

PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)*, *CONSUMERS CONFORMITY* DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PRODUK KOSMETIK HALAL PADA *E-COMMERCE SHOPEE*

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syari'ah*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Oleh:

NABILA MAHARANI
NIM.2216030043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

IMAM BONJOL PADANG

1447 H/2026 M

PERNYATAAN KEORISINALAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Fear Of Missing Out (Fomo)*, *Consumers Conformity* Dan Metode Pembayaran Terhadap *Impulsive Buying* Produk Kosmetik Halal Pada *E-Commerce Shopee***" adalah benar hasil karya saya, sudah diuji tes plagiasi dan bukan merupakan tiruan atau dipublikasi ataupun karya yang sudah dipulikasi dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar keserjanaan UIN Imam Bonjol Padang ataupun di perguruan tinggi lainnya. Kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinil, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar keserjanaan saya.

Padang, 18 Juni 2026

Menyatakan



Nabila Maharani
2216030043

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini berjudul " Pengaruh *Fear Of Missing Out* (Fomo), *Consumers Conformity* Dan Metode Pembayaran Terhadap *Impulsive Buying* Produk Kosmetik Halal Pada *E-Commerce* Shopee " yang disusun oleh Nabila Maharani NIM.2216030043 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan di setujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasyah Skripsi.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 5 Juni 2026

Dosen Pembimbing I



Nila Mardiah, SE.,MM
NIP . 198312082015032003

Dosen Pembimbing II



Hesti Maria Putri, SS, MM
NIP . 198609302020122013

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Fear Of Missing Out* (Fomo), *Consumers Conformity* Dan Metode Pembayaran Terhadap *Impulsive Buying* Produk Kosmetik Halal Pada *E-Commerce Shopee*” disusun oleh Nabila Maharani NIM 2216030043 telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang pada hari Kamis, 18 Juni 2026 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Program Strata Satu (S.1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Padang, 18 Juni 2026

Tim Penguji

Ketua



Dr. Alfi Syukri Rama, SE., M.M., CCMs., CPSp
NIP. 197509292000031005

Sekretaris



Hesti Maria Putri, M.M
NIP. 198609302020122013

Anggota

Penguji I



Dr. Alfi Syukri Rama, SE., M.M., CCMs., CPSp
NIP. 197509292000031005

Penguji II



Abdi Fadhlan, M.M
NIP. 199401242020121020

Pembimbing

Pembimbing I



Nila Mardiah, SE., M.M
NIP. 198312082015032003

Pembimbing II



Hesti Maria Putri, M.M
NIP. 198609302020122013

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Imam Bonjol Padang



Prof. Dr. Testru Hendra, M.Ag
NIP : 197606042003121001

ABSTRAK

Judul skripsi ini adalah “**Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)*, *Consumers Conformity* dan Metode Pembayaran Terhadap *Impulsive buying* Produk Kosmetik Halal Pada E-Commerce Shopee**”. Disusun oleh Nabila Maharani, NIM 2216030043, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Adapun yang menjadi latar belakang penelitian ini adalah perkembangan e-commerce dan media sosial yang semakin pesat telah memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat, khususnya mahasiswi muslimah sebagai pengguna aktif platform Shopee. Kemudahan akses produk kosmetik halal, tren kecantikan di media sosial, serta kemudahan metode pembayaran digital seperti Shopee PayLater dapat mendorong munculnya perilaku *impulsive buying* atau pembelian impulsif. Selain itu, pengaruh lingkungan sosial dan keinginan untuk mengikuti tren juga menjadi faktor yang diduga memengaruhi perilaku pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)*, *Consumers Conformity* dan Metode Pembayaran terhadap *Impulsive buying* produk kosmetik halal pada e-commerce Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 190 mahasiswi muslimah pengguna Shopee di Kota Padang yang berasal dari Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Universitas Negeri Padang, Universitas Andalas, Universitas Bung Hatta dan Universitas Putra Indonesia YPTK Padang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda melalui software SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out (FoMO)* dan Metode Pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive buying* produk kosmetik halal pada e-commerce Shopee. Sementara itu, *Consumers Conformity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive buying*. Hal ini menunjukkan bahwa rasa takut tertinggal tren serta kemudahan metode pembayaran lebih memengaruhi kecenderungan mahasiswi melakukan pembelian impulsif dibandingkan pengaruh lingkungan sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian perilaku konsumen dan pemasaran syariah serta menjadi masukan bagi konsumen agar lebih bijak dalam berbelanja online.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out (FoMO)*, *Consumers Conformity*, Metode Pembayaran, *Impulsive buying*, Kosmetik Halal, Shopee.

KATA PENGANTAR

Assalamua'laikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alaamiin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)*, *Consumers Conformity* dan Metode Pembayaran terhadap *Impulsive buying* Produk Kosmetik Halal pada E-Commerce Shopee**”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia menuju kehidupan yang lebih baik melalui ajaran Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai kebaikan. Penelitian skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Dalam proses penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, arahan, serta bimbingan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi pembahasan maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan sebagai bahan perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang. Selanjutnya, penulis menyampaikan

terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Martin Kustati, M. Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang beserta jajaran Wakil Rektor UIN Imam Bonjol Padang.
2. Bapak Prof. Dr. Testru Hendra, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
3. Ibu Hesti Maria Putri, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Bapak Dr. Alfi Syukri Rama, SE., M.M., CCMs., CPSP selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama menempuh studi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
4. Ibu Nila Mardiah, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Hesti Maria Putri, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta meluangkan waktu dalam mendampingi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Alfi Syukri Rama, SE., M.M., CCMs., CPSP selaku Dosen Penguji I dan Bapak Abdi Fadhlani, M.M selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu untuk menguji skripsi ini serta memberikan masukan, kritik, dan saran yang bermanfaat bagi penyempurnaan skripsi ini.

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh pendidikan strata satu.
7. Kedua orang tua penulis, Papa Erdion dan Mama Triwirda, yang senantiasa mendampingi penulis melalui doa, dukungan, perhatian, dan motivasi selama menempuh pendidikan. Berbagai pencapaian yang diraih penulis hingga saat ini tidak terlepas dari dukungan yang telah diberikan oleh keduanya. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada satu-satunya saudara penulis, Kakak Nuzula Ramadhani, yang telah banyak memberikan dukungan, bantuan, serta menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat penulis, yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, perhatian, serta berbagai pengalaman yang telah dilalui bersama. Kepada Ririn dan Amin, terimakasih telah kebersamai penulis dari awal merantau hingga menjalani kehidupan bersama hingga saat ini. Serta kepada Putri dan Ocy, yang senantiasa memberikan dukungan dan kebersamaan kepada penulis selama masa perkuliahan. Kebersamaan yang terjalin selama ini menjadi salah satu pengalaman berharga dalam perjalanan penulis hingga penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022, yang telah berbagi pengalaman, kebersamaan, serta dukungan selama

masa perkuliahan dan menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga penyelesaian skripsi ini.

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan kita semua.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi salah satu referensi yang dapat mendukung pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian di masa yang akan datang.

Wassalamualaikum wr wb

Padang, 04 Juni 2026



Nabila Maharani
2216030043

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEORISINILAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Penelitian	15
E. Manfaat Penelitian	15
F. Sistematika Penulisan	16
BAB II	18
LANDASAN TEORI.....	18
A. Teori Perilaku Konsumen	18
1. Pengertian Perilaku Konsumen	18
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
B. <i>Impulsive buying</i>	21
1. Pengertian <i>Impulsive buying</i>	21
2. Faktor-faktor yang memengaruhi <i>Impulsive buying</i>	22
3. Indikator <i>Impulsive buying</i>	23
C. <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	24

1. Pengertian <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	24
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO)	26
3. Indikator <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	27
D. <i>Consumers Conformity</i>	29
1. Pengertian <i>Consumers Conformity</i>	29
2. Indikator <i>Consumers Conformity</i>	30
E. Metode Pembayaran.....	31
1. Pengertian Metode Pembayaran	31
2. Indikator Metode Pembayaran	32
F. Penelitian Terdahulu	33
G. Hubungan Antar Variabel	37
H. Kerangka Berpikir.....	39
I. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
C. Variabel Penelitian	41
D. Definisi Operasional Variabel.....	42
E. Populasi dan Sampel	43
F. Jenis dan Sumber Data	45
G. Metode Pengumpulan Data	46
H. Teknik Analisis Data.....	47
I. Uji Hipotesis	52
BAB IV.....	53
HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	53
B. Karakteristik Responden	54
C. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	58

1. Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) (X1).....	59
2. Variabel <i>Consumers Conformity</i> (X2)	60
3. Variabel Metode Pembayaran (X3).....	60
4. Variabel <i>Impulsive buying</i> (Y)	61
D. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	62
1. Hasil Uji Validitas	62
2. Hasil Uji Reliabilitas	64
E. Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	65
1. Hasil Uji Normalitas	66
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
3. Hasil Uji Multikolinearitas	68
F. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	69
G. Hasil Uji Hipotesis	70
1. Hasil Uji t	70
2. Hasil Koefisien Determinasi	72
H. Pembahasan.....	73
I. Implikasi.....	82
1. Implikasi Akademik	83
2. Implikasi Praktis	83
3. Implikasi Manajerial.....	84
BAB V.....	85
PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Keterbatasan Penelitian.....	85
C. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform E-Commerce Terpopuler di Indonesia Tahun 2026	4
Gambar 1. 2 Daftar Paylater yang digunakan di Indonesia	11
Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir	39

.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk-produk Kosmetik yang Bersertifikat Halal di Indonesia.....	6
Tabel 1. 2 Hasil Observasi Awal <i>Impulsive buying</i> Produk Kosmetik di Shopee pada Mahasiswi di Kota Padang.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. 2 Skala Likert yang digunakan.....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Universitas.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Shopee Paylater.....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran perBulan.....	56
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian Kosmetik Halal di Shopee.....	56
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden berdasarkan Merek Kosmetik Halal yang Dibeli melalui Shopee.....	57
Tabel 4. 7 Interpretasi Mean	59
Tabel 4. 8 Mean Fear of Missing Out (FoMO).....	59
Tabel 4. 9 Mean <i>Consumers Conformity</i>	60
Tabel 4. 10 Mean Metode Pembayaran	61
Tabel 4. 11 Mean <i>Impulsive buying</i>	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser.....	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Regresi	69
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	71
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
Tabel 4. 20 Hasil Hipotesis	73