

**PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* DAN *FEAR OF MISSING OUT*
(FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
IPHONE (STUDI PADA PENGGUNA IPHONE DI KALANGAN GEN Z)**

Alfonsus Hadiananta

22612010041

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah *shopping lifestyle* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian dan *fear of missing out* (fomo) terhadap keputusan pembelian, dan apakah *shopping lifestyle* dan *fear of missing out* (fomo) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian smartphone iphone pada kalangan generasi z di bandarlampung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional dan pengambilan sampel dengan teknik *purposive Sampling*. Populasi dari penelitian ini adalah generasi z pengguna iphone di bandar lampung dengan jumlah sampel 100 responden yang dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Alat yang digunakan untuk mengolah data yaitu menggunakan SPSS21, dengan metode penelitian yang meliputi Teknik analisis yang terdiri dari uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis (uji t dan uji f) dan koefisien determinasi. Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa *shopping life style* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai **t hitung** 13.605 > **t tabel** 1.984 dan *fear of missing out* secara parsial dan signifikan memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian dengan nilai **t hitung** 7.489 > **t tabel** 1.984. Secara simultan berpengaruh positif memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian *smartphone* iphone di kalangan generasi z yang ditunjukkan dengan nilai **f hitung** 108.162 > **f tabel** 3.09.

Kata kunci: *shopping lifestyle*, *fear out missing out* (FOMO), Keputusan pembelian, generasi Z.

THE EFFECT OF *SHOPPING LIFESTYLE* AND FEAR OF MISSING OUT (FOMO) ON IPHONE SMARTPHONE PURCHASING DECISIONS (A STUDY OF IPHONE USERS AMONG GENERATION Z)

Alfonsus Hadiananta

22612010041

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine whether *shopping lifestyle* affects purchasing decisions and fear of missing out (FOMO) affects purchasing decisions, and whether *shopping lifestyle* and fear of missing out (FOMO) affects iPhone smartphone purchasing decisions among Generation Z in Bandar Lampung. This study uses a quantitative method with a correlational approach and purposive sampling technique. The population of this study was Generation Z iPhone users in Bandar Lampung, with a sample size of 100 respondents. Data collection was conducted through questionnaires using a Likert scale. The tool used to process the data was SPSS 21, with research methods including analytical techniques consisting of classical assumption tests, multiple regression analysis, hypothesis testing (t-test and f-test), and coefficient of determination. The results of the study indicate that *shopping lifestyle* significantly affects purchasing decisions, as indicated by a t-value of 13.605 > t-table 1.984. Fear of missing out partially and significantly influences purchasing decisions, with a t-value of 7.489 > t-table 1.984. Simultaneously, social and personal factors significantly influence iPhone purchasing decisions among Generation Z, as indicated by an f-value of 108.162 > f-table 3.09.

Keywords: shopping lifestyle, fear of missing out (FOMO), purchasing decisions, Generation Z.