

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin dari sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



kan sumber:

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* TREN PRODUK
KOSMETIK DI APLIKASI TIKTOK TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWI DITINJAU MENURUT
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Syariah dan Hukum



OLEH:

NURUL AZIZA SALSABILA

NIM: 11920521987

**PROGRAM S1
EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
1445 H/2024 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **“Fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok Pada Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”** yang ditulis oleh:

Nama : Nurul Aziza Salsabila
 NIM : 11920521987
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian surat ini dibuat agar dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 21 Februari 2024

Pembimbing I

Hairul Amri, M.Ag
 NIP. 197308232001121003

Pembimbing II

Haniah Lubis, S.E., M.E.Sv
 NIP. 198311072019032004



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nurul Aziza Salsabila
NIM : 11920521987
Tempat/ Tgl. Lahir : Pekanbaru/ 27 Mei 2001
Fakultas : Syariah dan Hukum
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok Pada Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 23 Februari 2024
 Yang membuat pernyataan


Nurul Aziza Salsabila
 11920521987



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh *Fear Of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

Nama : Nurul Aziza Salsabila
 NIM : 11920521987
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Telah dimunaqasyahkan pada:
 Hari/Tanggal : Senin, 04 Maret 2024
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Ruang *Munaqasyah* Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 08 Mei 2024
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, SE., MM.

Sekretaris
Syamsurizal, SE., M.Sc., Ak., CA.

Penguji I
Dr. Syahpawi, S.Ag., M. Sh.

Penguji II
Mur Hasanah, SE., MM.

Mengerahui,
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifli M. Ag

NIP. 1921006 200501 1 005



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nurul Aziza Salsabila (2024): Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh seiring berkembangnya tren produk kosmetik di aplikasi TikTok yang tentunya juga memikat kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan remaja yang paling sering terpengaruh oleh modernisasi. Mahasiswa yang memerlukan pengakuan di lingkungan sosial cenderung mencontoh lingkungannya apalagi dari kelompok orang sebayanya, sehingga gampang terbawa-bawa kegiatan yang dilakukan orang sebayanya, seperti kegiatan membeli. Ketakutan yang dapat muncul ketika mereka merasa dirinya akan tertinggal oleh lingkungan pergaulannya jika tidak membeli suatu barang yang sedang diperbincangkan banyak orang, menjadi sebuah faktor yang mampu memberikan dorongan tindakan konsumtif. Ketakutan yang merupakan salah satu fenomena yang sangat marak terjadi saat ini disebut dengan istilah *Fear of Missing Out (FoMO)*. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh *Fear of Missing Out (FoMo)* tren produk kosmetik di aplikasi TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan pendekatan pada penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan yaitu 455 mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau dengan sampel yang diambil sebanyak 82 orang. Data primer pada penelitian ini dikumpulkan langsung dari sumber utama yaitu responden dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Sementara data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, gambar, dan lain-lain). Adapun pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu *Fear of Missing Out (FoMO)* berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif, hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi yang didapat dari analisis regresi sederhana yang dilakukan, yaitu $Y = 7,694 + 0,558X$. Pengaruh *FoMO* terhadap perilaku konsumtif ini juga terlihat pada uji t, dimana diperoleh nilai signifikansi $< 0,001$ dan t hitung yang didapatkan juga $> t$ tabel yaitu $13,729 > 1,990$. Selain itu, hasil dari uji korelasi juga menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat di antara kedua variabel serta tingkat pengaruh variabel X terhadap Y sesuai pengujian koefisien determinasi juga cukup tinggi yaitu sebesar 70,2%. Etika konsumsi mahasiswi belum sepenuhnya sesuai dengan ekonomi syariah, dimana mahasiswi cenderung hanya memperhatikan kehalalan produk yang ia konsumsi. Sementara terkait urgensinya untuk memiliki suatu produk, kualitas dari produk, masalah yang ia peroleh dari membeli produk, serta sikap sederhananya masih belum sesuai dengan etika berkonsumsi menurut ekonomi syariah.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out (FoMO)*, Perilaku Konsumtif, Ekonomi Syariah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil ‘alamiin segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia, dan kasih sayang kepada kita semua. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad Saw, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Alhamdulillah atas segala rahmat dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul “PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* TREN PRODUK KOSMETIK DI APLIKASI TIKTOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH” ini merupakan karya ilmiah guna memenuhi persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai. Skripsi ini tidak akan terusun tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Kamaruzzaman (Almarhum) dan Ibunda Kesuma Dewi yang sangat berarti dalam hidup penulis, yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kepada kakak dan adik tersayang, Deskaria Normasari, S.E., Dr. Yuliana Intan Lestari, S.Psi,


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. M.A., Firman Andika Putra, S.Sos., Maya Dwika Putri, S.Pd., dan Muhammad Ashiddiqi, S.E., yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk cepat menyelesaikan kuliah
2. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan, Bapak Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., M.A selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag., M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Hj. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta kepada seluruh Pembantu Dekan, Staf, dan Jajarannya
4. Bapak Muhammad Nurwahid, M.Ag selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah, dan Bapak Syamsurizal, SE., M.Sc, Ak selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah
5. Bapak Hairul Amri, M.Ag dan Ibu Haniah Lubis, S.E., M.E.Sy selaku Pembimbing Skripsi yang telah mengarahkan dan membimbing penulis selama masa penyusunan skripsi
6. Bapak Syamsuddin Muir, Lc, M.A selaku Penasehat Akademik penulis yang telah membimbing selama masa perkuliahan
7. Pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah menyediakan buku-buku yang dibutuhkan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
8. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan berbagi pengalaman serta semangat untuk penulis

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Kepada sahabat Desi Andriani, Nurmai Syarah, Rara Faraika, Viola Khasturi, Rizka Yulisda, dan teman-teman Eksyar D yang selalu memberikan semangat serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis dengan imbalan pahala yang berlipat ganda dan memudahkan segala urusannya.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu mohon berikan kritik dan saran yang membangun agar kedepannya dapat lebih baik lagi.

Pekanbaru, 5 Februari 2024

Penulis,

Nurul Aziza Salsabila
11920521987

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	13
1. <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	13
a. Sejarah dan Definisi <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	13
b. Strategi Mengendalikan <i>FoMO</i>	16
c. Indikator <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	16
d. <i>FoMO</i> dalam Perspektif Islam.....	17
2. Perilaku Konsumtif.....	18
a. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	18
b. Indikator Perilaku Konsumtif	20
c. Perilaku Konsumtif dalam Islam	20
3. Etika Konsumsi dalam Ekonomi Islam	23
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Teori dan Hipotesis.....	31
1. Kerangka Teori.....	31
2. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian	34



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Subjek dan Objek Penelitian	35
D. Populasi dan Sampel	35
E. Sumber Data	37
F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Analisis Data	39
H. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	52
1. Karakteristik Responden	52
2. Analisis Statistik Deskriptif	52
3. Uji Instrumen Penelitian	55
4. Uji Asumsi Klasik	58
5. Pengujian Hipotesis	60
B. Pembahasan	65
1. Pengaruh <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> Tren Produk Kometik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah	65
2. Etika Mahasiswi Ekonomi Syariah dalam Berkonsumsi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	73
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA	75
-----------------------------	-----------



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

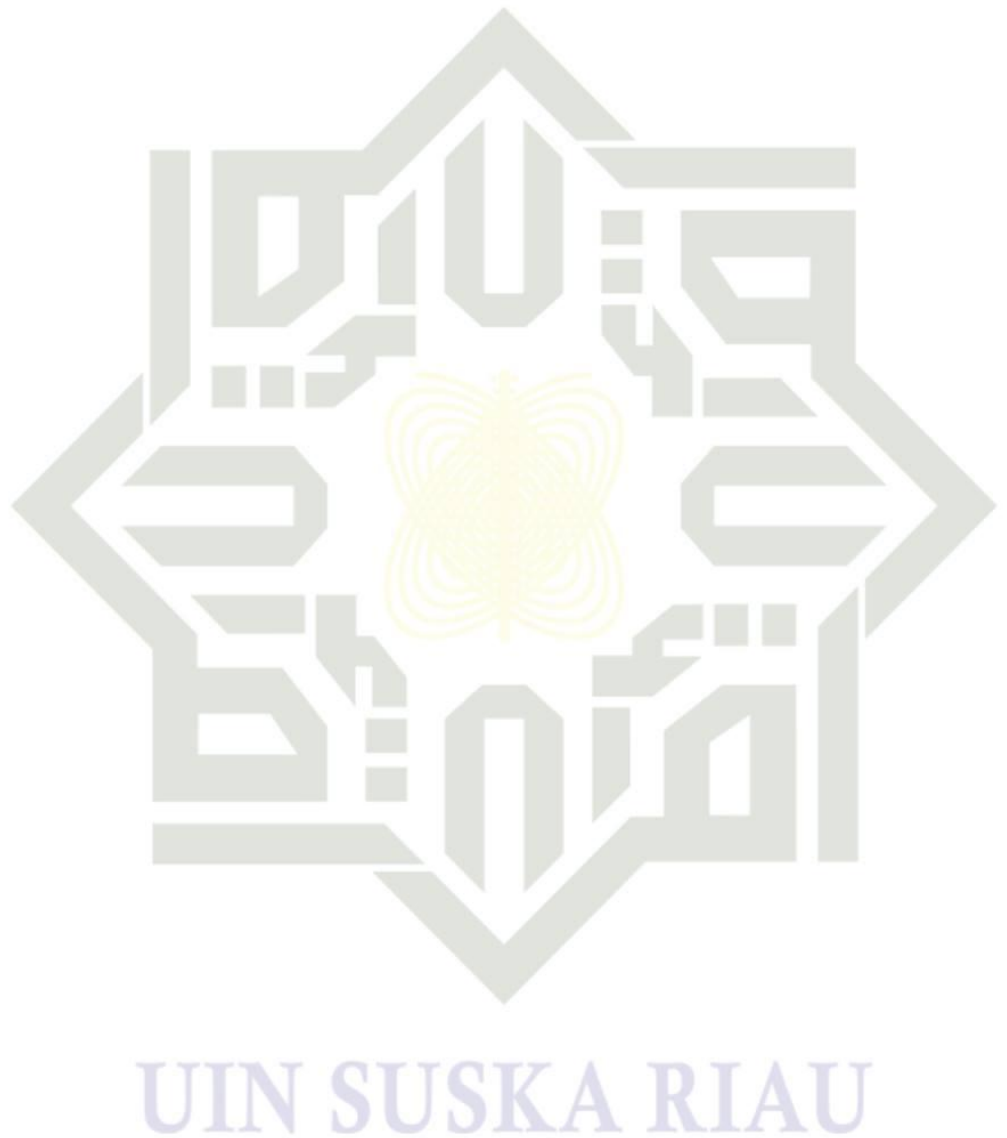
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.2	Konsep Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.1	Sampel Penelitian.....	36
Tabel 3.2	Pedoman Derajat Hubungan.....	43
Tabel 3.3	Daftar Nama Rektor IAIN SUSQA-UIN SUSKA 1970-2021	46
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Angkatan Prodi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau	52
Tabel 4.2	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden terkait Variabel <i>Fear of Missing Out (X)</i>	52
Tabel 4.3	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden terkait Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	53
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif.....	54
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Fear of Missing Out (X)</i>	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.10	Regresi Linier Sederhana	61
Tabel 4.11	Hasil Uji t	62
Tabel 4.12	Hasil Uji Korelasi.....	63
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia....	2
Gambar 1.2 Frekuensi Waktu Penggunaan Aplikasi Media Sosial	3
Gambar 2.1 Kerangka Teori	32
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas <i>P Plot</i>	59



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes, media sosial didefinisikan sebagai saluran komunikasi antarpribadi berbasis internet, tidak terpusat, dan persisten yang memfasilitasi persepsi interaksi di antara para pengguna, yang memperoleh nilai terutama dari konten yang dibuat oleh pengguna.¹ Melansir dari Data Reportal, di tahun 2023 terdapat total 167 juta pengguna media sosial. 153 juta dari penggunanya berusia di atas 18 tahun, yang merupakan 79,5% dari total populasi.²

Media sosial lebih dominan sebagai sarana interaksi dan penyalur informasi. Berbagai macam media sosial saat ini sangat digandrungi oleh masyarakat, di antaranya seperti WhatsApp (WA), Facebook, Twitter/X, TikTok, dan Instagram.³ *We Are Social* sebagai salah satu lembaga survei dunia merilis hasil surveinya terkait penggunaan internet dan media sosial di Indonesia. Salah satu hasil survei yang dirilis ialah terkait dengan media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia sepanjang tahun 2022. *We Are Social* mengurutkan aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia mulai dari usia 16 s/d 64 tahun. Berikut hasil survei yang dirilis oleh *We Are Social* per-Januari 2023.

¹Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes, "Social Media: Defining, Developing, and Delineating," dalam *Atlantic Journal of Communication*, Volume 23., No. 1., (2015), h. 51.

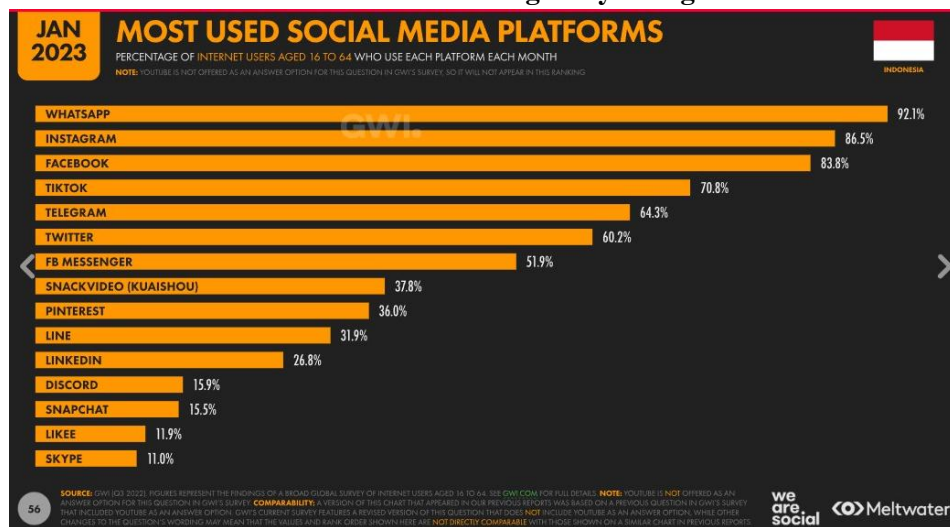
²GoodStats, "Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026," artikel dari <https://data.goodstats.id/statistic/agneszezefanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>. Diakses pada 16 September 2023.

³Husnul Khatimah, "Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat," dalam *Tasamuh*, Volume 16., No. 1., (2018), h. 126.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.1 Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia



Sumber: wearesocial.com

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa WhatsApp menempati peringkat pertama sebagai aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia, diikuti oleh Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, Twitter, dan seterusnya.⁴ TikTok merupakan salah satu aplikasi yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat. Berdasarkan data di atas, dalam waktu enam tahun sejak didirikannya TikTok pada tahun 2016, TikTok sudah dapat bersaing dengan para pendahulunya yang sudah berumur lebih dari sepuluh tahun.

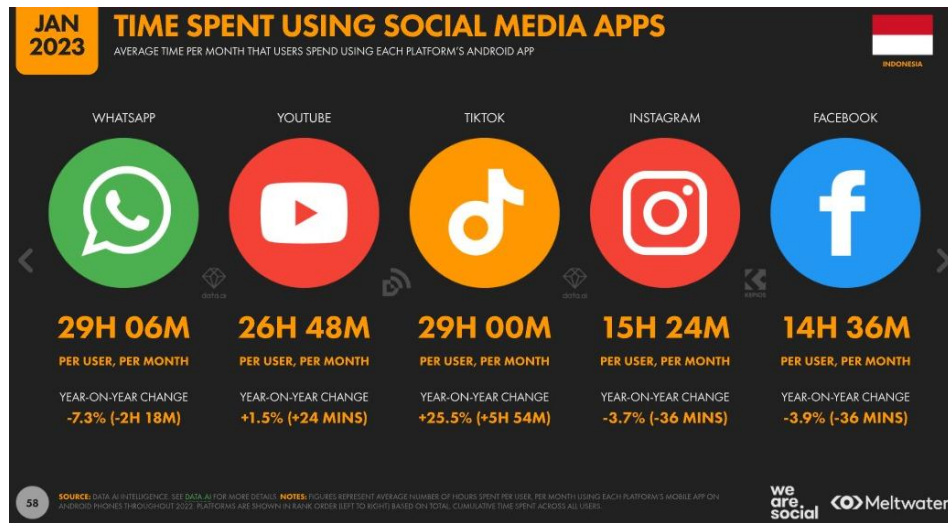
TikTok membuktikan eksistensinya di Indonesia dengan menjadi aplikasi urutan kedua terbanyak yang di-*download* dalam rentang waktu Januari hingga Desember 2022. Menurut survei yang dilakukan oleh *We Are Social* ini, TikTok juga menjadi aplikasi media sosial kedua paling tinggi frekuensi waktu penggunaannya, sebagaimana digambarkan oleh *We Are Social* di bawah ini.

⁴We Are Social, "Digital 2023: Indonesia," artikel dari <http://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>. Diakses pada 26 September 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.2 Frekuensi Waktu Penggunaan Aplikasi Media Sosial



Sumber: wearesocial.com

Gambar 1.2 menerangkan bahwa setiap pengguna TikTok menghabiskan waktu hingga 29 jam per bulannya untuk bermain media sosial TikTok, dimana angka ini juga mengalami pertumbuhan sebesar 25,5% dibandingkan tahun 2021.⁵ Data Reportal juga merilis data bahwasannya Indonesia merupakan negara dengan pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia, dengan pengguna aktif berjumlah 113 juta orang untuk pengguna yang berusia 18 tahun ke atas. Pada awal 2023, tercatat bahwa perempuan menjadi pengguna TikTok yang jumlahnya lebih banyak dibanding laki-laki, yaitu dengan rasio 66,1% : 33,9%.⁶

Kevin Chandra, selaku *Education and Lifestyle Creators Partnership Lead* TikTok Indonesia pada 3 Agustus 2023 lalu menyatakan bahwa lima kategori konten yang paling banyak diminati oleh pengguna TikTok, dimana seluruh kategori ini berhasil mendapatkan jutaan hingga puluhan miliar *top*

⁵*Ibid.*

⁶Simon Kemp, “Digital Indonesia: 2023,” artikel dari <http://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>. Diakses pada 27 September 2023.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Saifudin Kasim Riau

views dalam waktu yang sangat singkat. Kelima kategori ini ialah komedi, edukasi, kuliner, *fashion* dan kecantikan, dan *vlog*.⁷

Kecantikan tentunya identik dengan produk kosmetik, dimana produk kosmetik merupakan salah satu produk yang satu produk yang banyak diminati beberapa belakangan ini. Kosmetik saat ini dianggap sebagai kebutuhan primer bagi perempuan. Selain sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan, kosmetik juga digunakan untuk memperjelas karakter atau identitas dari si pengguna.

Hingga tahun 2017, sudah ada tercatat ada 760 perusahaan kosmetik di Indonesia. Dari total tersebut, sebanyak 95% industri kosmetik nasional merupakan sektor industri kecil dan menengah, dan sisanya industri skala besar.⁸ Pada tahun 2023, perkiraan pendapatan di bisnis industri kosmetik mencapai 8,09 Milyar USD dan diperkirakan akan terus tumbuh sebesar 4,59% setiap tahunnya.⁹

Pertumbuhan nilai penjualan produk kosmetik di Indonesia yang terus meningkat menunjukkan bahwa industri kosmetik di Indonesia merupakan salah satu industri yang strategis dan potensial. Perkembangan teknologi digital yang cukup pesat juga membuat kosmetik semakin dicari. Berbagai aplikasi media sosial turut memuat konten berisi produk kosmetik, salah satunya adalah TikTok.

⁷Trisya Frida, "5 Konten TikTok Ini Paling Diminati, Dapat Views Banyak Dalam Waktu Singkat," artikel dari <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1624255-5-konten-TikTok-ini-paling-diminati-dapat-views-banyak-dalam-waktu-singkat>. Diakses pada 27 September 2023.

⁸Kementerian Perindustrian RI, "Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%," artikel dari <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>. Diakses pada 27 September 2023.

⁹Sabrina Rhamadanty, "Pendapatan Industri Kecantikan dan Perawatan Pribadi Indonesia Capai USD 8 Miliar," artikel dari <https://industri.kontan.co.id/news/pendapatan-industri-kecantikan-dan-perawatan-pribadi-indonesia-capai-us809-miliar>. Diakses pada 27 September 2023.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aplikasi TikTok dengan tren produk kosmetiknya yang sedang marak di tengah masyarakat tentunya juga dapat memikat kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan remaja yang paling sering terpengaruh oleh modernisasi. Adanya modernisasi dan kemajuan teknologi seiring perkembangan zaman akan berdampak pada gaya hidup serta perilaku mahasiswa. Mahasiswa yang memerlukan pengakuan di lingkungan sosial cenderung mencontoh lingkungannya apalagi dari kelompok orang sebayanya, sehingga mahasiswa gampang terbawa-bawa oleh apapun kegiatan yang dicoba orang sebayanya seperti dalam kegiatan membeli. Mahasiswa cenderung melaksanakan penyesuaian diri hanya untuk mendapatkan pengakuan sosial. Demi pengakuan tersebut, mahasiswa dapat berperilaku konsumtif, yaitu membeli sesuatu benda ataupun jasa bukan sebab dengan kebutuhan, tetapi bersumber pada sebab kemauan ataupun penuh rasa puas.¹⁰

Ketakutan yang muncul akibat seseorang yang merasa dirinya akan tertinggal oleh lingkungan pergaulannya jika tidak membeli barang bermerek atau membeli sesuatu yang sedang diperbincangkan banyak orang, menjadi sebuah faktor yang mampu memberikan dorongan tindakan konsumtif itu sendiri. Kecemasan dan ketakutan ini mampu disebutkan dengan istilah *Fear of Missing Out* atau *FoMO*.¹¹

¹⁰Hasnidar Thamrin dan Adnan Achiruddin Saleh, "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa," dalam *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, Volume 11., No. 1., (2021), h.2.

¹¹Kadek Wirasukessa dan I Gede Sanica, "Fear of Missing Out dan Hedonisme pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude," dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, Volume 7., No. 1., (2023), h. 158.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perilaku *FoMO* ditandai dengan keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain, sehingga apapun yang dilakukan oleh orang lain akan sangat menarik untuk ditiru, baik itu yang dilakukan oleh orang-orang yang berada di circle-nya, maupun orang-orang yang dilihat pada media sosial. Konsumen yang terkena *FoMO* cenderung membeli produk atau mengikuti tren tertentu karena takut ketinggalan dari lingkungan sosial mereka, hal itu dilakukan tanpa memperhatikan faktor-faktor tertentu seperti harga, kualitas produk, maupun kebutuhan pribadinya.¹²

Banyaknya penawaran produk terbaru melalui media sosial yang dengan mudah diakses oleh masyarakat dapat dengan mudah mempengaruhi mereka untuk membeli barang tersebut meskipun barang tersebut bukan merupakan barang yang diperlukan. Konsumsi pada dasarnya adalah kegiatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun kegiatan konsumsi masyarakat modern saat ini banyak didasari oleh gengsi dan telah menunjukkan ke arah sifat yang konsumtif.¹³

Sumartono menjelaskan bahwa perilaku konsumtif tidak terjadi begitu saja melainkan disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang menyebabkan perilaku konsumtif adalah motivasi dan harga diri, pengamatan dan proses belajar, serta kepribadian dan konsep diri.

¹²Suhartini dan Dwi Maharani, "Peran Fear Of Missing Out (FoMO) dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian," dalam *Economics and Digital Business Review*, Volume 4., No. 2., (2023), h. 350.

¹³Charisma Jalil Indranata, "Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi dalam Islam," dalam *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, Volume 22., No. 1., (2022), h. 59.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sementara faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu mulai dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, serta keluarga.¹⁴

Faktor eksternal seperti kelas sosial dan kelompok referensi sangat erat kaitannya dengan *Fear of Missing Out (FoMO)*. Adanya kelas sosial akan berpengaruh langsung pada pendapat dan selera seseorang, begitu pula dengan pengaruh kelompok referensi karena dapat membentuk kepribadian dan perilaku orang tersebut.¹⁵ Respon dari ingkungan sehari-hari inilah yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif kerap terjadi, dimana seseorang yang konsumtif memiliki perasaan tidak ingin kalah dan tertinggal dari pola hidup atau barang yang dimiliki lingkungannya dan kelompok referensinya. Perasaan inilah yang disebut dengan *Fear of Missing Out*. Mudahnya seseorang dalam mengakses informasi melalui media sosial juga merupakan salah satu faktor yang mendukung terjadinya *Fear of Missing Out*.¹⁶ Hal ini kemudian berlanjut pada mengikuti kelompok referensinya di media sosial sehingga berujung pada terjadinya perilaku konsumtif pada seseorang.

Allah SWT berfirman di dalam Al-Qur'an salah satunya yaitu pada surah Al-Furqan ayat 67.¹⁷

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

¹⁴Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), h. 100-103

¹⁵*Ibid.*, h. 104

¹⁶Michelle Apolo dan Meike Kurniawati, "Pengaruh Fear of Missing Out (Fomo) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir pada Produk Merchandise TikTok," dalam *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, Volume 3., No. 6., (2023), h. 4

¹⁷Departemen Agama RI, "Al-Qur'an dan Terjemahnya" (Jakarta: Bintang Indonesia, 2011), h. 365.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

Sikap seseorang yang membelanjakan hartanya secara berlebihan atau pemborosan yang tidak disesuaikan dengan kebutuhan yang sedang dibutuhkan merupakan bagian dari perilaku *israf* dan *mubazir*.¹⁸ Agama Islam melarang umatnya untuk membelanjakan harta mereka atau melakukan kegiatan konsumsi secara berlebih-lebihan (*Israf*) dan boros (*mubazir*), namun Islam mengajarkan untuk membelanjakan harta secara bijak dan sesuai dengan kebutuhan dan pendapatan.¹⁹

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska Riau) adalah salah satu universitas terbesar di Provinsi Riau, dimana mahasiswa terlebih mahasiswinya terlihat menyenangi tren produk kosmetik yang sedang banyak dibicarakan. Hal ini dapat terlihat dari observasi yang dilakukan di lapangan, dimana banyak mahasiswi yang membicarakan produk-produk kosmetik baik itu *skincare* maupun *make-up*, dan hampir di seluruh mahasiswi yang penulis temui khususnya di fakultas Syariah dan Hukum menggunakan produk kosmetik di wajahnya. Para mahasiswi mengaku bahwa mereka senang mengikuti perkembangan produk kosmetik di aplikasi TikTok dan cenderung melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa ada perencanaan sebelumnya. Hal inilah yang menimbulkan perilaku konsumtif, dimana salah satu ciri-ciri

¹⁸Fatikhatul Malikah, “Konsep Mubazir dalam Al-Quran (Relevansinya terhadap Fenomena Belanja Online Tanggal Cantik)” (Skripsi: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022), h. 4.

¹⁹Baitul Hamdi, “Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah),” dalam *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, Volume 23., No. 1., (2022), h.2.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perilaku konsumtif ialah melakukan pembelian impulsif, yaitu pembelian tanpa pertimbangan dan perencanaan.

Salah satu mahasiswi yang menjadi target wawancara saat observasi memaparkan mengenai dirinya yang kerap kali tidak sadar ingin selalu membeli produk kosmetik, “Aku sering sekali terpengaruh oleh *beauty influencer* yang suka membuat konten tentang *review* produk *make-up*. Akhirnya sering *check-out* produknya tanpa pikir panjang, murni hanya karena ingin ikutan punya produk itu. Walaupun ada yang berguna dan terus aku pakai, tapi banyak juga yang akhirnya cuma jadi pajangan, bahkan sampai *expired* juga jarang dipakai.”²⁰

Mahasiswi lainnya, Desi Andriani juga sering terpengaruh oleh kelompok referensi dalam hal ini *influencer* sebagaimana yang ia paparkan pada wawancara, “Aku mengikuti beberapa *influencer* kecantikan di TikTok, dan aku merasa bahwa aku sering terjebak dengan kata-kata mereka yang sedang mengiklankan atau memakai suatu produk *skincare*. Ditambah lagi aku benar-benar mengikuti perkembangan dia pakai produk itu, jadi aku semakin percaya untuk beli produk tersebut karena ingin punya wajah yang sehat juga seperti mereka.”²¹

Fenomena ini tidak hanya terjadi pada satu atau dua mahasiswi saja, melainkan pada banyak mahasiswi, sehingga berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang, “Pengaruh

²⁰Nia Nur Aini, Mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau, *Wawancara*, Pekanbaru, 19 Desember 2023

²¹Desi Andriani, Mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau, *Wawancara*, Pekanbaru, 18 Desember 2023



Fear of Missing Out (FoMO) Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.”

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka permasalahan penelitian tentang Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah ini dibatasi pada mahasiswi program studi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau yang senang melihat konten-konten tentang tren produk kosmetik seperti *skincare* dan *make-up* di aplikasi TikTok.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Fear of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau?
2. Bagaimana etika mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau dalam berkonsumsi menurut perspektif ekonomi syariah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* di kalangan mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau terkait dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



adanya tren produk kosmetik di aplikasi TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswi

Untuk mengetahui bagaimana etika mahasiswi UIN Suska Riau dalam berkonsumsi menurut perspektif ekonomi syariah

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis dan praktis yang dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan manfaat sebagai referensi pengembangan ilmu terkait topik penelitian yang sama dengan penelitian ini
- b. Dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi para akademisi dalam penyusunan penelitian selanjutnya

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis serta syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau.

b. Bagi Mahasiswi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan saran bagi mahasiswi terkait dengan pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* tren produk kosmetik di aplikasi TikTok terhadap perilaku konsumtif mahasiswi ditinjau menurut ekonomi syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan kajian teori tentang *Fear of Missing Out (FoMO)*, perilaku konsumtif, tinjauan ekonomi syariah terhadap perilaku konsumtif, penelitian terdahulu, kerangka teori, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan gambaran umum lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok pada Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari bab yang telah dibahas sebelumnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Fear of Missing Out (FoMO)*

a. Sejarah dan Definisi *Fear of Missing Out (FoMO)*

Pada tahun 2004, Patrick J. McGinnis memperkenalkan sebuah akronim di dalam artikel berjudul “*Social Theory at HBS: McGinnis’ Two FOs*” yang terbit di *The Harbus*, Koran mahasiswa *Harvard Business School (HBS)*. Hingga kini, akronim tersebut menjadi sangat terkenal dan menjadi kata yang sering disebut. Bahkan dimasukkan ke beberapa kamus seperti *Oxford* dan *Merriam-Webster*. Akronim ini ialah *FoMO (Fear of Missing Out)*.²²

Sebagai penemunya, Patrick J. McGinnis memberikan definisi *Fear of Missing Out (FoMO)*. *FoMO* adalah rasa cemas yang tidak diinginkan yang timbul karena persepsi terhadap pengalaman orang lain yang lebih memuaskan daripada diri sendiri, biasanya lewat terpaan media sosial. *FoMO* juga diartikan sebagai tekanan yang datang dari perasaan akan tertinggal suatu peristiwa, atau tersisih dari pengalaman kolektif yang positif atau berkesan.²³

Berdasarkan definisi *FoMO* yang telah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa *FoMO* bisa semakin terpicu karena adanya media

²²Patrick J. McGinnis, *Fear of Missing Out: Tepat Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*, alih bahasa oleh Annisa C Putri, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2020), h. xii.

²³*Ibid.*, h. 18.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial, seorang individu yang semakin sering mengakses media sosialnya untuk melihat postingan-postingan dari teman, kerabat, ataupun keluarganya akan semakin banyak mendapatkan tekanan kecemasan dalam dirinya.²⁴

Przybylski, Murayama, DeHaan, dan Gladwell mengungkapkan bahwa konsep dasar yang digunakan dalam penyusunan aspek-aspek *fear of missing out (fomo)* ialah *Self Determination Theory (SDT)*. Menurut konsep ini, terdapat tiga kebutuhan psikologi dasar yaitu kompetensi (kapasitas untuk bertindak secara efektif), otonomi (otonomi diri atau inisiatif pribadi), dan keterkaitan (kedekatan atau hubungan dengan orang lain).²⁵

Terdapat dua komponen yang mendasari *Fear of Missing Out (FoMO)*, yaitu:²⁶

1) Peran Persepsi

Pemahaman seseorang terhadap nilai intrinsik suatu hal dibangun oleh berbagai faktor internal dan eksternal, seperti keluarga, teman, influencer di media sosial, pengalaman, dan minat atau kesukaan. Faktor-faktor inilah yang membuat seseorang memutuskan harus melakukan atau memiliki sesuatu. Persepsi adalah hasil pertimbangan yang sarat emosi dan sering dipengaruhi oleh perasaan, bias, harapan, dan rasa minder atau tidak percaya diri (*insecurity*).

²⁴Ayu Nurlaila Sari Siregar, "*Fear of Missing Out (Fomo) dalam Al-Qur'an (Kajian Tafsir Tematik)*," (Skripsi: UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022), h. 2.

²⁵Andrew K. Przybylski et.al., "Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out," dalam *Computers in Human Behavior*, Volume 29., No. 4., (2013), h. 1841.

²⁶Patrick McGinnis, *op.cit.*, h. 18-20.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Peran Inklusi

Manusia secara alamiah ingin diikutsetakan dalam kelompok sosial dan menghindari eksklusi sosial. Dari segi sejarah, insting ini diakibatkan oleh persaingan ketat dengan prinsip “yang kuat yang bertahan.” Tapi sekarang, insting itu berevolusi yaitu dimana kita ingin menjadi bagian dari suatu kelompok, menjadi bagian dari orang yang punya informasi.

Masing-masing dari komponen ini bertanggungjawab membentuk dua jenis *Fear of Missing Out (FoMO)* yang mendorong kegiatan pemasaran dan jual beli, yaitu *FoMO* Aspirasional dan *FoMO* Kawan. ²⁷

- 1) Peran persepsi dalam *FoMO* Aspirasional. Jika seseorang mempercayai persepsi, maka tindakannya pun didasari pada keyakinan bahwa keputusannya akan menghasilkan kehidupan yang lebih baik dibandingkan sekarang. Karena ada unsur keinginan (aspirasi) memperbaiki situasi diri, *FoMO* ini bisa disebut juga sebagai *FoMO* Aspirasional.
- 2) Peran inklusi dalam *FoMO* Kawan. Keinginan untuk diikutsertakan timbul dari naluri seseorang yang ingin memastikan bahwa ia tidak akan ditinggal oleh kelompoknya, sehingga *FoMO* jenis ini disebut *FoMO* Kawan.

²⁷*Ibid.*, h. 92-93.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Strategi Mengendalikan *FoMO*

Terdapat dua tindakan mendasar yang perlu diambil untuk dapat mengendalikan rasa *Fear of Missing Out (FoMO)*, yaitu:²⁸

- 1) Memilih apa yang benar-benar kita inginkan. Artinya, kita harus tahu apa yang penting bagi kita dan apa yang menjadi prioritas. Setelah itu, kita bergerak menuju prioritas-prioritas tadi dan berikan komitmen penuh pada hal-hal yang perlu kita lakukan. Jangan biarkan diri terpaku pada hal-hal yang diandaikan.
- 2) Menutup mata pada semua pilihan lain, dimana kita melindungi diri dari banyak pemicu, distraksi, dan perilaku yang melemahkan serta mematikan keyakinan kita. Seberapa pun kerasnya kita berusaha, hal-hal ini akan selalu ada dalam kehidupan modern dan kehidupan kita sebagai manusia. Oleh karena itu, kita harus terus-menerus fokus pada hal-hal yang esensial dan merelakan hal-hal lain.

c. Indikator *Fear of Missing Out (FoMO)*

Menurut Kaloeti, Kurnia, dan Tahamata, terdapat empat indikator dari *Fear of Missing Out (FoMO)* yaitu:²⁹

1. *Missed experience*, yaitu munculnya perasaan negatif karena tidak dapat terlibat dalam suatu aktivitas

²⁸*Ibid*, h. 140-141.

²⁹Dian Veronika Sakti Kaloeti, Ayu Kurnia S, dan Valentino Marcel Tahamata, "Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents," dalam *Psicologia: Reflexao e Critica*, Volume 34., No. 1., (2021), h. 3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. *Compulsion*, yaitu perilaku mengecek secara berulang aktivitas yang dilakukan oleh orang lain yang bertujuan untuk menghindari perasaan tertinggal berita terkini
3. *Comparison with friends*, yaitu munculnya perasaan negatif karena melakukan perbandingan dengan teman maupun orang lain
4. *Being Left out*, yaitu munculnya perasaan negatif karena tidak dilibatkan dalam suatu kegiatan atau perbincangan.

d. FoMO dalam Perspektif Islam

Terdapat beberapa ayat al-Qur'an yang berkaitan dengan perasaan kekhawatiran/ kecemasan yang bersangkutan dengan hal-hal duniawi. Tentu ayat ini berhubungan secara tidak langsung dengan *FoMO* yang sedang ramai diperbincangkan, dimana *FoMO* merupakan *syndrome* yang menyebabkan berbagai kekhawatiran tentang dunia. Padahal Allah SWT. telah memberitahukan kita bahwa rasa takut tentang berbagai macam perkara dunia yang manusia rasakan adalah salah satu ujian yang Allah berikan kepada manusia agar bisa bersabar dalam menghadapinya seperti yang dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 155.³⁰

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ
وَالثَّمَرَاتِ ۗ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ

Artinya: “Dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan

³⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Bintang Indonesia, 2011),



buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar.”

Dalam tafsir Al-Misbah dijelaskan bahwa pada ayat ini Allah memberikan isyarat kepada manusia yang akan diberikan sedikit cobaan berupa perasaan takut atau keresahan hati mengenai berbagai hal yang ada di dunia seperti kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Menurut Quraish Shihab dalam tafsirnya Al-Misbah menjelaskan bahwa turunnya ayat ini adalah suatu kenikmatan bagi manusia, karena dengan mengetahui informasi yang Allah berikan tentang adanya cobaan yang berupa ketakutan akan hal-hal duniawi maka seharusnya manusia bisa mempersiapkan diri untuk menghindari hal-hal yang akan menjerumuskannya pada perasaan kekhawatiran atau ketakutan.

2. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Konsumsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pemakaian barang hasil produksi (bahan makanan, pakaian, dan sebagainya) atau barang-barang yang langsung memenuhi keperluan hidup kita.³¹ Konsumsi berperan vital menjadi pilar dalam kegiatan ekonomi seseorang (individu), perusahaan, maupun negara. Konsumsi adalah bagian akhir dari kegiatan ekonomi setelah produksi dan

³¹KBBI, “Konsumsi,” <https://kbbi.kemdikbud.go.id>. Diakses pada 8 Maret 2024.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

distribusi, karena pada akhirnya semua jenis barang yang diproduksi hanya untuk dikonsumsi.³²

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.³³ Seseorang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, melainkan mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang itu. Dalam arti luas, konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah.³⁴

Sumartono menjelaskan perilaku konsumtif ke dalam delapan aspek, yaitu:³⁵

- a. Membeli barang karena hadiah yang menarik
- b. Membeli barang karena kemasannya yang menarik
- c. Membeli barang untuk menjaga diri dan gengsi
- d. Membeli barang karena ada program potongan harga
- e. Membeli barang untuk menjaga status sosial
- f. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang

³²Eka Sakti Habibullah, "Etika Konsumsi dalam Islam," dalam *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 1., No. 1., (2017), h. 90.

³³Lina dan Haryanto F. Rosyid, "Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control pada Remaja Putri," dalam *Psikologika*, Volume 2., No. 4., (1997), h. 6.

³⁴Nur Fitriyani, Prasetyo Budi Widodo, dan Nailul Fauziah, "Hubungan Antara Keformalitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa," dalam *Jurnal Psikologi*, Volume 12., No. 1., (2013), h. 56.

³⁵Sumartono, *op.cit.*, h. 119

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- g. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi
- h. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merek yang berbeda

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator, yaitu sebagai berikut.³⁶

- a. Pembelian impulsif (*impulsive buying*), yaitu pembelian barang yang semata-mata hanya didasari oleh hasrat yang muncul tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan
- b. Pembelian secara tidak rasional (*non rational buying*), yaitu pembelian yang didasari oleh sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang mengikuti mode
- c. Pembelian berlebihan atau pemborosan (*wasteful buying*), yaitu pembelian yang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan dan menghambur-hamburkan uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Perilaku Konsumtif dalam Islam

Perilaku umat Islam memang diharuskan untuk berlandaskan kepada Al-Quran dan hadis sebagai petunjuk agar mereka tetap berada pada jalur ajaran Islam dalam segala hal kehidupan di dunia termasuk

³⁶Charissa Fransisca dan Rezi Erdiansyah, "Media Sosial dan Perilaku Konsumtif," dalam *Prologia*, Volume 4., No. 2., (2020), h. 436.

konsumsi.³⁷ Teori konsumsi menurut Al Ghazali tidak hanya berorientasi kepada kepuasan saja. Meskipun Al Ghazali tidak menafikan tabiat manusia yang cenderung mengikuti keinginannya. Al Ghazali menganjurkan agar hati-hati dalam menjaga harta, termasuk menjaga hartanya dari nafsu syahwat yang selalu menuntut kepuasan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan.³⁸

Salah satu perbedaan mendasar antara sistem ekonomi konvensional dan sistem ekonomi Islam adalah menyoroti masalah *need* (kebutuhan) dengan *want* (keinginan). Secara umum dapat dibedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan berasal dari fitrah manusia, bersifat objektif, serta mendatangkan manfaat dan kemaslahatan di samping kepuasan. Sementara itu, keinginan berasal dari hasrat manusia yang bersifat subjektif. Bila keinginan itu terpenuhi, hasil yang diperoleh adalah dalam bentuk kepuasan atau manfaat psikis di samping manfaat lainnya.³⁹

Ekonomi konvensional tidak membedakan antara *need* (kebutuhan) dan *want* (keinginan). Konsep kapitalis sangat mengedepankan keinginan. Keinginan dijadikan sebuah standar kepuasan bagaimana

³⁷Charisma Jalil Indranata, *op.cit.*, h. 67.

³⁸Jihan Eka Mufidah, Asep Ramdan Hidayat, dan Yayat Rahmat Hidayat, "Tinjauan Teori Konsumsi Menurut Al Ghazali Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung)," dalam *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 5., No. 2., (2019), h. 422.

³⁹Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 104-105.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

manusia mencukupi kebutuhan hidupnya. Konsep ini yang membawa manusia terjebak ke dalam perilaku konsumtif.⁴⁰

Kebutuhan manusia dalam perspektif ekonomi Islam terbagi atas tiga, yaitu:⁴¹

- a. Kebutuhan *dharuriyyah* (pokok), yang merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi. Jika tidak dapat terpenuhi, justru akan menimbulkan kepincangan dalam kehidupan manusia. Kebutuhan *dharuriyyah* terdiri dari:
 - 1) *Ad-din*, yakni pemenuhan kebutuhan agama seperti ibadah
 - 2) *Al-nafs*, yakni pemenuhan kebutuhan diri/ jiwa seperti makan
 - 3) *Al-aql*, yakni pemenuhan kebutuhan akal seperti menuntut ilmu
 - 4) *Al-nasl*, yakni pemenuhan kebutuhan akan berumah tangga seperti menikah
 - 5) *Al-mal*, yakni pemenuhan kebutuhan akan harta benda
- b. Kebutuhan yang bersifat *hajjiyyah*, yakni kebutuhan pelengkap yang mengokohkan, dan menguatkan, seperti melanjutkan pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi. Apabila kebutuhan *hajjiyyah* ini tidak terpenuhi, kehidupan manusia tidak akan terancam.
- c. Kebutuhan yang bersifat *tahsiniyyah*, yaitu kebutuhan untuk memperindah pelaksanaan kebutuhan *dharuriyyah* dan *hajjiyyah*, seperti penggunaan telepon genggam dalam berkomunikasi

⁴⁰Nur Rahmah dan Munadi Idris, "Impulsive Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam," dalam *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*, Volume 1., No. 2., (2018), h. 107.,

⁴¹Charisma Jalil Indranata, *op.cit.*, h. 106-107.

B. Etika Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Terdapat lima hal pokok yang menjadi konsentrasi ekonomi Islam terkait etika mengkonsumsi suatu barang atau jasa yaitu:⁴²

- a. Memperhatikan prioritas dari kebutuhan. Secara mendasar kebutuhan manusia dikelompokkan menjadi tiga yaitu pertama, kebutuhan pokok, kedua, kebutuhan akan suatu barang atau jasa karena kesenangan dan ketiga, kebutuhan suatu barang untuk kemewahan. Berdasarkan tiga kelompok kebutuhan tersebut, maka agama Islam mengutamakan prinsip prioritas dalam memenuhi kebutuhan manusia tersebut
- b. Mengonsumsi produk yang halal. Dalam melakukan kegiatan konsumsi, secara tegas dan jelas agama Islam telah melarang umatnya untuk mengonsumsi yang haram. Tujuan pengharaman tersebut adalah untuk menjaga *addaruriyah al khamseh*, sebab apa saja yang kita konsumsi akan mengalir di dalam darah dan tubuh yang apada akhirnya kan membentuk karakter seseorang
- c. Memperhatikan kualitas konsumsi. Dalam kegiatan konsumsi dan produksi Islam tidak saja mengutamakan kehalalan dari suatu produk tetapi juga memperhatikan kualitasnya. Kualitas yang dimaksud disini adalah halal dan *thoyyib* (baik), dimana kedua hal ini menjadi patokan kualitas konsumsi dalam Islam
- d. Mengutamakan masalah. Bila konsep dalam ekonomi konvensional tujuan konsumsi adalah untuk memaksimalkan kepuasan yang dimaknai

⁴²Baitul Hamdi, *op.cit.*, h. 9-12.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai terpenuhinya kebutuhan fisik. Ekonomi Islam tidak mengenal konsep kepuasan tetapi lebih mengenal konsep masalah dengan makna terpenuhi dan tercukupinya kebutuhan fisik dan spiritual. Dengan demikian tingkat kepuasan konsumen muslim tidak dapat diukur dari seberapa banyak barang yang dikonsumsi tetapi dari kegiatan konsumsi itu seberapa besar nilai ibadah yang mampu dihasilkannya

- e. Sederhana. Dalam konsumsi, kesederhanaan merupakan nilai utama dalam Islam. Sederhana, bukan berarti Islam melarang umatnya untuk mendapatkan kekayaan tetapi dalam hal ini Allah mengingatkan untuk tidak berlebihan baik dalam ibadah maupun dalam muamalah. Sebab Allah tidak menyukai segala sesuatu yang berlebihan yang berujung kepada pemborosan dan *mubazir*.

Wahbah Az-Zuhaili mengungkapkan bahwa terdapat dua jenis batasan yang diterapkan pada kepemilikan individu dalam Islam, yaitu batasan positif dan batasan negatif. Salah satu batasan negatif pada kepemilikan individu ialah larangan terhadap dua sikap berlebihan yang saling bertolak belakang, yaitu sikap terlalu boros dan sikap terlalu hemat. Islam mengharuskan sikap tengah-tengah dan proporsional dalam menggunakan harta.⁴³ Allah SWT berfirman dalam surah al-Isra ayat 29.⁴⁴

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

⁴³Wahbah Az-Zuhaili, *FIQIH ISLAM*, alih bahasa oleh Abdul Hayyie alKattani et.al (Jakarta: Gema Insani, 2011), jilid 7, h. 38.

⁴⁴Departemen Agama RI, *op.cit.*, h. 286

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya: “Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal.”

Sikap boros (*tabzir*) dan menghambur-hamburkan harta dapat menimbulkan kemudharatan meskipun digunakan dalam hal kebaikan. Sikap ini adalah jalan yang membawa kepada kefakiran dan pada akhirnya akan berujung pada kondisi dimana dirinya akan menjadi beban masyarakat dan menimbulkan berbagai dampak sosial yang buruk.⁴⁵

Al-Qurthubi di dalam kitab tafsirnya menerangkan bahwasannya pemboros-pemboros itu menjadi sama hukumnya dengan syaitan, karena pemboros berusaha membuat kehancuran sebagaimana para syaitan, atau mereka melakukan apa-apa yang dibuat indah oleh syaitan, atau syaitan menemani mereka kelak di dalam neraka.⁴⁶

Al-Qur’an telah melarang perilaku *tabzir*, di antaranya yaitu firman Allah di dalam surah Al-Isra: 26-27.⁴⁷

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara

⁴⁵Wahbah Az-Zuhaili, *op.cit.*, h. 39.

⁴⁶Imam al-Qurthubi, *Tafsir al-Qurthubi*, alih bahasa oleh Asmuni, (Jakarta: Pustaka Azam, 2008), jilid 10, h. 614 .

⁴⁷Departemen Agama RI, *op.cit.*, h. 284.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, seorang pakar fiqih dan tafsir negeri Suriah menafsirkan bahwa sesungguhnya orang-orang yang boros adalah pasangan (saudara) setan karena pemborosan itu termasuk godaan setan. Sesungguhnya setan itu sangat kufur atas nikmat-nikmat Tuhannya.⁴⁸

Selain *tabzir* (boros), Islam juga melarang untuk berperilaku *Israf* (berlebih-lebihan). *Israf* juga dapat diartikan sebagai suatu sikap jiwa yang memperurutkan keinginan yang melebihi semestinya. Seperti makan terlalu banyak. Oleh karena itu bisa dikatakan *israf* adalah segala bentuk perbuatan yang sia-sia, berlebihan dan keluar dari batasan yang wajar, baik dalam kualitas dan kuantitasnya.⁴⁹

Pelarangan *israf* ini karena banyak menimbulkan efek buruk pada diri manusia, di antaranya adalah tidak efisien dan efektif dalam pemanfaatan sumber daya, egoisme, mementingkan diri sendiri (*self interest*), dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu, sehingga uang yang dibelanjakannya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri. Oleh sebab itu dalam menghapus perilaku *israf*, Islam memerintahkan untuk memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat dan menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.⁵⁰

⁴⁸TafsirWeb, “Baca Al-Quran Online Plus Tafsir,” artikel dari <http://tafsirweb.com/37131-surat-al-isra-lengkap.html>. Diakses pada 23 September 2023.

⁴⁹Jinani Firdausiyah, “*Israf dalam Perspektif Al-Qur’an*” (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2023), h. 14.

⁵⁰Dita Afrina dan Siti Achiria, “Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku *Israf* dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam,” dalam *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 2., No. 1., (2018), h. 37.



Beberapa ayat al-Quran yang menjelaskan perilaku *Israf*, yaitu:

- a. Surah Al-Furqan ayat 67.⁵¹

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

Adapun pelajaran yang terdapat dalam ayat ini adalah menginfakkan harta untuk ketaatan kepada Allah dalam hal-hal yang mubah. Syariat Islam mengajarkan agar seseorang tidak berlebih-lebihan dalam membelanjakan hartanya hingga tidak menghilangkan hak orang lain atau keluarganya, dan semacamnya, dan juga tidak kikir hingga keluarganya lapar dan berlebih-lebihan dalam menahan hartanya. Adapun yang baik dalam hal itu adalah yang tengah-tengah, atau yang sedang-sedang saja. Menginfakkan harta dengan sikap tengah-tengah (tidak boros dan tidak kikir) bagi setiap orang tergantung kepada keluarganya dan keadaannya, kekuatan badannya, kesabarannya dan keuletannya dalam bekerja, atau sebaliknya. Namun yang terbaik dalam hal ini adalah yang sedang-sedang.⁵²

⁵¹Departemen Agama RI, *op.cit.*, h. 365.

⁵²Imam al-Qurthubi, *Tafsir al-Qurthubi*, alih bahasa oleh Muhyiddin Mas Rida, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2009), jilid 13, h. 178.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Surah Ali-Imran ayat 147.⁵³

وَمَا كَانَ قَوْلُهُمْ إِلَّا أَنْ قَالُوا رَبَّنَا اغْفِرْ لَنَا ذُنُوبَنَا وَإِسْرَافَنَا فِي أَمْرِنَا وَثَبِّتْ
أَقْدَامَنَا وَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

Artinya: “Tidak ada doa mereka selain ucapan: Ya Tuhan kami, ampunilah dosa-dosa kami dan tindakan-tindakan kami yang berlebih-lebihan dalam urusan kami dan tetapkanlah pendirian kami, dan tolonglah kami terhadap kaum yang kafir.”

Menurut syekh Nashir As Sa'di ada beberapa hal yang bisa dikategorikan berlebihan yaitu:⁵⁴

- a. *Israf* dalam perilaku zalim dan kekafiran
- b. *Israf* dalam perkara makan dan minum
- c. *Israf* dalam membelanjakan harta kekayaan
- d. *Israf* dalam perkara berwudhu
- e. *Israf* dalam bersedekah
- f. *Israf* dalam berbicara.

⁵³Departemen Agama RI, *op.cit.*, h. 68.

⁵⁴Jinani Firdausiyah, *op.cit.*, h. 15-19.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan/Perbedaan
Amanda Della Saputri, 2023 Fenomena <i>Fear of Missing Out</i> Tren Fashion Masa Kini Menjadi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya ⁵⁵	Gaya hidup Mahasiswi <i>FoMO</i> (Fear of Missing Out) UIN Sunan Ampel Surabaya terkait adanya tren <i>fashion style</i> sekarang ini yaitu selalu mengikuti tren terkini dengan selalu membeli pakaian dengan model terbaru dalam setiap minggunya bisa 2 bahkan 3 kali bahkan juga bisa lebih dari itu agar dapat menunjang <i>OOTD</i> (<i>Outfit Of The Day</i>). Dampak yang mereka rasakan yaitu mereka dengan mudah membelanjakan uangnya karena selalu ingin mengikuti tren yang ada. Hal ini membuat mereka mencari uang tambahan dengan bekerja <i>part-time</i> atau membantu usaha milik orang tuanya.	1. Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat hanya satu variabel • Tidak terdapat tinjauan ekonomi syariah • Pendekatan penelitian kualitatif • Lokasi penelitian 2. Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat variabel <i>Fear of Missing Out</i> (<i>FoMO</i>) • Responden merupakan mahasiswi
Alia Zahra, Umi Khairani, dan Dini Lestari, 2023 Pengaruh <i>FoMO</i> Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Hal ini dikarenakan r hitung (0,356) lebih besar daripada r tabel pada taraf	1. Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian <i>FoMO</i> dari sisi gaya hidup • Lokasi penelitian 2. Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat dua variabel, <i>Fear of Missing Out</i>

⁵⁵Amanda Della Saputri, "Fenomena *Fear of Missing Out* Tren Fashion Masa Kini Menjadi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya," (Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Karya Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sumatera Utara ⁵⁶	Suhartini dan Dwi Maharani, 2023 Peran <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> dalam Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian ⁵⁷	signifikan 5% maupun 1% dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Besarnya pengaruh perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara adalah sebesar 12,7 %, sedangkan sisanya sebesar 87,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.	Perilaku konsumen diketahui memiliki $p < 0,000$ dengan demikian karena $p < 0,05$ atau $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> ($AbsX1_X2$) diketahui memiliki $p < 0,043$ dengan demikian karena $p < 0,05$ atau $0,043 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa <i>FoMO</i> dapat berperan untuk memoderasi antara variabel perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.	(variabel independen) dan perilaku konsumtif (variabel dependen) <ul style="list-style-type: none"> • Meninjau dari sisi ekonomi syariah 	1. Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat tiga variabel, perilaku konsumen (variabel independen), keputusan pembelian (variabel dependen), dan <i>FoMO</i> (variabel moderating) • Teknik pengambilan sampel yang digunakan <i>non probability sampling</i> 2. Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> sebagai salah satu variabel
--	---	--	---	---	---

⁵⁶Aulia Zahra, Umi Khairani, dan Dini Lestari, "Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FakultasEknomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara," dalam *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, Volume 3., No. 2., (2023).

⁵⁷Suhartini dan Maharani, "Peran Fear Of Missing Out (FoMO) dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian," dalam *Economics and Digital Business Review*, Volume. 4., No. 2., (2023).

<p>Michelle Apolo dan Meike Kurniawati, 2023 Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP⁵⁸</p>	<p>Terdapat pengaruh positif <i>fear of missing out (fomo)</i> terhadap perilaku konsumtif produk. Berdasarkan hasil hipotesis, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi <i>fear of missing out (fomo)</i> seseorang, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.</p>	<p>1. Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subjek penelitian penggemar KPOP remaja akhir • Tidak terdapat tinjauan ekonomi syariah <p>2. Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat dua variabel, <i>Fear of Missing Out</i> (variabel independen) dan perilaku konsumtif (variabel dependen)
--	---	---

Sumber: Data diolah pada 2023

C. Kerangka Teori dan Hipotesis

1. Kerangka Teori

Kerangka teori menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel independen dan dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Fear of Missing Out (FoMO)* (X), sedangkan variabel dependennya adalah perilaku konsumtif (Y). Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* tren produk kosmetik terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau.

⁵⁸Michelle Apolo dan Meike Kurniawati, "Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP," dalam *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, Volume 3, No. 6, (2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

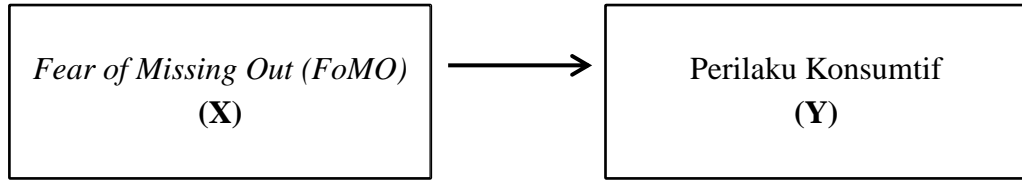
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Gambar 2.1
Kerangka Teori



Hipotesis

Berdasarkan pembahasan dalam latar belakang, landasan teori, dan kerangka teori, maka formulasi hipotesis yang diajukan untuk diuji kebenarannya dalam penelitian ini ialah:

- a) H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang positif antara *Fear of Missing Out (FoMO)* tren produk kosmetik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Suska Riau
- b) H_a : Terdapat pengaruh yang positif antara *Fear of Missing Out (FoMO)* tren produk kosmetik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Suska Riau

Adapun konsep operasional berisikan indikator-indikator yang diukur berdasarkan variabel-variabel yang nantinya akan diteliti, yaitu:

UIN SUSKA RIAU

Tabel 2.2
Konsep Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
<i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) Tren Produk Kosmetik (X)	FoMO adalah rasa cemas yang tidak diinginkan yang timbul karena persepsi terhadap pengalaman orang lain yang lebih memuaskan daripada diri sendiri, biasanya lewat terpaan media sosial. (Patrick J. McGinnis, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Missed experienced</i> • <i>Compulsion</i> • <i>Comparison with friends</i> • <i>Being left out</i> (Kaloeti, Kurnia, dan Tahamata, 2021)
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. (Lina dan Rosyid, 1997)	<ul style="list-style-type: none"> • Pembelian yang bersifat impulsif (<i>impulsive buying</i>) • Pembelian secara tidak rasional (<i>non rational buying</i>) • Pembelian yang berlebihan atau pemborosan (<i>wasteful buying</i>) (Lina dan Rosyid, 1997)

Sumber: Data diolah pada 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden.⁵⁹ Adapun pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu pendekatan yang bersifat sistematis, terencana, terstruktur, jelas dari awal hingga akhir penelitian, serta tidak dipengaruhi oleh keadaan yang ada pada lapangan. Penelitian ini menekankan analisis pada data numerik (angka) yang kemudian dianalisis dengan metode statistik yang sesuai.⁶⁰

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang berlokasi di Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru Panam, Pekanbaru. Melalui pengamatan yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa banyak mahasiswi program studi Ekonomi Syariah yang menggunakan aplikasi media sosial TikTok dan senang membicarakan serta menggunakan produk-produk kosmetik yang sedang tren.

⁵⁹Anak Agung Putu Agung dan Anik Yuesti, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*, (Badung: CV. Noah Aletheia, 2019), h. 4.

⁶⁰Hardani, et.al., *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), Cet. Ke-1, h. 238

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini ialah mahasiswi program studi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau yang senang melihat konten tentang tren produk kosmetik yang sedang ramai diperbincangkan. Alasan pemilihan mahasiswi Ekonomi Syariah sebagai subjek ialah karena mahasiswi merupakan salah satu generasi yang paham dan ikut terlibat secara langsung dalam berbagai perubahan di era globalisasi dan digitalisasi saat ini. Mahasiswi juga merupakan generasi yang cenderung tidak dapat lepas dari pengaruh media sosial dimana di dalamnya terdapat berbagai informasi dari seluruh bidang kehidupan. Sementara objek penelitian ini yaitu *Fear of Missing Out (FoMO)* tren produk kosmetik di aplikasi TikTok sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen.

D. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah 455 mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau angkatan 2019/2020-2022/2022. Sementara sampel yang nantinya akan menjadi perwakilan dalam banyaknya jumlah populasi ditentukan berdasarkan teknik *probability sampling* berupa *proportionate stratified random sampling*.

Sebelum dihitung berdasarkan strata, maka terlebih dahulu dilakukan perhitungan besarnya sampel pada penelitian menggunakan rumus slovin, dimana rumusnya adalah:

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persentase kesalahan yang diinginkan (*margin error*)

Penentuan besarnya sampel yang dilakukan pada penelitian ini memiliki populasi seluruhnya berjumlah 455 orang, dengan menggunakan margin error sebesar 10% maka sampel keseluruhan yang dapat diambil adalah sebagai

berikut:

$N = 455$

$e = 10\%$ atau 0.1

$$n = \frac{455}{1 + 455(0,1^2)}$$

$$= \frac{455}{5,55}$$

$$= 82$$

Selanjutnya dilakukan perhitungan untuk mendapatkan sampel untuk masing-masing angkatan berdasarkan teknik sampling *proportionate stratified random sampling*, yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.1
Sampel Penelitian

Angkatan	Jumlah Mahasiswi	Penarikan Sampel	Jumlah Sampel
2019	78	$78/455 \times 82$	14
2020	210	$210/455 \times 82$	37
2021	103	$103/455 \times 82$	19
2022	64	$64/455 \times 82$	12
Total	455		82



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak $14 + 37 + 19 + 12 = 82$ orang mahasiswi dari jumlah populasi 455 mahasiswi program studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum.

E. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang mengacu kepada data yang dikumpulkan secara langsung.⁶¹ Data primer juga diartikan sebagai data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan seluruh metode pengumpulan data original.⁶² Pada penelitian ini, data primer dikumpulkan langsung dari sumber utama yaitu sampel dari penelitian kuantitatif yang biasa disebut dengan responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, dan sebagainya), foto-foto, film, rekaman, video, atau benda-benda yang dapat memperkaya data primer.⁶³

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Melalui wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam

⁶¹*Ibid.*, h. 401.

⁶²Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, dan Riza Bahtiar Sulistyan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), h. 72.

⁶³Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *op.cit.*, h. 28.



menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, di mana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi.⁶⁴

Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan seseorang tentang sesuatu yang direncanakan ataupun yang tidak direncanakan, baik secara sepintas ataupun dalam jangka waktu yang cukup lama, dapat melahirkan suatu masalah (sumber masalah).⁶⁵

Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁶⁶ Skala pengukuran kuesioner yang digunakan pada penelitian ini ialah Skala Likert, dimana jawaban dari tiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yaitu sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju : 5
- b. Setuju : 4
- c. Netral : 3
- d. Tidak Setuju : 2
- e. Sangat Tidak Setuju : 1

⁶⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 231-232.

⁶⁵Hardani dkk, *op.cit.*, h. 80.

⁶⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.142.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

F. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari serta mengumpulkan data tentang hal-hal berupa foto, catatan, transkrip, notulen, agenda, dan sebagainya.⁶⁷

G. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dibantu oleh komputerisasi melalui program IBM SPSS versi 29. Adapun analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.⁶⁸

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas merupakan tingkat yang menunjukkan keandalan dari alat ukur yang dipergunakan. Instrumen dapat dikatakan valid apabila benar-benar tepat digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur. Dalam hal ini untuk mengukur apakah kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengungkapkan apa yang ingin diukur.

Pada penelitian ini, digunakan rumus yang dikemukakan oleh Pearson untuk mengukur validitas, yaitu rumus Korelasi Product.

⁶⁷Suharsimi (2013), h. 20

⁶⁸Sugiyono,

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

n Praktik, (Jakarta: Rineka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi antara X dan Y
 n = jumlah responden
 X = skor masing-masing pernyataan dari tiap responden
 Y = skor total semua pernyataan dari tiap responden

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian variabel atau tidak. Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali dan akan menghasilkan data yang konsisten. Pada penelitian ini, digunakan metode pengukuran yaitu dengan uji Cronbach's Alpha. Adapun rumusnya ialah sebagai berikut.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si}{S_t} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = nilai reliabilitas
 K = jumlah item
 $\sum Si$ = jumlah varian skor tiap-tiap item
 S_t = varian total

Uji Asumsi Klasik

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Kolmogorov-smirnov*. Adapun ketentuan pada uji normalitas yaitu:⁶⁹

- Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$, maka hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal
- Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$, maka hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu untuk melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut.⁷⁰

- Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$, maka hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada heteroskedastisitas
- Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$, maka hipotesis ditolak karena data ada heteroskedastisitas.

4. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana atau regresi sederhana adalah analisis yang hanya terdiri atas dua variabel yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat) dan dijabarkan dengan menggunakan rumus berikut.⁷¹

⁶⁹Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021), h. 69.

⁷⁰*Ibid.*, h. 69-70.

⁷¹*Ibid.*, h. 51.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X = variabel independen

a = konstanta

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

b. Uji t (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk menguji pengaruh secara individu. Kriteria pengujian ini dengan melihat nilai signifikannya, apabila nilai sig < 0,05 maka H_a diterima dan sebaliknya jika nilai sig > 0,05 maka H_a ditolak. Selanjutnya untuk menentukan arah hipotesis dilihat dari unstandardized coefficients β , apabila nilai β menunjukkan tanda minus (-) maka variabel independen berpengaruh negatif terhadap variabel dependen dan sebaliknya apabila nilai β tidak menunjukkan tanda minus (-) maka variabel independen berpengaruh positif.

c. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan seberapa kuat hubungan suatu variabel tertentu tergantung variabel sedangkan pada koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel-variabel. Penelitian ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* (r) yang bertujuan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r).⁷² Adapun pedoman derajat hubungan dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 3.2
Pedoman Derajat Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau yang biasa disimbolkan dengan R^2 pada prinsipnya digunakan untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi semakin mendekati 100%, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut.⁷³

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Kd = nilai koefisien determinasi

R^2 = nilai koefisien korelasi

⁷²Faradiba Jabnabillah dan Nur Margina, Analisis Korelasi Pearson dalam Menentukan Hubungan antara Motivasi Belajar dengan Kemandirian Belajar pada Pembelajaran Daring, dalam *Jurnal Sintak*, Volume 1., No 1., 2022, h. 16

⁷³*Ibid.*, h. 54.



H. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) merupakan hasil pengembangan/ peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 2 Tahun 2005 tanggal 4 Januari 2005 tentang Perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI, Bapak Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tindak lanjut perubahan status ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata kerja UIN Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005.

Institut Agama Islam Negeri Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN Suska Riau, didirikan pada tanggal 16 September 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 194 Tahun 1970. Institut ini diresmikan berdirinya oleh Menteri Agama Republik Indonesia K.H. Ahmad Dahlan pada tanggal 16 September 1970 berupa penandatanganan piagam dan pelantikan Rektor yang pertama, Prof. H. Ilyas Muhammad Ali.

Berdasarkan persetujuan Pemerintah Daerah, maka Institut Agama Islam Negeri Pekanbaru ini diberi nama dengan Sulthan Syarif Qasim, yaitu nama Sulthan Kerajaan Siak Sri Indrapura ke-12 atau terakhir, yang juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



nama pejuang nasional asal Riau. Pengambilan nama ini mengingat jasa-jasa dan pengabdian beliau terhadap negeri, termasuk di bidang pendidikan.

IAIN Susqa Pekanbaru ini mengambil tempat kuliah pada mulanya di bekas sekolah Cina di Jl. Cempaka, sekarang bernama Jl. Teratai, kemudian dipindahkan ke masjid Agung An-Nur. Lalu pada tahun 1973, barulah IAIN Susqa menempati kampus Jl. Pelajar (Jl. K.H. Ahmad Dahlan sekarang). Bangunan pertama seluas 840 m² yang terletak di atas tanah berukuran 3,65 Ha dibiayai sepenuhnya oleh Pemerintah Daerah dan diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau, Arifin Achmad, pada tanggal 19 Juni 1973.

Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri atas tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun sejak tahun 1998, IAIN Susqa mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah. Fakultas ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 104 Tahun 1998 tanggal 24 Pebruari 1998. Fakultas ini pada mulanya berasal dari Jurusan Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1997 telah berdiri pula Program Pascasarjana/PPs IAIN SUSQA Pekanbaru.

Peningkatan status IAIN menjadi UIN dimaksudkan untuk menghasilkan sarjana muslim yang mampu menguasai, mengembangkan, dan menerapkan ilmu ke-Islaman, ilmu pengetahuan dan teknologi secara intergral, sekaligus menghilangkan pandangan dikhotomi antara ilmu keislaman dan ilmu umum.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dewasa ini UIN Suska telah mempunyai lahan kampus seluas 84,15 Ha yang terdiri atas 3,65 Ha di Jl. K.H. Ahmad Dahlan dan 80,50 Ha di Km. 15 Jl. Soebrantas Simpangbaru Panam Pekanbaru.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau dan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2006 tentang Perubahan atas PMA RI No. 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau, maka UIN Suska Riau memiliki 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dan Fakultas Pertanian dan Peternakan.⁷⁴

Tabel 3.3
Daftar Nama Rektor IAIN SUSQA-UIN SUSKA 1970-2021

No	Nama	Periode
1.	Prof. H. Ilyas Muh. Ali	1970-1975
2.	Drs. H. A. Moerad Oesman	1975-1979
3.	Drs. Soewarno Ahmady	1979-1987
4.	Drs. H. Yusuf Rahman, MA	1987-1996
5.	Prof. Dr. H. Amir Luthfi	1996-2005
6.	Prof. Dr. H. M. Nazir	2005-2014
7.	Prof. Dr. H. Munzir Hitami, MA	2014-2018
8.	Prof. Dr. KH. Akhmad Mujahidin, S.Ag, M.Ag	2018-2020
9.	Prof. Dr. Hairunas, M.Ag	2021-2025

⁷⁴UIN Suska Riau, "Sejarah Ringkas Universitas," artikel dari <https://www.uin-suska.ac.id>. Diakses pada 29 Januari 2024.



Visi dan Misi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

1. Visi UIN Suska Riau

Visi UIN Suska Riau adalah terwujudnya UIN Suska Riau sebagai perguruan tinggi Islam yang gemilang dan terbilang dalam mengembangkan ilmu keIslaman, sains, teknologi dan atau seni secara integratif di kawasan Asia pada Tahun 2025

2. Misi UIN Suska Riau

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran berbasis integrasi ilmu, teknologi dan atau seni dengan Islam untuk menghasilkan sumber daya manusia yang saleh, moderat, cerdas dan berkualitas secara akademik
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengkajian yang inovatif dan tepat guna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni yang terintegrasi dengan Islam
- 3) Menyelenggarakan pengabdian berbasis integrasi ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni dengan Islam yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan
- 4) Menyelenggarakan tata kelola universitas yang baik (*good university governance*) serta adaptif dengan sistem dan teknologi

Sejarah Singkat Fakultas Syariah dan Hukum

Seiring dengan adanya berbagai perubahan-perubahan yang diakibatkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, sangat diperlukan peranan para intelektual muslim yang mampu mengarahkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



kemajuan ilmu dan teknologi bernafaskan Islami. Menyadari kelemahan dan kekurangan akan hal yang demikian maka tokoh agama, pemuka masyarakat dan pemerintah daerah Riau merasa terpanggil untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi yang beridentitas Islam. Ide tersebut menjadi kenyataan dengan usaha membentuk BADAN PELAKSANA AL JAMI'AH AL ISLAMIAH (BAPELA) Riau yang diketuai oleh Datuk Wan Abdurrahman (Wakil Gubernur KDH Tk. I Riau). Sebagai salah satu usaha dari BAPELA adalah pendirian Fakultas Syariah, berdasarkan surat keputusan Menteri Agama No. 79 tahun 1966 tanggal 21 Nopember 1966. Fakultas yang didirikan ini merupakan salah satu Fakultas pada Universitas Islam Riau (UIR) cabang Tembilahan. Pada waktu yang bersamaan dilantiklah Haji Abdul Hamid Sulaiman sebagai Dekan.

Semula Fakultas Syariah hanya berstatus Fakultas Muda yaitu sampai Sarjana Muda saja. Dengan jurusan Qadha'. Kemudian melalui SK Menteri Agama RI No. 69 Tahun 1982, tanggal 27 Juli 1982, status Fakultas Syariah ditingkatkan menjadi Fakultas Madya. Berdasarkan SK Menteri Agama RI tersebut Fakultas Syariah menyelenggarakan perkuliahan tingkat Doktoral Syariah membuka kuliah ditingkat Doktoral dengan jurusan Qadha'. Hal ini terus berlangsung sampai dimulai Sistim Kredit Semester (SKS) pada tahun ajaran 1984/1985. Pada saat itu Fakultas Syariah sudah berkembang menjadi dua jurusan yaitu Peradilan Agama (PA) dan jurusan Perdata/Pidana Islam (PPI).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tahun ajaran 1989/1990 terdapat pula perubahan dan penambahan jurusan, yaitu Peradilan Agama (PA), Jurusan Perbandingan Mazhab (PM) sebagai jurusan baru, dan jurusan Mu'amalah Jinayah (MJ) sebagai ganti dari jurusan Perdata dan Pidana Islam. Enam tahun kemudian, tepatnya pada tahun ajaran 1995/1996 terjadi lagi perubahan jurusan Peradilan Agama (PA) berubah nama dengan Ahwal al-Syakhshiyah (AS), jurusan Perbandingan Mazhab dan Hukum (PMH), jurusan Muamalah Jinayah dimekarkan menjadi dua jurusan yaitu jurusan Muamalah (M) dan jurusan Jinayah Siyasah (JS). Dengan semakin besarnya tuntutan perubahan, maka mulai tahun akademik 2002 / 2003 Fakultas Syariah membuka jurusan baru yaitu Jurusan Ekonomi Islam (EI) Program Studi Ekonomi Perbankan S1 yang lebih berbasis syariah, yaitu dengan SK Menteri Agama RI No. E/16/1998. Kemudian pada tahun akademik 2003/2004 Fakultas Syariah membuka Program Studi Diploma Tiga Perbankan Syariah, dan berdasarkan Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam Nomor DJ.1/284 /2007 tanggal 15 Agustus 2007 Fakultas Syariah membuka Program Studi Ilmu Hukum.⁷⁵

Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Syariah dan Hukum

a. Visi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Visi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau adalah mewujudkan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau yang

⁷⁵Fakultas Syariah UIN Suska Riau, "Sejarah Singkat Fakultas Syariah dan Hukum," artikel dari <https://fasih.uin-suska.ac.id/>. Diakses pada 29 Januari 2024.



gemilang terbilang dalam bidang hukum dan pranata sosial secara integrative di kawasan Asia tahun 2025

b. Misi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran untuk melahirkan Sumber Daya Manusia yang berkualitas secara akademik dan profesional dalam bidang hukum dan pranata sosial secara integral
- 2) Melaksanakan penelitian dan kajian ilmiah dalam bidang hukum dan pranata sosial dengan menggunakan paradigma Islami
- 3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara integral dengan menggunakan paradigam Islami
- 4) Menyiapkan Sumber Daya Manusia, sarana, dan prasarana untuk melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi Islam di bidang hukum dan pranata sosial

c. Tujuan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

- 1) Terlaksananya sistem pendidikan dan pengajaran yang mampu mengintegrasikan ilmu hukum, ekonomi syariah, dan pranata sosial dalam paradigam syariah
- 2) Terlaksananya penelitian dan kajian di bidang hukum, ekonomi syariah, dan pranata sosial yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional
- 3) Terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat untuk mewujudkan masyarakat yang madani

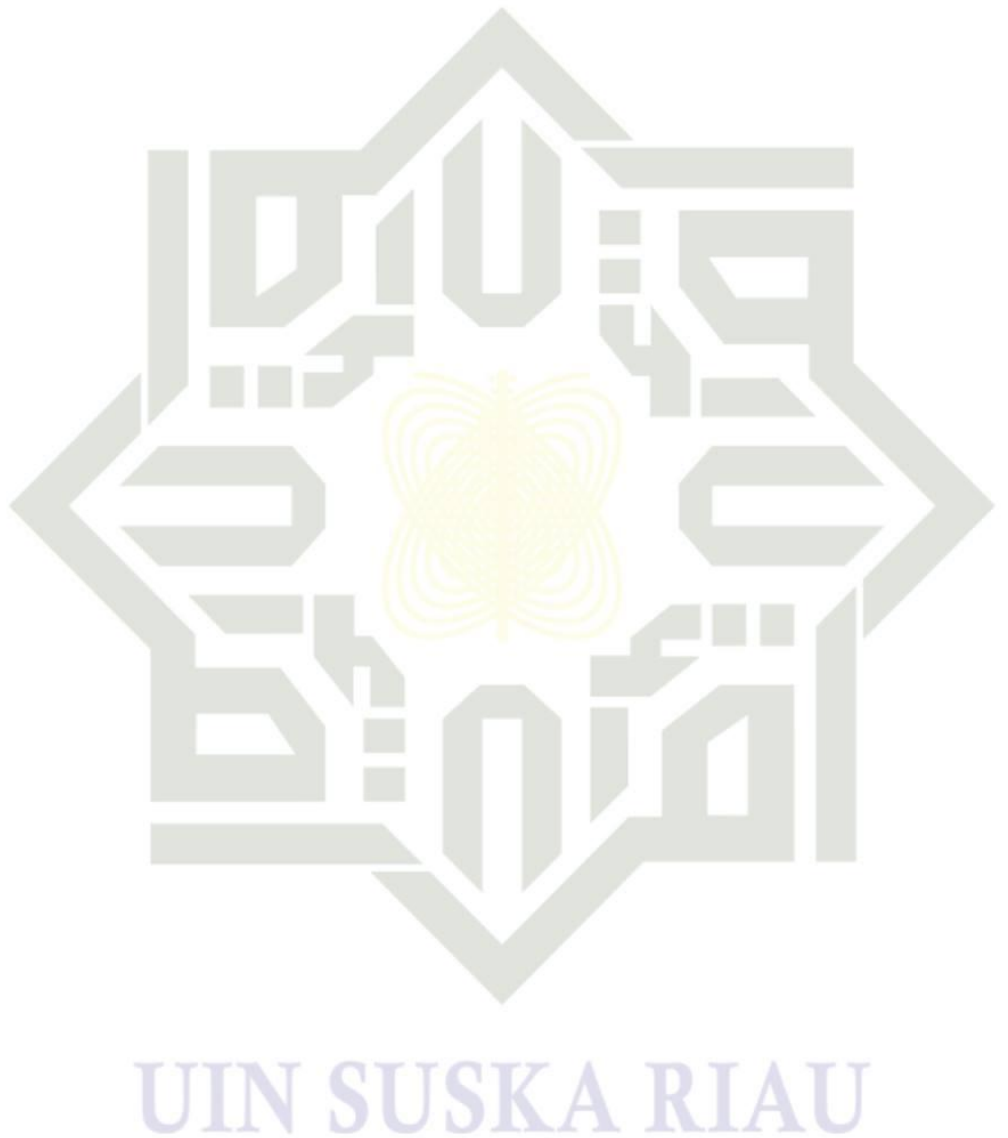
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Terlaksananya program Tridharma Perguruan Tinggi untuk meningkatkan daya saing Fakultas Syariah dan Hukum pada kawasan Asia.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh *Fear of Missing Out* (*FoMO*) Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Fear of Missing Out (*FoMO*) berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif, hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi yang didapat dari analisis regresi sederhana yang dilakukan, yaitu $Y = 7,694 + 0,558X$ dimana setiap penambahan 1% nilai *Fear of Missing Out*, maka nilai perilaku konsumtif bertambah sebesar 0,558. Pengaruh *FoMO* terhadap perilaku konsumtif ini juga terlihat pada uji t, dimana diperoleh nilai signifikansi $< 0,001$ dan t_{hitung} yang didapatkan juga $> t_{tabel}$ yaitu $13,729 > 1,990$. Selain itu, hasil dari uji korelasi juga menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat di antara kedua variabel serta tingkat pengaruh variabel X terhadap Y sesuai pengujian koefisien determinasi juga cukup tinggi yaitu sebesar 70,2%. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan bahwa *Fear of Missing Out* tren produk kosmetik di aplikasi TikTok berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswi, diterima.

Etika konsumsi mahasiswi belum sepenuhnya sesuai dengan ekonomi syariah, dimana mahasiswi cenderung hanya memperhatikan kehalalan



produk yang ia konsumsi. Sementara terkait urgensinya untuk memiliki suatu produk, kualitas dari produk, masalah yang ia peroleh dari membeli produk, serta sikap sederhananya masih belum sesuai dengan etika berkonsumsi menurut ekonomi syariah.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. *Fear of Missing Out (FoMO)* memiliki efek yang sangat besar di dalam kehidupan, oleh karena itu para mahasiswi diharapkan mampu menjaga pikiran agar tetap fokus dan tidak cepat tergiur tren yang sedang viral di media sosial. Berbagai macam pertimbangan seperti harga, komposisi dan kandungan, kehalalan dan legalitas, serta berbagai *review* dan testimoni dari suatu produk harus ditinjau terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Sebagai generasi yang ikut terlibat langsung di era digitalisasi dan berbagai perubahan fenomena sosial saat ini, mahasiswi harus tetap menjaga etika dalam berkonsumsi, dapat membedakan kebutuhan dan keinginan, mengutamakan masalah produk, dan hidup dalam kesederhanaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku/E-Book

- Agung, Anak Agung Putu dan Anik Yuesti. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. Badung: CV. Noah Aletheia, 2019.
- Al-Qurthubi, Imam. *Tafsir al-Qurthubi* (Jilid 10). Jakarta: Pustaka Azzam, 2008.
- . *Tafsir al-Qurthubi* (Jilid 13). Jakarta: Pustaka Azzam, 2009.
- Al-Ghazali, Al-Imam. *Ihya Ulumiddin* (Jilid 6). Jakarta: Republika Penerbit, 2012.
- Al-Qaradhawi, Yusuf. *Norma & Etika Ekonomi Islam*. Depok: Gema Insani, 2021.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *FIQIH ISLAM* (Jilid 7). Jakarta: Gema Insani, 2011
- . *Tafsir al-Munir* (Jilid 4). Jakarta: Gema Insani, 2018.
- . *Tafsir al-Munir* (Jilid 8). Jakarta: Gema Insani, 2018.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Bintang Indonesia, 2011.
- Hardani, et.al., *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Pustaka Ilmu Group*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Ibrahim, Azharsyah, et.al., *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021.
- McGinnis, Patrick J. *Fear of Missing Out: Tepat Mengambil Keputusan di Dunia yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- Muhyiddin, Nurlina T, et.al., *Ekonomi Bisnis Menurut Perspektif Islam dan Konvensional*. Malang: Penerbit Peneleh, 2020.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*. Yogyakarta: Idea Press, 2021.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Deepublish, 2014.
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, Noviansyah Rizal, dan Riza Bahtiar Sulistyan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widya Gama Press, 2021.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

Rusby, Zulkifli. *Ekonomi Islam. Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR, 2017.

Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021.

Salim, Abu Malik Kamal bin Sayyid. *FIQH SUNNAH Lin Nisaa' Ensiklopedi Fiqih Wanita*. Depok: Pustaka Khazanah Fawa'id, 2017.

Sidiq, Umar, dan Moh Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.

Siyoto, Sandu, dan Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sumartono. *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta, 2002

Tranggono, Retno Iswari, dan Fatma Latifah. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013.

B. Jurnal/ Website

Afrina, Dita, dan Siti Achiria. "Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam." *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 2, No. 1 (2018): h. 37.

Almaany. *Terjemahan dan Arti Arab ke Indonesia*. Artikel diakses pada 23 September 2023 dari <https://www.almaany.com/id/dict/ar-id/arab-ke-indonesia/>.

Apolo, Michelle dan Meike Kurniawati. "Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP." *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, Volume 3, No. 6 (2023).

Bisnis.com. *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. Artikel diakses pada 16 September 2023 dari <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.

BPOM. *Mengenal Kosmetik dan Penggunaannya*. Artikel diakses pada 26 September 2023 dari <https://bbpom-yogya.pom.go.id/705-judul-mengenal-kosmetik-dan-penggunaannya.html>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Carr, Caleb T., dan Rebecca A. Hayes. "Social Media: Defining, Developing, and Divining." *Atlantic Journal of Communication*, Volume 23. No. 1 (2015): h. 51.
- Engghariano, Desri Ari. "Pembacaan Wahbah Az-Zuhaili terhadap Term Mubazir dalam Kitab al-Tafsir al-Munir." *Al FAWATI'H: Jurnal Kajian Al Quran dan Hadis*, Volume 3. No. 1 (2022): h. 8-9.
- Fitriyani, Nur, Prasetyo Budi Widodo, dan Nailul Fauziah, "Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa," *Jurnal Psikologi*, Volume 12, No. 1 (2013): h. 56.
- Fransisca, Charissa dan Rezi Erdiansyah, "Media Sosial dan Perilaku Konsumtif," *Prologia*, Volume 4. No. 2 (2020): h. 436.
- Frida, Trisya. *5 Konten TikTok Ini Paling Diminati, Dapat Views Banyak Dalam Waktu Singkat*. Artikel diakses pada 27 September 2023 dari <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1624255-5-konten-TikTok-ini-paling-diminati-dapat-views-banyak-dalam-waktu-singkat>.
- GoodStats. *Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia*. Artikel diakses pada 16 September 2023 dari <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUALp>.
- Habibullah, Eka Sakti, "Etika Konsumsi dalam Islam," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 1, No. 1 (2017): h. 90.
- Hamdi, Baitul. "Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)." *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, Volume 23. No. 1 (2022): h. 2-12.
- Hijrianti, Udi Rosida dan Andi Muthiah Fitriani, "Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa," *Mediapsi*, Volume 6, No. 1 (2020): h. 49.
- Idris, M Arif. "Israf dan Pendidikan Islam Sebagai Pencegahnya." *at-Ta'dib: Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*, Volume 10, No. 2 (2018): h. 184.
- Indranata, Charisma Jalil. "Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi dalam Islam." *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, Volume 22, No. 01 (2022): h. 59-65.
- abnabillah, Faradiba dan Nur Margina. "Analisis Korelasi Pearson dalam Menentukan Hubungan antara Motivasi Belajar dengan Kemandirian Belajar pada Pembelajaran Daring." *Jurnal Sintak*, Volume 1, No. 1 (2022): h. 16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Kaloeti, Dian Veronika Sakti, Ayu Kurnia S, dan Valentino Marcel Tahamata, "Validation and psychometric properties of the Indonesian version of the Fear of Missing Out Scale in adolescents," *Psicologia: Reflexao e Critica*, Volume 34, No. 1 (2021): h. 3.
- KBBI. Artikel diakses pada 23 September 2023 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>.
- Kementerian Perindustrian RI. *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Artikel diakses pada 27 September 2023 dari <https://kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>.
- Kemp, Simon. *Digital Indonesia: 2023*. Artikel diakses pada 27 September 2023 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>.
- Khatimah, Husnul. "Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat." *Tasamuh*, Volume 16, No. 1 (2018): h.126
- Lina dan Haryanto F. Rosyid, "Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control pada Remaja Putri," *Psikologika*, Volume 2, No. 4 (1997): h. 6.
- Majelis Ulama Indonesia. "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetika dan Penggunaannya."
- Menteri Kesehatan RI. "Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/Menkes/Per/VIII/2010, Pasal 1 Ayat (1)"
- Mufidah, Jihan Eka, Asep Ramdan Hidayat, dan Yayat Rahmat Hidayat. "Tinjauan Teori Konsumsi Menurut Al Ghazali Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung)." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 5, No. 2 (2019): h.422
- Nyoman, Ni, Alit Srientini, Ni Made Hartini, dan Universitas Triatma Mulya. "Pengaruh Testimoni dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk." *Journal Research of Management*, Volume 4, No. 1 (2022): h. 12.
- Przybylski, Andrew K. et.al., "Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out," *Computers in Human Behavior*, Volume 29, No. 4 (2013): h. 1841.
- Putriana. "Islamic Consumption Principle And Religiosity Toward Muslim Community Consumption Behavior." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Volume 12, No. 1 (2023): h. 115.
- Rachmat, Imam Fachdrian. *TikTok, Fenomena Baru Meraup Cuan di Media Sosial*. Artikel diakses pada 26 September 2023 dari

<https://mediaindonesia.com/teknologi/554697/tiktok-fenomena-baru-meraup-cuan-di-media-sosial>.

Ramdhan, William, Nofriadi, dan Dahriansyah. "Masyarakat Bijak dalam Memanfaatkan Sosial Media di Era Society 5.0." *Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat*, Volume 1, No. 2 (2021), h. 160.

Rhamadanty, Sabrina. Pendapatan Industri Kecantikan dan Perawatan Pribadi Indonesia Capai USD 8 Miliar. Artikel diakses pada 27 September 2023 dari <https://industri.kontan.co.id/news/pendapatan-industri-kecantikan-dan-perawatan-pribadi-indonesia-capai-us809-miliar>.

Salwa, Dina Kurnia. "Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya." *Labatila: Ilmu Ekonomi Islam*, Volume 3, No. 1 (2019), h. 177.

Suhartini, dan Dwi Maharani. "Peran Fear Of Missing Out (FoMO) dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian." *Economics and Digital Business Review*, Volume 4, No. 2 (2023), h. 350.

Thamrin, Hasnidar, dan Adnan Achiruddin Saleh. "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, Volume 11, No. 1 (2021), h. 2.

Ubaedilah, Nofian, Puji Isyanto, dan Asep Darajatul Romli. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif pada Pengguna Aplikasi Tiktokshop." *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, Volume 4, No. 1 (2023), h. 46-47.

UIN Suska Riau. *Sejarah Ringkas Universitas*. Artikel diakses pada 29 Januari 2024 dari <https://www.uin-suska.ac.id/sejarah/>.

———. *Sejarah Singkat Fakultas Syariah dan Hukum*. Artikel diakses pada 29 Januari 2024 dari <https://fasih.uin-suska.ac.id/>.

Umbarani, Ellitte Millenitta, dan Agus Fakhruddin. "Konsep Mempercantik Diri Dalam Perspektif Islam dan Sains." *Dinamika Sosial Budaya*, Volume 23, No. 1 (2021), h. 116-118.

We Are Social. *Digital 2023*. Artikel diakses pada 26 September 2023 dari <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>.

Wirasukessa, Kadek, dan I Gede Sanica. "Fear of Missing Out dan Hedonisme pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, Volume 7, No. 1 (2023), h. 158.

Zahra, Aulia, Umi Khairani, dan Dini Lestari. "Pengaruh Fomo, Gaya Hidup

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FakultasEknomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, Volume 3, No. 2 (2023).

Skripsi/ Tesis

Daud, Sukoco. “*Konsep Tabdhir dan Israf dalam Kajian Ekonomi Syari’ah,*” Tesis: IAIN Ponorogo, 2018.

Firdausiyah, Jinani. “*Israf dalam Perspektif Al-Qur’an.*” Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2023.

Malikah, Fatikhatul. “*Konsep Mubazir dalam Al-Quran (Relevansinya terhadap Fenomena Belanja Online Tanggal Cantik),*” Skripsi: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022.

Ningsih, Fitri Agustia. “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat 38B Banjarrejo.*” Skripsi: IAIN Metro Lampung, 2020.

Rofiqoh. “*Makna Tabdhir dalam Al-Quran,*” Skripsi: IAIN Ponorogo, 2021.

Siregar, Ayu Nurlaila Sari. “*Fear of Missing Out (Fomo) dalam Al-Qur’an (Kajian Tafsir Tematik),*” Skripsi: UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022.

Saputri, Amanda Della. “*Fenomena Fear of Missing Out Tren Fashion Masa Kini Menjadi Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya,*” Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023.

Sulastri, Aisyah. “*Mubazir dan Israf dalam Al-Quran (Studi Tafsir Al-Kasysyâf ‘an Haqâiq al-Tanzîl wa ‘uyûn alAqâwîl fî Wujûh al-Ta`wîl).*” Skripsi: Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) Jakarta, 2019.

Utami, Wahyu. “*Israf dan Gaya Hidup Masyarakat Modern Perspektif Al-Qur’an (Studi Tafsir Mawdhu’i).*” Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dalam rangka melaksanakan penelitian untuk skripsi, saya Nurul Aziza Salsabila, mahasiswi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, mengambil judul penelitian "*Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.*" Untuk mendapatkan data penelitian yang diperlukan, saya mohon partisipasi saudara untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Segala data yang masuk pada penelitian ini akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis semata. Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

A. Identitas Informan

1. Nama :
2. Angkatan :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah pertanyaan secara seksama dan jawablah dengan baik dan benar
2. Berikanlah tanda *checklist* (✓) pada jawaban yang anda anggap paling sesuai
3. Lembaran yang telah diisi lengkap, mohon dikembalikan kepada peneliti



Skala Fear of Missing Out (X)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Missed Experienced						
1	Saya merasa ingin menjadi bagian dari orang-orang yang mengikuti tren produk kosmetik					
2	Saya tidak ingin ketinggalan momentum untuk memiliki suatu produk kosmetik ketika banyak orang membicarakan produk tersebut di aplikasi TikTok					
3.	Saya merasa khawatir ketika saya tidak memiliki produk kosmetik yang sedang tren di aplikasi TikTok					
Compulsion						
1.	Saya sering mencari tahu perkembangan tren produk kosmetik di aplikasi TikTok					
2.	Saya merasa senang ketika mengikuti perkembangan tren produk kosmetik di aplikasi TikTok					
3.	Saya sering memperhatikan produk kosmetik yang sedang ramai digunakan oleh orang di sekitar saya					
Comparison with friends						
1	Saya merasa cemas ketika banyak orang memiliki produk kosmetik yang sedang tren, sementara saya tidak memilikinya					
2	Saya merasa bahwa dengan mengikuti tren produk kosmetik dan membeli produk tersebut, maka saya dapat dianggap <i>up to date</i>					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	terhadap perkembangan produk kosmetik					
3	Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan produk kosmetik yang sama dengan yang dimiliki oleh banyak orang					
Being Left out						
1	Saya merasa cemas ketika saya ketinggalan informasi terbaru mengenai produk-produk kosmetik					
2	Saya merasa sedih disaat saya tertinggal dari orang-orang untuk memiliki suatu produk kosmetik yang sedang tren					
3.	Saya merasa tidak nyaman ketika tidak dapat memiliki produk kosmetik yang sama dengan yang dimiliki oleh orang banyak					

Skala Perilaku Konsumtif (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Pembelian Impulsif						
1	Saya sering membeli produk kosmetik secara spontan tanpa ada perencanaan sebelumnya					
2	Saya mudah terpengaruh iklan dan <i>review</i> tentang produk kosmetik di aplikasi TikTok					
3	Saya senang ketika saya memiliki produk kosmetik yang sedang tren meskipun produk tersebut tidak terlalu dibutuhkan					
Pembelian secara tidak rasional						
1	Saya membeli produk kosmetik berdasarkan ketertarikan terhadap produk tersebut dan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1	sering mengabaikan manfaat produk tersebut bagi diri saya					
2	Saya mudah tergoda untuk membeli produk kosmetik karena tampilannya yang menarik					
3	Harga murah dan <i>discount</i> membuat saya tergiur untuk memiliki produk kosmetik meskipun produk tersebut tidak terlalu dibutuhkan					
Pembelian berlebihan atau pemborosan						
1	Saya sering membeli produk kosmetik yang sebetulnya tidak terlalu dibutuhkan sehingga berujung pada terbuangnya produk tersebut secara sia-sia					
2.	Saya tidak membatasi diri dalam berbelanja produk kosmetik sehingga sering berakibat pada pemborosan					
3.	Saya tidak membiasakan diri saya untuk hidup sederhana dan cenderung menghabiskan banyak biaya ketika membeli produk kosmetik					

Lampiran 2. Tabulasi Data

1. *Fear of Missing Out* (X)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Total X
4	4	3	5	5	5	2	3	4	3	3	2	43
3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	3	2	37
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
3	3	4	5	4	5	2	3	2	3	2	2	38
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	54
4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	39
4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	3	3	46
3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	42
3	3	4	3	5	4	4	3	3	3	3	4	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4	46
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	48
4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	3	46
4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	3	47
4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	49
5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	54
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	42
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	3	49
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	56
5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	3	3	48
4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	43
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53
4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	42
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	48
4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	38
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	48
4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	41
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	51
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	51
4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	43
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	55
3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	42
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	3	52
4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	2	42
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	41
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	48
5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	54
4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	54
3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	40
3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	36
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	51
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	56
5	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	40
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	50
4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	42
4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	47
4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	45
4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	35
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	50
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	43
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	39
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	50
4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	52
4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	42
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	45
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	52
4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	43
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	52
3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	43
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	42
4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	41



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Perilaku Konsumtif (Y)

4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	3	50
3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	37
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	48
4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Total Y
4	5	5	3	5	4	3	2	1	32
3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
3	3	1	2	3	3	3	3	3	24
3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
4	3	3	4	4	4	3	3	3	31
3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
3	4	4	4	3	3	3	3	3	30
3	4	4	4	4	4	4	3	3	33
3	4	3	3	3	3	3	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
5	4	3	3	4	5	4	3	3	34
5	5	3	3	4	4	4	3	3	34
4	4	3	4	4	5	4	4	3	35
5	5	4	4	4	5	3	3	3	36
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
4	4	3	3	4	5	4	4	4	35
4	4	3	3	4	5	4	4	3	34
4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
4	4	3	3	4	4	4	3	3	32
4	4	4	3	4	5	4	4	4	36
4	4	3	2	3	4	4	3	3	30
4	4	3	3	3	4	4	3	4	32
4	4	3	3	3	4	3	3	3	30
4	4	3	3	4	4	3	3	4	32
4	4	3	3	3	4	3	3	3	30
5	5	4	4	5	4	4	4	4	39
4	4	3	3	4	4	3	3	3	31
4	4	3	3	4	4	3	4	4	33

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	4	4	4	4	5	5	4	4	39
4	4	3	3	4	4	4	3	3	32
4	4	4	4	4	5	4	5	4	38
4	4	2	3	4	4	3	3	3	30
4	5	4	3	4	4	4	3	3	34
5	5	4	4	5	5	4	4	4	40
4	3	3	3	4	4	4	3	3	31
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
3	4	3	3	4	4	3	3	3	30
4	5	3	4	4	5	3	3	3	34
5	5	4	3	4	4	4	4	4	37
5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
4	4	3	3	4	4	3	3	3	31
3	3	3	3	3	4	3	3	3	28
5	4	4	3	4	5	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	2	3	3	4	3	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	3	3	3	3	4	3	3	30
4	4	3	3	4	4	3	3	3	31
4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
4	4	3	3	4	4	4	3	3	32
4	4	3	3	4	4	4	3	4	33
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
4	4	3	3	3	4	4	3	3	31
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
4	4	3	3	3	4	3	3	3	30
4	5	4	3	4	5	4	4	4	37
5	4	4	4	4	5	4	5	4	39
4	4	3	2	4	4	4	4	3	32
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
4	4	3	3	4	4	4	3	3	32
5	5	4	4	4	4	4	3	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	4	4	5	5	4	4	39
4	4	3	3	3	3	4	3	3	30
4	5	4	3	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
4	4	3	3	3	4	4	4	3	32
4	4	4	4	4	5	5	4	5	39

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

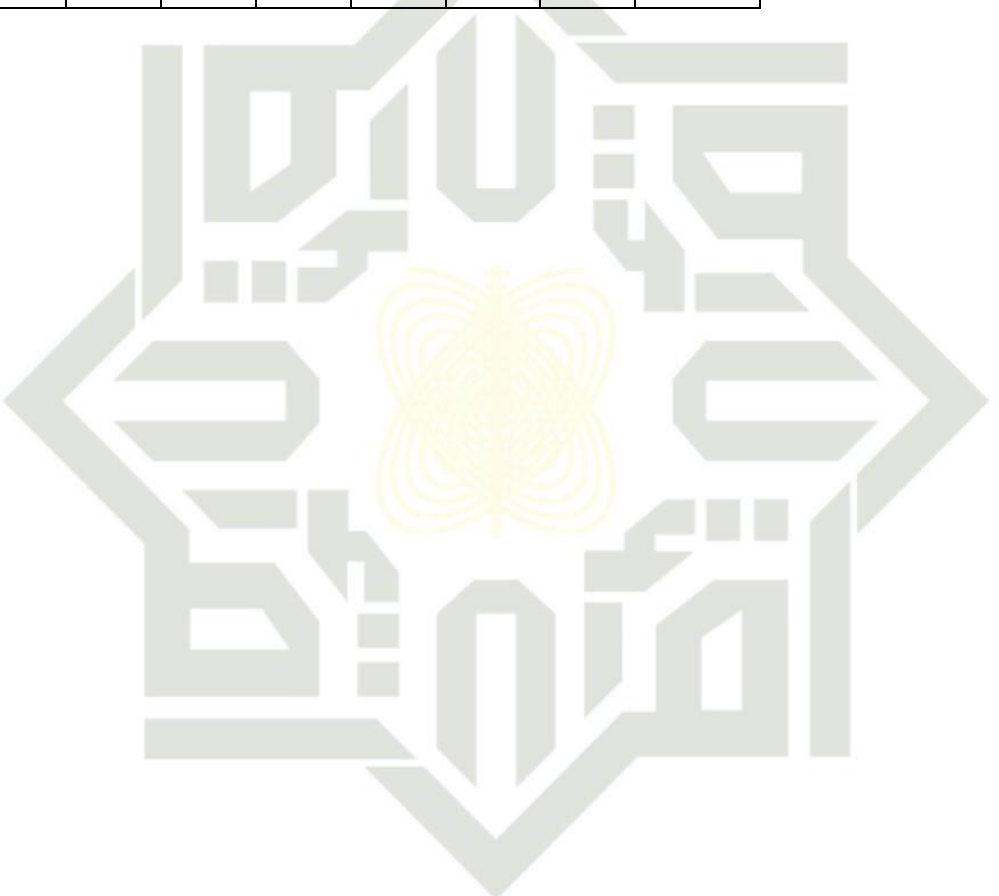
4	4	3	3	3	4	3	3	3	30
5	5	3	3	5	4	4	4	4	37
4	4	3	3	4	4	3	3	4	32
4	4	3	4	4	4	4	3	3	33
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
3	4	3	3	3	3	3	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
5	5	3	3	4	4	4	4	4	36

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Lampiran 3. Hasil Output SPSS

a. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fear of Missing Out	82	35	56	45.65	5.431
Perilaku Konsumtif	82	24	40	33.16	3.616
Valid N (listwise)	82				

b. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden terkait *Fear of Missing Out* (X)

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	9	11.0	11.0	11.0
	S	55	67.1	67.1	78.0
	SS	18	22.0	22.0	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	17.1	17.1	17.1
	S	52	63.4	63.4	80.5
	SS	16	19.5	19.5	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.4	2.4	2.4
	N	27	32.9	32.9	35.4

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

S	51	62.2	62.2	97.6
SS	2	2.4	2.4	100.0
Total	82	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	8.5	8.5	8.5
	S	46	56.1	56.1	64.6
	SS	29	35.4	35.4	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	9.8	9.8	9.8
	S	41	50.0	50.0	59.8
	SS	33	40.2	40.2	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	15	18.3	18.3	18.3
	S	46	56.1	56.1	74.4
	SS	21	25.6	25.6	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.4	2.4	2.4
	N	33	40.2	40.2	42.7
	S	46	56.1	56.1	98.8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SS	1	1.2	1.2	100.0
Total	82	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	25	30.5	30.5	30.5
	S	45	54.9	54.9	85.4
	SS	12	14.6	14.6	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.4	2.4	2.4
	N	16	19.5	19.5	22.0
	S	47	57.3	57.3	79.3
	SS	17	20.7	20.7	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	40	48.8	48.8	48.8
	S	41	50.0	50.0	98.8
	SS	1	1.2	1.2	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

X1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	7.3	7.3	7.3
	N	50	61.0	61.0	68.3

©

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

S	26	31.7	31.7	100.0
Total	82	100.0	100.0	

		X1.12			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	TS	12	14.6	14.6	14.6
	N	51	62.2	62.2	76.8
	S	19	23.2	23.2	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

c. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden terkait Perilaku Konsumtif (Y)

		Y1.1			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	N	12	14.6	14.6	14.6
	S	54	65.9	65.9	80.5
	SS	16	19.5	19.5	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

		Y1.2			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	N	8	9.8	9.8	9.8
	S	60	73.2	73.2	82.9
	SS	14	17.1	17.1	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Y1.3			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	STS	1	1.2	1.2	1.2
	TS	3	3.7	3.7	4.9
	N	44	53.7	53.7	58.5
	S	33	40.2	40.2	98.8
	SS	1	1.2	1.2	100.0
Total		82	100.0	100.0	

		Y1.4			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	TS	4	4.9	4.9	4.9
	N	50	61.0	61.0	65.9
	S	28	34.1	34.1	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

		Y1.5			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	N	24	29.3	29.3	29.3
	S	54	65.9	65.9	95.1
	SS	4	4.9	4.9	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

		Y1.6			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	N	12	14.6	14.6	14.6
	S	51	62.2	62.2	76.8
	SS	19	23.2	23.2	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	29	35.4	35.4	35.4
	S	50	61.0	61.0	96.3
	SS	3	3.7	3.7	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

N Suska

Y1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.4	2.4	2.4
	N	44	53.7	53.7	56.1
	S	34	41.5	41.5	97.6
	SS	2	2.4	2.4	100.0
	Total	82	100.0	100.0	

Y1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.2	1.2	1.2
	TS	1	1.2	1.2	2.4
	N	44	53.7	53.7	56.1
	S	35	42.7	42.7	98.8
	SS	1	1.2	1.2	100.0
	Total	82	100.0	100.0	



© Hak C
d. Uji Validitas Variabel X

		Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	Total_X
X1.1	Pearson Correlation	1	.601**	.348**	.521**	.484**	.373**	.420**	.611**	.531**	.425**	.444**	.328**	.683**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.2	Pearson Correlation	.601**	1	.520**	.415**	.455**	.394**	.424**	.473**	.545**	.499**	.439**	.425**	.694**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.3	Pearson Correlation	.348**	.520**	1	.345**	.497**	.361**	.577**	.602**	.482**	.539**	.485**	.578**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001		.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.4	Pearson Correlation	.521**	.415**	.345**	1	.766**	.593**	.308**	.539**	.479**	.595**	.407**	.335**	.712**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.002		<.001	<.001	.005	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.5	Pearson Correlation	.484**	.455**	.497**	.766**	1	.614**	.473**	.585**	.566**	.654**	.529**	.529**	.807**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.6	Pearson Correlation	.373**	.394**	.361**	.593**	.614**	1	.381**	.453**	.347**	.561**	.436**	.349**	.663**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.001	<.001	<.001	.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.7	Pearson Correlation	.420**	.424**	.577**	.308**	.473**	.381**	1	.638**	.540**	.696**	.592**	.570**	.737**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.005	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.8	Pearson Correlation	.611**	.473**	.602**	.539**	.585**	.453**	.638**	1	.702**	.636**	.590**	.556**	.832**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.9	Pearson Correlation	.531**	.545**	.482**	.479**	.566**	.347**	.540**	.702**	1	.580**	.472**	.489**	.765**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.10	Pearson Correlation	.425**	.499**	.539**	.595**	.654**	.561**	.696**	.636**	.580**	1	.669**	.548**	.826**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.11	Pearson Correlation	.444**	.439**	.485**	.407**	.529**	.436**	.592**	.590**	.472**	.669**	1	.742**	.759**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X1.12	Pearson Correlation	.328**	.425**	.578**	.335**	.529**	.349**	.570**	.556**	.489**	.548**	.742**	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.003	<.001	<.001	.002	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Total X	Pearson Correlation	.683**	.694**	.707**	.712**	.807**	.663**	.737**	.832**	.765**	.826**	.759**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Hak Cipta Di
1. Dilarang Di

a. Pengul

b. Pengulpani dan meringani nperbitingri yang waja. Citr Uuana Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Uji Validitas Variabel Y

		Correlations									
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Total_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.560**	.414**	.335**	.551**	.573**	.477**	.402**	.359**	.742**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Y1.2	Pearson Correlation	.560**	1	.442**	.226*	.513**	.371**	.305**	.218*	.178	.596**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.041	<.001	<.001	.005	.050	.110	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Y1.3	Pearson Correlation	.414**	.442**	1	.565**	.482**	.424**	.447**	.388**	.304**	.718**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.005	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Y1.4	Pearson Correlation	.335**	.226*	.565**	1	.368**	.434**	.353**	.357**	.331**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.002	.041	<.001		<.001	<.001	.001	.001	.002	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Y1.5	Pearson Correlation	.551**	.513**	.482**	.368**	1	.555**	.369**	.305**	.239*	.691**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.005	.030	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Y1.6	Pearson Correlation	.573**	.371**	.424**	.434**	.555**	1	.492**	.510**	.401**	.763**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Y1.7	Pearson Correlation	.477**	.305**	.447**	.353**	.369**	.492**	1	.557**	.517**	.720**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.005	<.001	.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001

suatu masalah.

f Kasim Riau



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal 1



	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Y1.8	Pearson Correlation	.402**	.218*	.388**	.357**	.305**	.510**	.557**	1	.795**	.731**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.050	<.001	.001	.005	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Y1.9	Pearson Correlation	.359**	.178	.304**	.331**	.239*	.401**	.517**	.795**	1	.667**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.110	.005	.002	.030	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82
Total_Y	Pearson Correlation	.742**	.596**	.718**	.635**	.691**	.763**	.720**	.731**	.667**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82	82

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

f. Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.925	12

g. Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.867	9

cantumkan dan menyebutkan sumber:

penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

h. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		82	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.97368165	
Most Extreme Differences	Absolute	.084	
	Positive	.037	
	Negative	-.084	
Test Statistic		.084	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.157	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.148
		Upper Bound	.166

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

i. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-.304	1.199		-.254	.801
	Fear of Missing Out	.039	.026	.166	1.507	.136

a. Dependent Variable: Abs_Res

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

j. Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.694	1.868		4.119	<.001
	Fear of Missing Out	.558	.041	.838	13.729	<.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

k. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.694	1.868		4.119	<.001
	Fear of Missing Out	.558	.041	.838	13.729	<.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

l. Uji Korelasi dan Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.702	.698	1.98598

a. Predictors: (Constant), Fear of Missing Out

Tabel T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
41	0,680521	1,302543	1,682878	2,019541	2,420803	2,701181	3,301273
42	0,680376	1,302035	1,681952	2,018082	2,418470	2,698066	3,295951
43	0,680238	1,301552	1,681071	2,016692	2,416250	2,695102	3,290890
44	0,680107	1,301090	1,680230	2,015368	2,414134	2,692278	3,286072
45	0,679981	1,300649	1,679427	2,014103	2,412116	2,689585	3,281480
46	0,679861	1,300228	1,678660	2,012896	2,410188	2,687013	3,277098
47	0,679746	1,299825	1,677927	2,011741	2,408345	2,684556	3,272912
48	0,679635	1,299439	1,677224	2,010635	2,406581	2,682204	3,268910
49	0,679530	1,299069	1,676551	2,009575	2,404892	2,679952	3,265079
50	0,679428	1,298714	1,675905	2,008559	2,403272	2,677793	3,261409
51	0,679331	1,298373	1,675285	2,007584	2,401718	2,675722	3,257890
52	0,679237	1,298045	1,674689	2,006647	2,400225	2,673734	3,254512
53	0,679147	1,297730	1,674116	2,005746	2,398790	2,671823	3,251268
54	0,679060	1,297426	1,673565	2,004879	2,397410	2,669985	3,248149
55	0,678977	1,297134	1,673034	2,004045	2,396081	2,668216	3,245149
56	0,678896	1,296853	1,672522	2,003241	2,394801	2,666512	3,242261
57	0,678818	1,296581	1,672029	2,002465	2,393568	2,664870	3,239478
58	0,678743	1,296319	1,671553	2,001717	2,392377	2,663287	3,236795
59	0,678671	1,296066	1,671093	2,000995	2,391229	2,661759	3,234207
60	0,678601	1,295821	1,670649	2,000298	2,390119	2,660283	3,231709
61	0,678533	1,295585	1,670219	1,999624	2,389047	2,658857	3,229296
62	0,678467	1,295356	1,669804	1,998972	2,388011	2,657479	3,226964
63	0,678404	1,295134	1,669402	1,998341	2,387008	2,656145	3,224709
64	0,678342	1,294920	1,669013	1,997730	2,386037	2,654854	3,222527
65	0,678283	1,294712	1,668636	1,997138	2,385097	2,653604	3,220414
66	0,678225	1,294511	1,668271	1,996564	2,384186	2,652394	3,218368
67	0,678169	1,294315	1,667916	1,996008	2,383302	2,651220	3,216386
68	0,678115	1,294126	1,667572	1,995469	2,382446	2,650081	3,214463
69	0,678062	1,293942	1,667239	1,994945	2,381615	2,648977	3,212599
70	0,678011	1,293763	1,666914	1,994437	2,380807	2,647905	3,210789
71	0,677961	1,293589	1,666600	1,993943	2,380024	2,646863	3,209032
72	0,677912	1,293421	1,666294	1,993464	2,379262	2,645852	3,207326
73	0,677865	1,293256	1,665996	1,992997	2,378522	2,644869	3,205668
74	0,677820	1,293097	1,665707	1,992543	2,377802	2,643913	3,204056
75	0,677775	1,292941	1,665425	1,992102	2,377102	2,642983	3,202489
76	0,677732	1,292790	1,665151	1,991673	2,376420	2,642078	3,200964
77	0,677689	1,292643	1,664885	1,991254	2,375757	2,641198	3,199480
78	0,677648	1,292500	1,664625	1,990847	2,375111	2,640340	3,198035
79	0,677608	1,292360	1,664371	1,990450	2,374482	2,639505	3,196628
80	0,677569	1,292224	1,664125	1,990063	2,373868	2,638691	3,195258

Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Penge...

Nama Author

Email

Judul Artikel

Pembimbing I

Pembimbing II

Telaha submit dan telah diterima (accepted) oleh pihak jurnal untuk diterbitkan pada Journal of Sharia and Law Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 22 Februari 2024

An. Pimpinan Redaksi

[Signature]

Haniah Lubis, S.E., M.E.Sy

NIP. 198311072019032004

UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Pekanbaru-Riau
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052
<https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh>
 CP: 081268093970, 081371771449, 085225840274

SURAT KETERANGAN

Telaha submit dan telah diterima (accepted) oleh pihak jurnal untuk diterbitkan pada Journal of Sharia and Law Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau.

Nama Author : Nurul Aziza Salsabila
 Email : nurulazsalsabila@gmail.com
 Judul Artikel : Fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok Pada Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah
 Pembimbing I : Hairul Amri, M.Ag
 Pembimbing II : Haniah Lubis, S.E., M.E.Sy

Telaha submit dan telah diterima (accepted) oleh pihak jurnal untuk diterbitkan pada Journal of Sharia and Law Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 22 Februari 2024
 An. Pimpinan Redaksi

[Signature]
 Haniah Lubis, S.E., M.E.Sy
 NIP. 198311072019032004

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law

Journal of Sharia and Law



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh *Fear Of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

Nama : Nurul Aziza Salsabila

NIM : 11920521987

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 04 Maret 2024

Waktu : 08.00 WIB

Tempat : Ruang *Munaqasyah* Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji *Munaqasyah* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 08 Mei 2024
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, SE., MM.

Sekretaris
Syamsurizal, SE., M.Sc., Ak., CA.

Penguji I
Dr. Syahpawi, S.Ag., M. Sh.

Penguji II
Mur Hasanah, SE., MM.

Mengetahui,

Wakil Dekan I Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc. MA.

0711006 200212 1 003

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran : 1 Lembar
Perihal : Permohonan Izin Melakukan Penelitian
Kepada Yth : Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
UIN Suska Riau
Di- Pekanbaru

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan akan dilakukannya penelitian ilmiah guna penyelesaian skripsi di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau, maka saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Aziza Salsabila
NIM : 11920521987
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Penelitian : Fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok pada Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Dengan ini mengajukan permohonan untuk diterbitkan surat izin melakukan penelitian pada mahasiswi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau. Demikian surat permohonan ini dibuat, atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 18 Desember 2023
Hormat Saya,


Nurul Aziza Salsabila



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SHARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
 Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor : 11205/Un.04/F.I/PP.00.9/12/2023

Tipe : Biasa

Tempat : Pekanbaru

Perihal : Izin Riset

Undang

Kepada

Sdr. Nurul Aziza Salsabila

Assalamu 'alaikum Wr Wb.

Menindaklanjuti surat Saudari tanggal 18 Desember 2023, maka kami izinkan Saudari untuk melakukan penelitian di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau dengan judul " *Fenomena Fear of Missing (FoMoO) Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok pada Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah* ".

Demikian disampaikan, terimakasih atas perhatiannya.

Pekanbaru, 19 Desember 2023



Ditandatangani,
 M. Ag
 19741006 200501 1 005

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau

Hal : Permohonan Pengajuan Surat Keterangan Selesai Penelitian

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Di Tempat

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Aziza Salsabila

NIM : 11920521987

Fakultas : Syariah dan Hukum

Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan surat ini saya menyampaikan bahwa saya telah selesai melakukan riset penelitian skripsi dengan judul **Fenomena *Fear of Missing Out (FoMO)* Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok Pada Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.**

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya, atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Pekanbaru, 20 Februari 2024

Hormat saya,

Nurul Aziza Salsabila

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SHARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004 Telp/Fax: 0761-562052
 Web: www.fasih.uin-suska.ac.id, Email: fasih@uin-suska.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-2508/Un.04/F.1/PP.00.9/02/2024

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 menerangkan bahwa:

Nama : Nurul Aziza Salsabila
 NIM : 11920521987
 Jurusan : Ekonomi Syariah

adalah benar telah selesai melakukan penelitian di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul skripsi : *"Fenomena Fear of Missing (FoMoO) Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok pada Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah"*

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Pekanbaru, 22 Februari 2023

Dekan,

Dr. Zulkfli, M.Ag

NIP. 197410062005011005

UIN SUSKA RIAU

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Undang-Undang
 pengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 angkutan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Penulis bernama Nurul Aziza Salsabila, dilahirkan di Pekanbaru pada 27 Mei 2001, merupakan anak ke-lima dari enam bersaudara dari pasangan Bapak Kamaruzzaman (almarhum) dan Ibu Kesuma Dewi. Saat ini penulis bertempat tinggal di Jl. Pahlawan Kerja Gg. Pertamina No. 54, Kelurahan Maharatu, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Riwayat pendidikan yang ditempuh penulis adalah pendidikan SD Negeri 21 Pekanbaru dan selesai pada tahun 2013, selanjutnya penulis menempuh pendidikan di SMP N 34 Pekanbaru dan selesai pada tahun 2016, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA N 4 Pekanbaru dan lulus pada tahun 2019.

Pada tahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA Riau) pada Fakultas Syariah dan Hukum di Program Studi Ekonomi Syariah. Penulis lulus pada tahun 2024 dengan judul penelitian, “Pengaruh *Fear of Missing Out (FoMO)* Terhadap Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.”