

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Perceived Scarcity .....	14
2.1.2 Fear of Missing Out (FOMO) .....	17
2.1.3 Impulse Buying Tendencies.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	30
3.2.1 Variabel Penelitian .....	30
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.3 Desain Eksperimen dan Skenario Eksperimen .....	35

3.3.1	Desain Eksperimen.....	35
3.3.2	Skenario Eksperimen .....	36
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
3.4.1	Populasi .....	37
3.4.2	Sampel.....	38
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	39
3.6	Metode Analisis Data.....	40
3.6.1	<i>Manipulation Check</i> .....	40
3.6.2	Partial Least Square.....	43
3.6.2.1	<i>Measurement Model</i> atau Uji Outer Model .....	45
3.6.2.2	Uji Inner Model.....	46
3.6.2.3	Uji Hipotesis dan Uji Mediasi.....	47
3.6.2.4	Analisis Multi-Group (MGA) .....	47
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		49
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2	Hasil Pengumpulan Data dan Gambaran Umum Partisipan .....	50
4.2.1	Deskripsi Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.2	Deskripsi Partisipan Berdasarkan Usia .....	51
4.2.3	Deskripsi Partisipan Berdasarkan Toko yang Dikunjungi .....	52
4.2.4	Deskripsi Partisipan Berdasarkan Domisili.....	53
4.3	Analisis Statistik dan Hasil.....	54
4.3.1	<i>Manipulation Check</i> .....	54
4.3.2	<i>Measurement Model</i> .....	56
4.3.2.1	Uji Validitas Konvergen.....	57
4.3.2.2	Uji Validitas Diskriminan .....	59
4.3.2.3	Uji Reliabilitas.....	60
4.3.3	Model Struktural atau Uji Inner Model.....	61
4.3.3.1	R-Square ( $R^2$ ) .....	62
4.3.3.2	F-Square ( $f^2$ ) .....	62
4.3.3.3	Q-Square ( $Q^2$ ).....	63
4.3.4	Uji Hipotesis (Bootstrapping) .....	64
4.3.5	Uji Mediasi.....	66
4.3.6	<i>Multi-Group Analysis (MGA)</i> .....	67
4.4	Interpretasi Hasil .....	70

4.4.1 Pengaruh <i>Perceived Scarcity</i> terhadap <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	70
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Scarcity</i> terhadap <i>Impulse Buying Tendency</i> (IBT)	73
4.4.3 Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap <i>Impulse Buying Tendency</i> (IBT)	75
4.4.4 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) memediasi hubungan antara <i>Perceived Scarcity</i> terhadap <i>Impulse Buying Tendency</i> (IBT)	78
BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis	80
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	83
5.2 Implikasi Manajerial	85
5.3 Keterbatasan	88
5.4 Saran Penelitian Mendatang	90
DAFTAR PUSTAKA	92

SEMARANG  
FEB UNDIP