

PENGARUH *INFLUENCER CREDIBILITY*, *FEAR OF MISSING OUT(FOMO)* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PURE MATCHA BEORGANIK PADA PENGGUNA TIKTOKSHOP KONSUMEN GEN Z DI SURABAYA

SKRIPSI

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



Oleh :

MELLANDRI ANNAS RAMADHANI

NBI. 1122200067

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

**PENGARUH *INFLUENCER CREDIBILITY*, *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PURE
MATCHA BEORGANIK PADA PENGGUNA
TIKTOKSHOP KONSUMEN GEN Z DI SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

MELLANDRI ANNAS RAMADHANI

NBI. 1122200067

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

2026

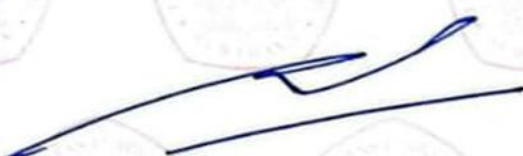
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mellandri Annas Ramadhani
NBI : 1122200067
Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Credibility, Fear of Missing Out (FOMO)*,
dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Pure Matcha Beorganik pada Pengguna TikTokshop
Konsumen Gen Z di Surabaya

Surabaya, 06 Juli 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



Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.
NPP.20120.86.0057

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana S1 pada tanggal 06 Juli 2026.

Dewan Penguji :

1. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S
Ketua

2. Dra. Awin Mulyati, M.M
Anggota I

3. Drs. Agung Pudjianto, 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 PENYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Mellandri Annas Ramadhani

NIM : 1122200067

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Credibility*, *Fear of Missing Out (FOMO)*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Purematcha Beorganik pada Pengguna Tiktokshop Konsumen Gen 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 atau karya 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 dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian 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, 06 Juli 2026
Yang membuat Pernyataan



Mellandri Annas Ramadhani



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 : Mellandri Annas Ramadhani
NBI/ NPM : 1122200067
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan 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 *Influencer Credibility*, *Fear of Missing Out* (FOMO), dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pure Matcha Beorganik pada Pengguna TikTokshop Konsumen Gen 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 : 29 Juni 2026

Yang Menyatakan



10000
Rp
METERAI
TEMPEL
SB9A6ANX321193307

(Mellandri Annas Ramadhani)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dari seluruh halaman yang ada dalam skripsi ini, pada halaman persembahan ini merupakan halaman yang paling bermakna, karena disini penulis menitipkan rasa syukur, terima kasih. Maka dari itu, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Cinta pertama dan panutanku serta pintu surgaku, ayahanda Sutarno dan ibunda Sri Wahyuni. Kepada Ayah, laki-laki hebat yang menjadi cinta pertamaku. Terima kasih telah menjadi tiang yang begitu kokoh, yang mengajarkanku arti ketangguhan tanpa perlu banyak bicara. Terima kasih atas setiap tetes keringat yang mengalir demi memastikan aku bisa duduk di bangku kuliah dan meraih mimpi yang mungkin dulu belum sempat Ayah wujudkan. Di balik gelar yang hari ini melekat di namaku, ada pundak Ayah yang lelah dan tangan yang mengeras karena bekerja keras demi masa depanku. Kepada Ibu, malaikat tak bersayap yang menjadi pintu surgaku. Terima kasih atas kasih sayang yang luasnya melebihi samudra, dan kesabaran yang tidak pernah ada batasnya. Terima kasih karena selalu menjadi tempatku pulang saat dunia luar terasa begitu menghakimi. Di setiap lembar skripsi ini, aku tahu ada bait-bait doa Ibu yang menggema di sepertiga malam, yang mengetuk pintu langit hingga rida Allah mempermudah jalanku. Ibu adalah alasan utamaku untuk tidak pernah menyerah saat revisi. Lembaran kertas ini tentu tidak akan pernah cukup untuk membayar setiap suap nasi, setiap tetes air mata, dan semua pengorbanan yang telah Ayah dan Ibu berikan sejak aku lahir ke dunia. Toga dan gelar ini bukan milikku, ini adalah milik kalian. Terima kasih sudah mencintaiku dengan begitu tulus. Semoga pencapaian kecil ini bisa menjadi sedikit penawar lelah dan mengukir senyum bangga di wajah kalian. Aku sangat beruntung dan bangga lahir sebagai anak Ayah dan Ibu.
2. Kedua adik tercinta penulis, Masayu Balqis Aafiah dan Abimanyu Ataya Afsal. Terima kasih telah menjadi salah satu alasan penulis untuk terus berjuang dan bertahan hingga berada di titik ini. Semoga segala proses dan perjuangan yang telah dilalui penulis dapat menjadi contoh dan motivasi untuk terus semangat dalam meraih cita-cita dan masa depan yang diinginkan.
3. Seluruh keluarga besar tercinta, yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, dukungan, semangat, serta motivasi dalam setiap proses perjalanan hidup dan pendidikan penulis. Terima kasih atas perhatian, dan kepercayaan yang selalu diberikan hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan Auliddah Arelya Pamesti, Nabila Utari Karunia Putri yang telah menjadi bagian dari proses tumbuh dan berjuang saya, terima

kasih atas dukungan yang tanpa banyak diminta, menjadi ruang cerita saat saya merasa lelah, setiap perjuangan yang dilewati bersama akan menjadi kenangan berharga yang tidak mudah dilupakan, terima kasih karena selalu hadir, mendengarkan, menguatkan, dan menemani penulis dalam keadaan susah maupun senang selama masa perkuliahan hingga akhirnya mampu sampai pada titik ini. Semoga segala langkah baik yang sedang diperjuangkan dapat berakhir pada hasil terbaik untuk kita semua.

5. Untuk seseorang yang belum bisa kutulis namanya disini, namun sudah tertulis jelas di Lauhul Mahfudz untukku. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini sebagai salah satu bentuk penulis dalam memantaskan diri. Meskipun saat ini penulis tidak tahu keberadaanmu entah di bumi bagian mana dan menggenggam tangan siapa. Seperti kata Bj Habibie "Kalau memang dia dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balik pun saya yang dapat".
6. *Last but not least*, anak Perempuan pertama dan harapan orang tuanya, Mellandri Annas Ramadhani (penulis). Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri yang telah berjuang tanpa henti. Terima kasih telah bekerja keras dan bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan kekhawatiran. namun tetap dijalani dan berhasil dilalui. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski banyak hal yang terjadi diluar prediksi. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah karena kondisi. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah menghadapi tekanan tapi tetap diperjuangkan. Teruslah belajar dan mensyukuri nikmat yang Allah berikan. Tetap semangat untuk terus berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Penulis berdoa agar langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab, dan yang paling bahagia dunia akhirat. Aamiin.

RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama	: Mellandri Annas Ramadhani
Tempat, tanggal lahir	: Surabaya, 14 November 2003
Alamat	: Jl. Pogot 5 No. 26, RT 009/ RW 005, Surabaya
Kebangsaan	: Indonesia
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
No. Telp / Email	: 082132593874 / mellandriar1403@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Jenjang	Sekolah/Instansi/Universitas	Jurusan	Periode
SD	SD Negeri Tanah Kali Kedinding 2/252	-	2010 - 2016
SMP	SMP Negeri 31 Surabaya	-	2016 - 2019
SMA	SMK Negeri 10 Surabaya	Perbankan dan Keuangan Mikro	2019 - 2022
Strata I	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Administrasi Bisnis	2022 - 2026

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah: 6)

“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia”

(Nelson Mandala)

"Sabar dalam berproses, ikhlas dalam menerima hasil. Because when Allah guides your steps."

(Penulis)

ABSTRAK

Mellandri Annas Ramadhani, 2026, “**Pengaruh *Influencer Credibility*, *Fear of Missing Out* (FOMO), dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pure Matcha Beorganik pada Pengguna TikTokshop Konsumen Gen Z di Surabaya**”

Pertumbuhan gaya hidup sehat di kalangan masyarakat Indonesia turut mendorong meningkatnya minat konsumen terhadap produk organik, salah satunya produk Pure Matcha BeOrganik yang dipasarkan melalui *platform* TikTokShop. Persaingan pasar yang semakin padat membuat pelaku usaha tidak hanya mengandalkan kualitas produk, namun juga strategi pemasaran digital yang melibatkan kredibilitas pemberi pengaruh (*influencer*) serta pemanfaatan kecemasan akan tertinggal tren atau *Fear of Missing Out* (FOMO). Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Influencer Credibility*, FOMO, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Pure Matcha BeOrganik pada konsumen generasi Z pengguna TikTokShop di Kota Surabaya, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, ketiga variabel yaitu *Influencer Credibility*, FOMO, dan Kualitas Produk masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan kontribusi sebesar 57,2 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti harga, citra merek, dan promosi. Temuan ini memberikan implikasi bahwa kombinasi antara kepercayaan terhadap sumber promosi, dorongan psikologis akibat tren viral, serta jaminan mutu produk merupakan kunci utama dalam mendorong keputusan pembelian konsumen muda di *platform e-commerce* berbasis media sosial.

Kata Kunci: *Influencer Credibility*, *Fear of Missing Out*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, TikTokShop

ABSTRACT

Mellandri Annas Ramadhani, 2026, **“Pengaruh Influencer Credibility, Fear of Missing Out (FOMO), dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pure Matcha Beorganik pada Pengguna TikTokshop Konsumen Gen Z di Surabaya”**

The growing trend of healthy living among Indonesian society has increased consumer interest in organic products, one of which is the Pure Matcha BeOrganik product marketed through the TikTokShop platform. The increasingly crowded market competition requires business actors to rely not only on product quality, but also on digital marketing strategies that involve influencer credibility and the utilization of Fear of Missing Out (FOMO). This study aims to examine and analyze the effect of Influencer Credibility, FOMO, and Product Quality on the Purchase Decision of Pure Matcha BeOrganik products among Generation Z TikTokShop users in Surabaya, both partially and simultaneously. This research applies a quantitative approach using a survey method, distributing questionnaires to 100 respondents selected through purposive sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 27. The results show that partially, all three variables, Influencer Credibility, FOMO, and Product Quality, have a positive and significant effect on Purchase Decision. Simultaneously, the three variables also significantly affect Purchase Decision with a contribution of 57,2 percent, while the remaining is influenced by other variables outside this research model, such as price, brand image, and promotion. These findings imply that the combination of trust in promotional sources, psychological urgency from viral trends, and product quality assurance are key drivers of young consumers' purchase decisions on social-media-based e-commerce platforms.

Keywords: Influencer Credibility, Fear of Missing Out, Product Quality, Purchase Decision, TikTokShop

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul "*Pengaruh Influencer Credibillity, Fear of Missing Out (FOMO)*", dan Kualitas Produk erhadap Keputusan Pembelian Produk Purematcha Beorganik pada Pengguna Tiktokshop Konsumen Gen Z di Surabaya".

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan segala nikmat, kemudahan, kekuatan, serta kelancaran kepada penulis di sepanjang proses perjuangan dan penyusunan karya ini.
2. Dr. Harjo Saputro, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, serta saran berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dra. Diana Juni Mulyati, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran meluangkan waktu, memberikan perhatian, serta saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas bekal ilmu pengetahuan, pembelajaran, dan bimbingan yang telah diberikan selama penulis menempuh bangku perkuliahan.
8. Kedua Orang Tua Tercinta, yang senantiasa melangitkan doa, memberikan kasih sayang, dukungan moril maupun materil, semangat, serta pengorbanan yang tiada henti, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.

9. Teman-teman Seperjuangan (Auliddah Arelya Pamesti, Nabila Utari Karunia Putri), yang telah menjadi bagian dari proses tumbuh dan berjuang penulis. Terima kasih atas dukungan tulus tanpa banyak diminta, serta kesediaan menjadi ruang cerita saat lelah melanda. Setiap perjuangan yang dilewati bersama akan menjadi kenangan berharga yang tidak akan dilupakan. Semoga segala langkah baik yang sedang diperjuangkan berakhir pada hasil terbaik untuk kita semua.
10. Seluruh Responden yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner, sehingga data dalam penelitian ini dapat terpenuhi dan terselesaikan.
11. *Last but not least*, terima kasih yang sebesar-besarnya kepada diri saya sendiri, Mellandri Annas Ramadhani. Terima kasih atas konsistensi, kegigihan, dan semangat pantang menyerah yang telah kamu tunjukkan di sepanjang proses akademik ini. Menuntaskan perjalanan ini adalah bukti nyata dari komitmen dan fokus yang kamu miliki dalam mengejar cita-cita. Pencapaian ini sepenuhnya adalah milikmu atas segala keringat dan usaha yang telah diinvestasikan. Semoga bekal pengalaman dan ilmu yang didapatkan dari proses ini dapat menjadi pondasi yang kokoh untuk kesuksesan karier dan kehidupan di masa depan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Administrasi Bisnis.

Surabaya, 06 Juli 2026
Penyusun,



Mellandri Annas Ramadhani

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PENYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan.....	9
1.4 Manfaat	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Sistematika Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	20
2.2.2 Pengertian Pemasaran Digital.....	23
2.2.3 Pengertian Perilaku Konsumen	25
2.2.4 Pengertian <i>Influencer Credibility</i>	25
2.2.5 Pengertian <i>FOMO</i>	27
2.2.6 Pengertian Kualitas Produk	28
2.2.7 Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.3 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	33
2.4 Pola Hubungan Antar Variabel.....	35

2.4.1	Pengaruh <i>Influencer Credibility</i> terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4.2	Pengaruh <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i> terhadap Keputusan Pembelian	35
2.4.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	36
2.4.4	Pengaruh <i>Influencer Credibility</i> , <i>FOMO</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	36
2.5	Kerangka Berpikir	37
2.6	Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Rancangan Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1	Populasi	39
3.2.2	Sampel	39
3.3	Pengukuran Instrumen dan Instrumen Penelitian	40
3.3.1	Skala Pengukuran	40
3.3.2	Instrumen Penelitian.....	41
3.4	Jenis Data dan Sumber Data	42
3.4.1	Jenis Data	42
3.4.2	Sumber Data	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6	Teknik Analisis Data	43
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	44
3.6.2	Uji Regresi Linier Berganda.....	45
3.6.3	Uji Hipotesis.....	46
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Penyajian Data	47
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	47
4.1.2	Karakteristik Responden	48
4.1.3	Uji Instrumen.....	51
4.2	Tabulasi Data	53
4.2.1	Tabulasi Data Variabel <i>Influencer Credibility</i> (X1).....	53
4.2.2	Analisis Data Setiap Variabel.....	67
4.3	Analisis Data.....	74
4.3.1	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	74
4.3.2	Hasil Regresi Linier Berganda	79
4.3.3	Hasil Uji Hipotesis	81
4.4	Pembahasan	85

4.4.1	Pengaruh Variabel <i>Influencer Credibility</i> terhadap Keputusan Pembelian	85
4.4.2	Pengaruh Variabel <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i> terhadap Keputusan Pembelian	86
4.4.3	Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	87
4.4.4	Pengaruh Variabel <i>Influencer Credibility, Fear of Missing Out (FOMO)</i> , Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	89
BAB V PENUTUP		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Rekomendasi	92
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	33
Tabel 3.1 Skala Likert	41
Tabel 3.2 Kelas Interval	41
Tabel 3.3 r hitung dan r tabel	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	50
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Influencer Credibility</i>	54
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	57
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk	61
Tabel 4.11 Hasil Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.12 Hasil Nilai Mean Variabel <i>Influencer Credibility</i>	68
Tabel 4.13 Hasil Nilai Mean Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	69
Tabel 4.14 Hasil Nilai Mean Variabel Kualitas Produk.....	71
Tabel 4.15 Hasil Nilai Mean Variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Liniertas <i>Influencer Credibility</i> (X1).....	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Liniertas <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) (X2).....	75
Tabel 4.18 Hasil Uji Liniertas Kualitas Produk (X3).....	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4.22 Hasil Uji t (Uji Parsial)	81
Tabel 4.23 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	83
Tabel 4.24 Hasil Uji (R^2).....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rekomendasi Makanan Sehat oleh <i>Influencer</i> yang Kredibel.....	2
Gambar 1.2 Laporan Digital 2023 Global Overview Report	2
Gambar 1.3 Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi	3
Gambar 1.4 Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i> Indonesia (2017-2024)	4
Gambar 1.5 <i>Official Store</i> TiktokShop Beorganik.....	6
Gambar 1.6 Konten <i>Influencer</i> Tiktok meriview produk Beorganik	7
Gambar 1.7 Rekomendasi matcha powder terbaik.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4.1 Logo Beorganik.....	48
Gambar 4.2 Tampilan Produk Purematcha Beorganik di Tiktokshop	48
Gambar 4.3 Tampilan <i>Official Store</i> Beorganik di Tiktokshop	48
Gambar 4.4 Histogram Hasil Uji Normalitas	77
Gambar 4.5 Grafik Normal P-Plot	77
Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	99
Lampiran 2. <i>Output</i> Hasil SPSS.....	104
Lampiran 3. Kartu Bimbingan	112
Lampiran 4. SK Turnitin & Hasil Turnitin	114
Lampiran 5. Bukti Publikasi Jurnal	116
Lampiran 6. Lembar Revisi.....	119