

**ANALISIS PENGARUH FOMO (*FEAR OF MISSING
OUT*) DALAM STRATEGI KONTEN TIKTOK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASHMINA
KAOS BY SATTKA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Bengkalis)**

Nama : Hasmita Isnaini
NIM : 5604221005
Pembimbing : Supriati, S.ST., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh FOMO (*Fear of Missing Out*) dalam strategi konten TikTok terhadap keputusan pembelian produk Pashmina Kaos by Sattka pada mahasiswa di Kabupaten Bengkalis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Sampel sebanyak 100 responden ditentukan melalui teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, dan uji *t*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel FOMO dan keputusan pembelian berada pada kategori tinggi, dengan indikator tergiur promo terbatas memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,33 dan indikator perilaku pasca pembelian memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,30. FOMO (*Fear of Missing Out*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 71,4%, sedangkan 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: FOMO (*Fear of Missing Out*), Keputusan Pembelian, Strategi Konten TikTok