhatian, serta kasih sayang yang selalu diberikan kepada penulis. Terima kasih karena selalu percaya dan mendukung setiap langkah yang penulis ambil hingga mampu menyelesaikan pendidikan ini. Kehangatan keluarga ini menjadi salah satu kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus bertumbuh dan berjuang.
6. Yudea Deva Nanda, selaku partner penulis. Terima kasih karena telah hadir dan bertahan menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis sejak masa SMP hingga saat ini, selalu menemani setiap proses kehidupan penulis, baik dalam keadaan senang maupun sulit. Sosok yang menjadi tempat pulang paling aman dan nyaman untuk penulis berkeluh kesah, bercerita, yang tidak pernah membiarkan penulis menghadapi kesulitan seorang diri, selalu mendengarkan tanpa menghakimi, dan senantiasa hadir memberikan dukungan serta motivasi di saat penulis merasa lelah dan hampir menyerah.
7. Sahabat seperjuangan penulis, Ayu Wakhidatul Setya Wardani, Venti Dwi Novita Sari, Rizka Rachmawati Dwi Imelia, Ardina Vita Rika Pratiwi, Arvika Andriani Maulana Putri, Syabila Nanda Nurlisa, dan Nurista Yuka Widia Sari. Terima kasih untuk seluruh cerita, tawa, perjuangan, dukungan, kepedulian, serta kebersamaan yang telah kita lalui bersama, selalu saling menguatkan di tengah kesulitan, saling membantu ketika salah satu merasa lelah, dan saling meyakinkan bahwa kita mampu melewati semuanya bersama-sama. Banyak kenangan indah yang tercipta bersama kalian dan akan selalu menjadi bagian berharga dalam hidup penulis. Semoga persahabatan ini tetap terjaga hingga kapan pun.

8. Nadinda Azzahra Erfanda dan Apriliana Eka Putri, sebagai teman yang sudah penulis anggap seperti saudara sendiri. Terima kasih karena telah hadir menjadi pendengar yang baik dalam setiap cerita dan keluh kesah penulis, tidak pernah memiliki rasa iri ataupun dengki atas setiap pencapaian satu sama lain, serta selalu mendukung dan menguatkan apa pun keputusan yang penulis ambil. Kehadiran kalian menjadi salah satu bentuk persahabatan paling tulus yang penulis syukuri, karena selalu menerima penulis dengan apa adanya dan tetap berjalan bersama hingga saat ini.
9. *Last, for the youngest daughter who carries the final hopes and dreams of her parents*, Khoirotin Nisak. Apresiasi sebesar-besarnya penulis berikan kepada diri sendiri yang telah berjuang tanpa henti hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena telah bekerja keras, bertahan, dan tidak menyerah dalam menghadapi setiap proses kehidupan yang tidak selalu mudah untuk dijalani. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan rasa khawatir, namun tetap mampu dijalani dan berhasil dilewati dengan penuh usaha. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas menerima segala hal yang terjadi, meskipun banyak hal berjalan di luar harapan dan prediksi. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat meski berkali-kali merasa hampir menyerah karena keadaan dan tekanan yang datang silih berganti. Tidak mudah berada di titik ini, namun diri sendiri berhasil membuktikan bahwa semua dapat dilalui. Berbahagialah di mana pun berada, karena diri ini pantas untuk dicintai, dihargai, dan dibanggakan atas seluruh perjuangan yang telah berhasil dilewati.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Fear of Missing Out* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying* dengan *Content Marketing* sebagai Variabel Moderat pada Produk Tumbler Corkicle di TikTok Shop pada Generasi Z di Surabaya” dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai hambatan dan tantangan. Namun, berkat bantuan, dukungan, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta kelancaran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Harjo Saputro, S.T., M.T. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, serta meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Agung Pujiyanto, M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan saran, dukungan, dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan selama penulis menjalani masa perkuliahan.
8. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam pengisian kuesioner sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
9. Kedua orang tua dan keluarga penulis, Bapak Moch. Suyitno dan Ibu Mujayanah yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral

maupun material, serta semangat yang tiada henti kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini.

10. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan bantuan, motivasi, semangat, serta menemani penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan penelitian ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca maupun pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 25 Mei 2026

Khoirotin Nisak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* dan *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying* dengan variabel moderasi *Content Marketing* pada produk tumbler Corkcicle di TikTok Shop pada Generasi Z di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data dikumpulkan dari 100 responden melalui penyebaran kuesioner *online* menggunakan teknik insidental *sampling*. Analisis data dilakukan dengan metode statistik menggunakan regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji pengaruh langsung dan moderasi antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) berpengaruh terhadap *Impulse Buying* dengan nilai signifikansi sebesar 0,008, sedangkan *Hedonic Shopping Motivation* juga berpengaruh terhadap *Impulse Buying* dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Variabel *Content Marketing* tidak mampu memoderasi pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Impulse Buying* dengan nilai signifikansi sebesar 0,117. Selain itu, *Content Marketing* juga tidak mampu memoderasi pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* terhadap *Impulse Buying* dengan nilai signifikansi sebesar 0,094. Temuan ini menegaskan bahwa *Fear of Missing Out* dan *Hedonic Shopping Motivation* lebih dominan dalam mendorong perilaku *Impulse Buying* dibandingkan *Content Marketing* sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, direkomendasikan bagi pelaku bisnis untuk lebih memperhatikan faktor psikologis konsumen seperti rasa takut tertinggal tren dan motivasi belanja hedonis dalam meningkatkan pembelian impulsif pada TikTok Shop. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pelaku usaha dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital pada produk tumbler Corkcicle di TikTok Shop.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out* (FoMO), *Hedonic Shopping Motivation*, *Content Marketing*, *Impulse Buying*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Fear of Missing Out and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying with Content Marketing as a moderating variable on Corkcicle tumbler products in TikTok Shop among Generation Z in Surabaya. The research method used was quantitative with a survey approach, where data were collected from 100 respondents through the distribution of online questionnaires using incidental sampling techniques. Data analysis was conducted using statistical methods, namely multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA), to examine the direct and moderating effects between variables. The results of this study indicate that Fear of Missing Out (FoMO) has a significant effect on Impulse Buying with a significance value of 0.008, while Hedonic Shopping Motivation also has a significant effect on Impulse Buying with a significance value of 0.003. The Content Marketing variable was unable to moderate the effect of Fear of Missing Out on Impulse Buying with a significance value of 0.117. In addition, Content Marketing was also unable to moderate the effect of Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying with a significance value of 0.094. These findings confirm that Fear of Missing Out and Hedonic Shopping Motivation are more dominant in encouraging Impulse Buying behavior compared to Content Marketing as a moderating variable. Therefore, business actors are recommended to pay more attention to consumers' psychological factors, such as fear of missing trends and hedonic shopping motivation, in increasing impulsive purchases on TikTok Shop. This research provides important insights for business actors in improving the effectiveness of digital marketing strategies for Corkcicle tumbler products on TikTok Shop.

Keywords: *Fear of Missing Out (FoMO), Hedonic Shopping Motivation, Content Marketing, Impulse Buying.*

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	25
2.2.1 Manajemen Pemasaran	25
2.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	26
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	29
2.2.4 <i>Digital Marketing</i>	33
2.2.5 Perilaku Konsumen	35
2.2.6 <i>Fear of Missing Out</i> (Rasa Takut Ketinggalan).....	41
2.2.7 <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (Motivasi Belanja Hedonis)	44
2.2.8 <i>Content Marketing</i> (Pemasaran Konten).....	47
2.2.9 <i>Impulse Buying</i> (Pembelian Impulsif).....	50
2.3 Definisi Konsep dan Operasional	52
2.3.1 Definisi Konsep.....	52
2.3.2 Definisi Operasional	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengguna Tiktok Berdasarkan Usia	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2. 2 Definisi Konsep & Definisi Operasional.....	54
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	65
Tabel 3. 2 Kelas Interval.....	65
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	74
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Produk Corkicle.....	74
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (X1).....	79
Tabel 4. 9 Tabulasi Data Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X2)	83
Tabel 4. 10 Tabulasi Data Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	86
Tabel 4. 11 Tabulasi Data Variabel <i>Content Marketing</i> (Z)	90
Tabel 4. 12 Indikator <i>Fear of Missing Out</i>	94
Tabel 4. 13 Indikator <i>Hedonic Shopping Motivation</i>	95
Tabel 4. 14 Indikator <i>Impulse Buying</i>	97
Tabel 4. 15 Indikator <i>Content Marketing</i>	99
Tabel 4. 16 Uji Linearitas Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (X1).....	102
Tabel 4. 17 Uji Linearitas Variabel <i>Hedonic Shopping Motivation</i> (X2)	102
Tabel 4. 18 Uji Linearitas Variabel <i>Content Marketing</i> (Z)	103
Tabel 4. 19 Uji Normalitas.....	104
Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	106
Tabel 4. 21 Hasil Regresi Linier Berganda.....	108
Tabel 4. 22 Tabel Koefisien Determinasi (R^2)	109
Tabel 4. 23 Hasil Regresi Linier Berganda Sesudah Dimoderasi	110
Tabel 4. 24 Tabel Koefisien Determinasi (R^2) Setelah Dimoderasi	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Total Pengguna Sosial Media.....	2
Gambar 1. 3 Katalog Tumbler Corckcicle	4
Gambar 1. 4 <i>Content Marketing</i> Corkcicle.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	59
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Aktivitas	75
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli Produk Corkcicle	76
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	104
Gambar 4. 4 Uji Normalitas Data Model P-PLOT	105
Gambar 4. 5 Uji Heteroskedastisitas Model Scatterplot	107
Gambar 4. 6 <i>Content Marketing</i> di <i>Account</i> Tiktok Corkcicle	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	133
Lampiran 2 Uji Instrumen	137
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	141
Lampiran 4 Uji Regresi Linear Berganda dan R^2	143
Lampiran 5 Uji Hipotesis.....	144
Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi.....	145
Lampiran 7 Hasil Turnitin	147
Lampiran 8 Letter of Acceptance.....	148
Lampiran 9 Bebas Laboratorium Kewirausahaan.....	149