

ABSTRAK

ALIF IMAM SANTOSO, Nim 152180050, Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta melakukan penelitian dengan judul Pengaruh *Fear Of Missing Out* Dan Harga Terhadap *Impulsive Buying* Produk Es Krim *Cone Mixue* (Studi pada konsumen Berdomisili Cibubur). Dengan dosen pembimbing Bapak Dr. Susanta M.Si dan Ibu Dr.Sauptika Kancana S.S.,M.Si

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh *Fear Of Missing Out* (X1) dan harga (X2) terhadap *Impulsive Buying* (Y) baik secara parsial maupun simultan. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan *Fear Of Missing Out* (X1) dan harga (X2) terhadap *Impulsive Buying* (Y) baik secara parsial maupun simultan. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini terdapat pengaruh signifikan antara *Fear Of Missing Out* (X1) dan harga (X2) terhadap *Impulsive Buying* (Y) baik secara parsial maupun simultan.

Tipe penelitian ini ialah *Eksplanatory research* yaitu penelitian yang menjelaskan kedudukan variabel *Fear Of Missing Out* (X1) dan harga (X2) terhadap *Impulsive Buying* (Y) produk es krim cone Mixue pada konsumen Mixue yang berdomisili Cibubur. Besarnya Sampel pada penelitian ini sebanyak 95 responden dengan teknik penentuan besaran sampel menggunakan rumus *Lemeshow*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Analisis statistic deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil Pengujian regresi linier berganda pada penelitian ini menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variable *Fear Of Missing Out* (X1) dan harga (X2) terhadap *Impulsive Buying* (Y). Pengujian parsial pada variable *Fear Of Missing Out* (X1) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan terhadap variable *Impulsive Buying* (Y). Sedangkan untuk variable Harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulsive Buying*

Saran yang diberikan pada penelitian ini untuk Mixue adalah untuk mempertahankan situasi *Fear Of Missing Out* dengan membuat situasi viral pada produk es krim conenya dan memberikan penawaran yang memiliki jangka waktu tertentu agar meningkatkan potensi terjadinya pembelian secara impulsif

Kata Kunci : *Fear Of Missing Out*, Harga, *Impulsive Buying*, Mixue