

**PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* (QRIS), *LIFESTYLE*, DAN
FOMO TERHADAP *CONSUMPTIVE BEHAVIOR* MELALUI
PURCHASE INTENTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA GEN Z DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh

ZAHRA ADISTYA SAFFANAH

NIM: 08040322124



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2026

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Zahra Adistya Saffanah, 08040322124, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 24 Desember 2025



Zahra Adistya Saffanah
NIM. 08040322124

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* (QRIS), *LIFESTYLE*, DAN
FOMO TERHADAP *CONSUMPTIVE BEHAVIOR* MELALUI
PURCHASE INTENTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
PADA GEN Z DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

Zahra Adistya Saffanah

NIM: 08040322124

Surabaya, 23 Desember 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Dr. Deasy Tantriana, M.M.

NIP. 198312282011012009

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* (QRIS), *LIFESTYLE*, DAN FOMO TERHADAP *CONSUMPTIVE BEHAVIOR* MELALUI *PURCHASE INTENTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA GEN Z DI KOTA SURABAYA

Oleh:

Zahra Adistya Saffanah

NIM: 08040322124

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada

Tanggal 07 Januari 2026 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Deasy Tantriana, M.M.
NIP. 198312282011012009
(Penguji 1)
2. Dr. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M.
NIP. 198612132019032009
(Penguji 2)
3. Dr. H. Akhmad Yunan Atho'illah, M.Si.
NIP. 198101052015031003
(Penguji 3)
4. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM.
NIP. 199305032019032020
(Penguji 4)

Tanda Tangan:

.....
.....
.....
.....

Surabaya, 07 Januari 2026



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001 y

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zahra Adistya Saffanah
NIM : 08040322124
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen
E-mail address : zadistya9@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* (QRIS), *LIFESTYLE*, DAN FOMO TERHADAP
CONSUMPTIVE BEHAVIOR MELALUI *PURCHASE INTENTION* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA GEN Z DI KOTA SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Januari 2026

Penulis



(Zahra Adistya Saffanah)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya pada Generasi Z. Kemudahan akses pembayaran digital seperti QRIS, gaya hidup yang mengikuti tren, serta *Fear of Missing Out* (FoMO) mendorong individu untuk melakukan pembelian secara spontan, terutama pada makanan viral. Kondisi ini menyebabkan perilaku konsumtif semakin meningkat karena keputusan pembelian sering kali tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan dorongan psikologis dan sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital payment* (QRIS), *lifestyle*, dan FoMO terhadap *consumptive behavior* melalui *purchase intention* sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Kota Surabaya. Penelitian ini menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel tersebut untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai perilaku konsumsi Gen Z di era digital.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Surabaya. Sampel penelitian berjumlah 384 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital payment* (QRIS), *lifestyle*, dan FoMO berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. *Lifestyle*, FoMO, dan *purchase intention* juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap *consumptive behavior*, sedangkan *digital payment* (QRIS) tidak menunjukkan pengaruh langsung terhadap *consumptive behavior*. *Purchase intention* mampu memediasi pengaruh *digital payment* (QRIS) dan FoMO terhadap *consumptive behavior*, namun tidak memediasi hubungan antara *lifestyle* dan *consumptive behavior*. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kesadaran konsumsi yang lebih rasional agar penggunaan teknologi digital dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *digital payment* (QRIS), *lifestyle*, FoMO, *purchase intention*, *consumptive behavior*

ABSTRACT

The development of digital technology and social media has changed people's consumption patterns, especially among Generation Z. The ease of access to digital payments such as QRIS, lifestyle trends, and Fear of Missing Out (FoMO) encourage individuals to make spontaneous purchases, especially of viral foods. This condition causes consumptive behavior to increase because purchasing decisions are often not based on need, but rather on psychological and social impulses.

This study aims to analyze the influence of digital payments (QRIS), lifestyle, and FoMO on consumptive behavior through purchase intention as a mediating variable among Generation Z in the city of Surabaya. This study examines the direct and indirect effects between these variables to obtain a comprehensive picture of Gen Z's consumption behavior in the digital era.

The population in this study was Generation Z residing in Surabaya. The research sample consisted of 384 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using the Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS) method with the help of SmartPLS 4.0 software.

The results of the study indicate that digital payment (QRIS), lifestyle, and FoMO have a significant effect on purchase intention. Lifestyle, FoMO, and purchase intention are also proven to have a significant effect on consumptive behavior, while digital payment (QRIS) does not show a direct effect on consumptive behavior. Purchase intention is able to mediate the influence of digital payments (QRIS) and FoMO on consumptive behavior, but does not mediate the relationship between lifestyle and consumptive behavior. This study provides recommendations to increase awareness of more rational consumption so that the use of digital technology can provide sustainable benefits.

Keywords: digital payment (QRIS), lifestyle, FoMO, purchase intention, consumptive behavior

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Kajian Teori	16
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	16
2.1.2 <i>Digital Payment (QRIS)</i>	19
2.1.3 <i>Lifestyle</i>	23
2.1.4 <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	27
2.1.5 <i>Consumptive Behavior</i>	31

2.1.6	<i>Purchase Intention</i>	38
2.2	Penelitian Terdahulu	43
2.3	Kerangka Konseptual.....	48
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN		60
3.1	Jenis Penelitian	60
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	60
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	61
3.4	Variabel Penelitian.....	64
3.5	Definisi Operasional.....	65
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.7	Teknik Analisis Data.....	69
3.7.1	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	69
3.7.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	70
3.7.3	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	71
3.7.4	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		77
4.1	Hasil Penelitian.....	77
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian	77
4.1.2	Karakteristik Responden.....	79
4.1.3	Hasil Jawaban Responden	86
4.1.4	Evaluasi Model	90
4.2	Pembahasan	108
4.2.1	Pengaruh Digital Payment (QRIS) terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	109
4.2.2	Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	111

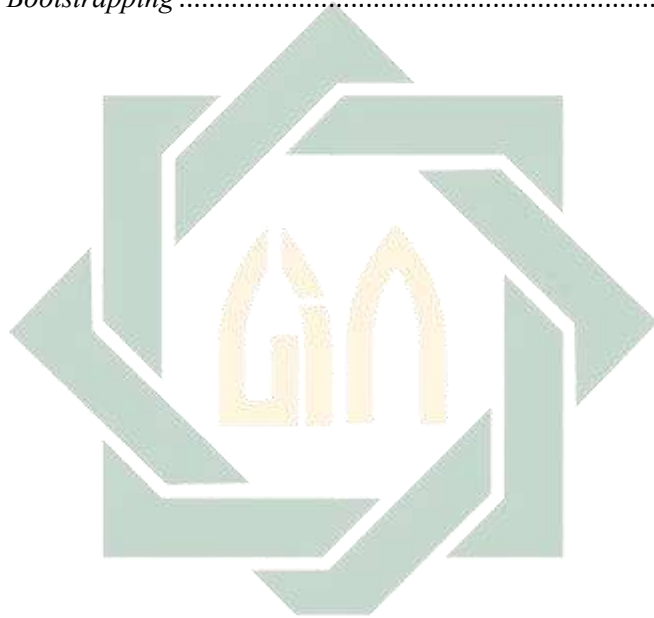
4.2.3	Pengaruh FoMO terhadap <i>Purchase Intention</i>	112
4.2.4	Pengaruh <i>Digital Payment</i> (QRIS) terhadap <i>Consumptive Behavior</i>	114
4.2.5	Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Consumptive Behavior</i>	116
4.2.6	Pengaruh FoMO terhadap <i>Consumptive Behavior</i>	117
4.2.7	Pengaruh <i>Purchase Intention</i> terhadap <i>Consumptive Behavior</i>	119
4.2.8	Pengaruh <i>Digital Payment</i> (QRIS) terhadap <i>Consumptive Behavior</i> . dengan <i>Purchase Intention</i> sebagai Mediasi.....	121
4.2.9	Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap <i>Consumptive Behavior</i> dengan <i>Purchase Intention</i> sebagai Mediasi	123
4.2.10	Pengaruh FoMO terhadap <i>Consumptive Behavior</i> dengan <i>Purchase Intention</i> sebagai Mediasi	126
BAB V	PENUTUP	128
5.1	Kesimpulan.....	128
5.2	Saran	129
DAFTAR PUSTAKA.....		131
LAMPIRAN.....		138

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Definisi Operasional	66
Tabel 3.2 Skala Likert	68
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Domisili	81
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Status	82
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan QRIS	83
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Makanan Viral yang Pernah Dibeli.....	84
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Konstruk <i>Digital Payment</i> (QRIS).....	86
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Konstruk <i>Lifestyle</i>	87
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Konstruk FoMO	88
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Konstruk <i>Consumptive Behavior</i>	89
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Responden Konstruk <i>Purchase Intention</i>	89
Tabel 4.12 Uji Validitas Konvergen	92
Tabel 4.13 Uji Validitas Konvergen Akhir	94
Tabel 4.14 Uji Validitas Diskriminan.....	95
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas.....	96
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	98
Tabel 4.17 Uji <i>Q-Square</i>	99
Tabel 4.18 Uji Hipotesis.....	101
Tabel 4.19 <i>Specific Indirect Effects</i>	104

DAFTAR GAMBAR

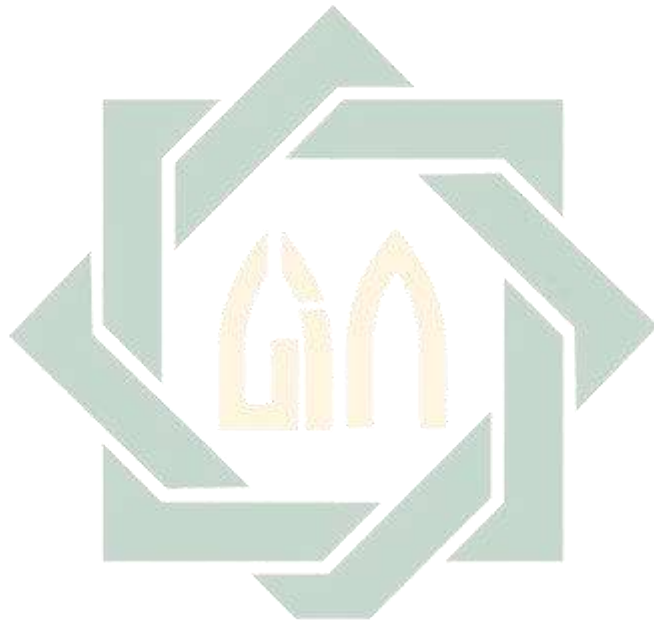
Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan QRIS di Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	48
Gambar 4.1 <i>Measurement Model Output</i> (PLS Algorithm).....	91
Gambar 4.2 <i>Final Measurement Model</i>	93
Gambar 4.3 <i>Output Bootstrapping</i>	101



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti.....	138
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	139



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, M. A. H. (2021). *Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada Pahasiwa Pekanbaru*. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Aisyah, I. (2024). *Hubungan Self Concept dengan Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Pengguna Aktif Media Sosial Tiktok*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ali, M. F., & Sendjaja, T. (2025). Penggunaan QRIS sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literature Review. *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 4(1).
- Aprilia, I., & Nugroho, D. S. (2023). The Influence of Digital Payments and Financial Stressors on Consumptive Behavior of MNC University Students. *The ES Accounting And Finance*, 1(03), 143–149. <https://doi.org/10.58812/esaf.v1i03.102>
- Arifianti, R. D. (2024). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Arifin, M., Meutia, R., & Salsabila, C. S. A. (2025). The Influence of Digial Payment Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) and Lifestyle on Consumptive Behaviour of Students in Banda Aceh. *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 17(1), 131–143. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v17i1.4697>
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>
- Azhari, M. T., Bahri, A. F., & Rafida, T. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT.

Sonpedia Publishing Indonesia.

Center, K. I. (2025). *Jumlah Penduduk Kota Surabaya 3,02 Juta Jiwa Data per 2024*.

<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/f16e2318ee4c018/jumlah-penduduk-kota-surabaya-3-02-juta-jiwa-data-per-2024?utm>

Chin, W. W. (2014). *The partial least squares approach to structural equation modeling*. Routledge.

Djamhari, S. I., Mustika, M. D., Sjabadhyni, B., & Ndaru, A. R. P. (2024). Impulsive buying in the digital age: investigating the dynamics of sales promotion, FOMO, and digital payment methods. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2419484>

Fikri, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Shopeepay sebagai Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU. *Komunika*, 17(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7556>

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Sage Publications.

Hammad, H. S. (2025). Teaching the Digital Natives: Examining the Learning Needs and Preferences of Gen Z Learners in Higher Education. *Transcultural Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.21608/tjhss.2025.346098.1303>

Haristiyanti, R., Jatmiko, R. D., & Fiandari, Y. R. (2023). Purchase Intention as Mediation: SOR Model of Hedonic Lifestyle and Word of Mouth on Purchase Behavior. *Business Innovation Management and Entrepreneurship Journal (BIMANTARA)*, 2(02), 135–148. <https://doi.org/10.22219/bimantara.v2i02.29779>

Indonesia, B. (2019). *QRIS, One QR Code for all Payments*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/en/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx?utm

- Indonesia, B. (2025). *QRIS Jelajah Indonesia 2025 Dorong Digitalisasi Dengan Wisata Budaya*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2717025.aspx?utm
- Jamaluddin, N. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup, Pendapatan, dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumsi Irasional Masyarakat di Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sindereng Rappang*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
- Jayatissa, K. A. D. U. (2023). Generation Z – A New Lifeline: A Systematic Literature Review. *Sri Lanka Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), 103–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.4038/sljssh.v3i2.110>
- JWTIntelligence. (2012). *Fear of Missing Out (FOMO)*. http://www.jwtintelligence.com/wp-content/uploads/2012/03/F_JWT_FOMOUupdate_3.21.12.pdf
- Karim, L. M. (2023). *Pengaruh Digital Payment, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Listia, A., & Sihotang, M. K. (2024). Pengaruh Digital Payment dan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif: Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam UMSU. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5730–5744. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.3476>
- Luftiani, D., Setiawan, A., Safitri, M., & Wibowo, M. E. S. (2025). Eksplorasi Hubungan Fear of Missing Out (FoMO), Pengaruh Selebriti, dan Limited Edition terhadap Purchase Intention Boneka Labubu pada Komunitas Labubu di Media Sosial. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(1), 89–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/dinamika.v4i2>
- Maulidah, A. R., Astuti, R. P., Nisa, K., Erlangga, W., & Hambarwati, E. (2024). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital: Pada Era Revolusi Industri. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 01(04), 798–803.

- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., Hardati, R. N., Kunci:, K., Budaya, F., Sosial, F., Pribadi, F., Psikologi, F., Sistem, D., & Uang, P. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Malang). *JIAGABI*, 9(2), 175–184.
- Mutadun, S., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Celebrity, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus Market Place Shopee). *Economics and Digital Business Review*, 3(2), 123–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/ecotal.v3i2.178>
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v1i1.3011>
- Noer, L. R., Prihananto, P., Asokawati, A., Ninglasari, S. Y., & Rai, N. G. M. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan Social Media Marketing terhadap Niat Pembelian pada Produk Healthy. *Jurnal Sosial Humaniora*, 17(1), 103. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v17i1.20562>
- Post, T. J. (2025). *Digital payments in Indonesia: A Cultural shift*. The Jakarta Post. [https://www.thejakartapost.com/business/2025/08/27/digital-payments-in-indonesia-a-cultural-shift.html?utm](https://www.thejakartapost.com/business/2025/08/27/digital-payments-in-indonesia-a-cultural-shift.html?utm_source=ur&utm_medium=amp&utm_campaign=surabaya)
- Press, O. U. (2013). *Oxford Learner's Dictionaries*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rahadi, R. R. (2023). *Pengantar partial least squares structural equation model (PLS-SEM) 2023*.
- Rosadi, D. A. V. P. (2024). *Hubungan Online Trust dengan Purchase Intention*

pada Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Malang. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

- Rufaidah, F., Lestari, I., Trijumansyah, A., Ars, U., Terusan, J., No, S., Bandung, K., & Barat, J. (2025). *Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Adopsi Layanan Fintech : Studi Kasus Pada Layanan Pembayaran Digital Dana Masyarakat Di Desa Margajaya – Majalengka*. 12(1), 7–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.52234/tb.v12i1.340>
- S, K., & Haruna, H. (2021). The Effect of Lifestyle and Self-Concept on Consumptive Behavior in Students of the Department of Economics Education STKIP Pembangunan Indonesian Makassar. *Jurnal Ad'ministrare*, 8(2), 359. <https://doi.org/10.26858/ja.v8i1.25358>
- Salleh, M. S. M., Misron, A., & Musa, N. C. (2024). Examining the Mediating Effects of Perceived Behavioral Control and Purchase Intention on Sustainable Consumer Behavior. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(12), 3951–3972. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i12/23709>
- Sampulawa, H., Asnawi, A., & Saununu, S. J. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO), Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumtif Kuliner Kekinian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura Ambon. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 8(2), 141–152.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Sage Publications.
- Septia, M. T., & Surianto, M. A. (2024). The Impact of Social Media Marketing, Reviews and Fear of Missing Out on Purchase Intention. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(6), 2667–2676. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.2985>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

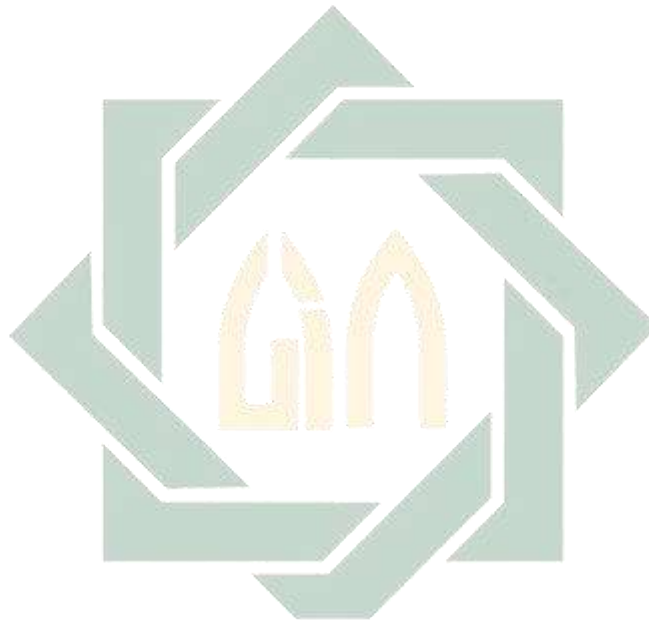
- Suhardi, M. (2023). *Buku ajar Dasar Metodologi Penelitian*. Penerbit P4I.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Tambunan, H., Uda, T., Rakhmawati, D., & Eriawaty, E. (2025). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Tren Fear of Missing Out (FoMo) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya. *Ganec Swara*, 19(2), 732–741. <https://doi.org/10.59896/gara.v19i2.280>
- Taufik, H. M., & Pratama, A. R. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Digital Payment terhadap Purchase Intention pada Aplikasi E-Commerce. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi ...*, 5(7), 2933–2938. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/3037%0Ahttp://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/3037/2539>
- Usman, B., Rianto, H., & Aujirapongpan, S. (2025). Digital payment adoption: A revisit on the theory of planned behavior among the young generation. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(1), 100319. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2025.100319>
- Yudiana, A. A. (2023). Pengaruh Penggunaan QRIS, Pendapatan, Tabungan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 2(4), 739–746. <https://doi.org/10.21776/csefb.2023.02.4.15>
- Yusuf, M. (2022). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Persepsi Risiko terhadap Niat Beli Motor Listrik menggunakan Metode SEM - PLS. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 6(2), 241–248. <https://doi.org/10.33379/gtech.v6i2.1685>
- Zahra, S. N., Astuti, Y., & Hidayatulloh, D. S. (2023). Pengaruh Digital Payment Qris terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telkom (Studi Kasus Pada Pujasera Tel-U). *CAKRAWALA –*

*Repositori**IMWI,*

6(4).

<https://doi.org/https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.330>

Zakia, A., Adisty, A. A., & Asmarani, A. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 449–457. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5.994>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A