

**HUBUNGAN ANTARA *FEAR OF MISSING OUT* DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF-KONFORMITAS
PADA WANITA DEWASA AWAL
PENGUNA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

**Dynar Nirwana Lovenia Dae Panie
17 .E1. 0193**



**PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024**

**HUBUNGAN ANTARA *FEAR OF MISSING OUT* DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF-KONFORMITAS
PADA WANITA DEWASA AWAL
PENGGUNA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Sarjana Psikologi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan Diterima
untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gerlar Sarjana Psikologi

Oleh:
Dynar Nirwana Lovenia Dae Panie
17.E1.0193



**PROGRAM STUDI SARJANA PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024**

HUBUNGAN ANTARA *FEAR OF MISSING OUT* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF-KONFORMITAS PADA WANITA DEWASA AWAL PENGGUNA E-COMMERCE

Dynar Nirwana Lovenia Dae Panie, Maria Bramanwidyantari

Program Studi S1 Psikologi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

17E10193@student.unika.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *fear of missing out* dengan perilaku konsumtif-konformitas pada wanita dewasa awal pengguna e-commerce. Responden dalam penelitian ini adalah 162 wanita dengan rentan usia 21-30 tahun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua skala yaitu skala *Fear of Missing Out* (FoMO) dan skala perilaku konsumtif-konformitas. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi. Hasil analisis data menunjukkan nilai korelasi 0,51 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian menyatakan terdapat hubungan positif antara *fear of missing out* dengan perilaku konsumtif-konformitas diterima.

Kata kunci: *fear of missing out*, perilaku konsumsi, konformitas, dewasa awal, e-commerce.

ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship between Fear of Missing Out and conformity consumption behavior in early adult female e-commerce users. Respondents in this study were 162 women in the age range of 21-30 years. The sampling technique used was purposive sampling technique. The data collection method in this research uses two scales, namely the Fear of Missing Out (FoMO) scale and the conformity consumption behavior scale. The data analysis method used in this research is correlation analysis. The results of data analysis show a correlation value of 0.51 with a significance of 0.000 ($p < 0.05$). From the results of data analysis, it can be concluded that the research hypothesis states that there is a positive relationship between Fear of Missing Out and accepted conformity of consumption behavior.

Keywords: *Fear of missing out, consumption behavior, conformity, early adulthood, e-commerce.*