

## ABSTRAK

Wulan Permata Sari, 2025 : Pengaruh Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonis, dan *Fear of Missing Out* (FOMO) Terhadap Pembelian Di Tiktok Shop Pada Mahasiswa FEBM UMRAH.  
Dosen Pembimbing I: Indra Firdiyansyah, S.E., M.Si  
Dosen Pembimbing II: Edinur Ilham, S.E., M.E

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonis dan *Fear of Missing Out* (FOMO) Terhadap Pembelian Impulsif di Tiktok Shop pada Mahasiswa FEBM UMRAH. Populasi yang digunakan adalah Mahasiswa FEBM UMRAH angkatan 2021 dan 2022 yang pernah melakukan pembelian di Tiktok Shop. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 84 responden. Sampel yang di gunakan pada penelitian ini berjenis *probability sampling* dengan menggunakan teknik *sample random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan studi pustaka. Penelitian dilakukan menggunakan SPSS versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial Promosi Penjualan dan *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif sedangkan motivasi belanja hedonis berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pembelian impulsif. Secara simultan, promosi penjualan, motivasi belanja hedonis dan *fear of missing out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif di Tiktok Shop pada Mahasiswa FEBM UMRAH.

**Kata Kunci : Promosi Penjualan, Motivasi Belanja Hedonis, *Fear of Missing Out* (FOMO), Pembelian Impulsif**

## **ABSTRACT**

Wulan Permata Sari, 2025 : *The Effect of Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, and Fear of Missing Out (FOMO) on Impulsive Buying at Tiktok Shop for FEBM UMRAH Students.*  
Advisor I: Indra Firdiyansyah, S.E., M.Si  
Advisor II: Edinur Ilham, S.E., M.E

*This study aims to determine the effect of Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation and Fear of Missing Out (FOMO) on Impulse Purchases at TikTok Shop for FEBM UMRAH Students. The population used is FEBM UMRAH students class of 2021 and 2022 who have made purchases at TikTok Shop. This study uses a quantitative method with a sample size of 84 respondents. The sample used in this research is probability sampling type using sample random sampling technique. Data was collected through questionnaires and literature studies. The results showed that Sales Promotion and Fear of Missing Out (FOMO) had a positive and significant effect on impulse buying, while hedonic shopping motivation had a positive but insignificant effect. Simultaneously, sales promotion, hedonic shopping motivation and fear of missing out have a positive and significant effect on impulse purchases at Tiktok Shop for FEBM UMRAH students.*

**Keyword : Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, Fear of Missing Out (FOMO), Impulsive Buying**

