

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR FOMO KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK FASHION

Oleh :

Shabrina Putri Sonya

Penelitian ini bertujuan mengetahui analisis faktor FOMO konsumen terhadap pembelian produk fashion. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen yang FOMO terhadap pembelian produk fashion. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan menggunakan Teknik accidental sampling, yaitu 130 sample. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode Cochran Q Test. Terhadap 11 faktor yaitu Neurotisme atau psikologi, Harga Diri, Keterkaitan Sosial, Ketersediaan Informasi, Tren Fashion, Pengaruh Influencer Kepuasan Hidup, Status Sosial, Promosi, Gaya Hidup, Budaya.

Kata Kunci : Neurotisme atau psikologi, Harga Diri, Keterkaitan Sosial, Ketersediaan Informasi, Tren Fashion, Pengaruh Influencer Kepuasan Hidup, Status Sosial, Promosi, Gaya Hidup, Budaya.