

**ABSTRAK**  
**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* DAN PERILAKU KONSUMTIF  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KONFORMITAS  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Studi Pada Konsumen *Brand Apple* di Pulau Jawa

Petrus Roy Simarmata  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2022

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh *fear of missing out* terhadap keputusan pembelian, 2) pengaruh perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian, 3) pengaruh konformitas memediasi *fear of missing out* terhadap keputusan pembelian, 4) pengaruh konformitas memediasi perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penulis memperoleh data dengan membagikan kuesioner terkait *fear of missing out*, perilaku konsumtif, konformitas, dan keputusan pembelian kepada 100 responden. analisis data yang digunakan adalah *partial least square* serta menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Hasil pada penelitian ini 1) *Fear of missing out* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) Perilaku konsumtif tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) konformitas tidak memediasi pengaruh *fear of missing out* terhadap keputusan pembelian, 4) konformitas tidak memediasi pengaruh perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Fear of Missing Out*, Perilaku Konsumtif, Konformitas, Keputusan Pembelian.

**ABSTRACT**  
**THE EFFECT OF FEAR OF MISSING OUT AND CONSUMPTION**  
**BEHAVIOR ON PURCHASE DECISION WITH CONFORMITY AS A**  
**MEDIATION VARIABLE**

Study on Apple Brand Consumers in Java

Petrus Roy Simarmata  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2022

This study aims to determine: 1) The effect of fear of missing out on purchasing decisions, 2) The effect of consumptive behavior on purchasing decisions, 3) The effect of conformity mediating fear of missing out on purchasing decisions, 4) The effect of conformity mediating consumptive behavior on purchasing decisions. The sampling technique used in this research is purposive sampling. The author obtained data by distributing questionnaires related to fear of missing out, consumptive behavior, conformity, and purchasing decisions to 100 respondents. The data analysis used is partial least squares and uses the SmartPLS application 3. The results in this study produce 1) Fear of missing out has an effect on purchasing decisions, 2) Consumptive behavior has no effect on purchasing decisions, 3) conformity does not mediate the effect of fear of missing out. on purchasing decisions, 4) conformity does not mediate the influence of consumptive behavior on purchasing decisions.

Keywords: Fear of Missing Out, Consumptive Behavior, Conformity, Purchase Decision.