

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MEDIA SOSIAL, PERBANDINGAN SOSIAL, DAN FOMO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP PADA GENERASI Z

AMANDA FATHYA PUTRI



**PROGRAM STUDI ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Media Sosial, Perbandingan Sosial, dan FoMO terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser K-Pop pada Generasi Z” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, 13 Agustus 2026

Amanda Fathya Putri
I2401211017



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

AMANDA FATHYA PUTRI. Pengaruh Literasi Keuangan, Media Sosial, Perbandingan Sosial, dan FoMO terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser K-Pop pada Generasi Z Dibimbing oleh LILIK NOOR YULIATI.

Minat Generasi Z terhadap konser K-Pop di Indonesia dipengaruhi oleh faktor keuangan, sosial, dan psikologis. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan, paparan media sosial, perbandingan sosial, dan *fear of missing out* (FoMO) terhadap keputusan pembelian tiket konser K-Pop. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *cross-sectional study* terhadap 304 responden berusia 14–29 tahun yang pernah membeli tiket konser K-Pop dalam dua tahun terakhir. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan *voluntary sampling* dan dianalisis menggunakan uji deskriptif, korelasi, dan *structural equation modeling* (SEM). Hasil menunjukkan bahwa usia berhubungan negatif dengan dimensi pengetahuan literasi keuangan, sedangkan pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan domisili hanya menunjukkan hubungan atau asosiasi yang sangat lemah hingga lemah dengan variabel penelitian. Literasi keuangan, paparan media sosial, dan FoMO berpengaruh signifikan, sedangkan perbandingan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *fear of missing out*, Generasi Z, literasi keuangan, paparan media sosial, perbandingan sosial, tiket konser K-Pop

ABSTRACT

AMANDA FATHYA PUTRI. *The Impact of Financial Literacy, Social Media, Social Comparison, and Fear of Missing Out (FoMO) on Decision of Purchase of K-Pop Concert Ticket in Generation Z. Supervised by LILIK NOOR YULIATI.*

Generation Z's interest in K-Pop concerts in Indonesia is influenced by financial, social, and psychological factors. This study aims to analyze the effects of financial literacy, social media use, social comparison, and fear of missing out (FoMO) on K-Pop concert ticket purchasing decisions. This study employed a quantitative approach with a cross-sectional study design involving 304 respondents aged 14–29 who had purchased K-Pop concert tickets within the past two years. Data were collected through an online questionnaire using voluntary sampling and analyzed using descriptive analysis, correlation tests, and structural equation modeling (SEM). The results showed that age was negatively associated with the financial literacy knowledge dimension, whereas income, gender, education, occupation, and domicile demonstrated only very weak to weak relationships or associations with the study variables. Financial literacy, social media exposure, and fear of missing out (FoMO) have significant effects, whereas social comparison has no significant effect on purchasing decisions.

Keyword: fear of missing out, financial literacy, generation z, K-pop concert, purchase decision, social comparison, social media exposure



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MEDIA SOSIAL, PERBANDINGAN SOSIAL, DAN FOMO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP PADA GENERASI Z

AMANDA FATHYA PUTRI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**PROGRAM STUDI ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Ismayanti Pratiwi, S.Si., M.Si.
- 2 Dr. Alfiasari, S.P., M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Literasi Keuangan, Media Sosial, Perbandingan
Penelitian Sosial, dan FoMO terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser
K-Pop pada Generasi Z
Nama : Amanda Fathya Putri
NIM : 124012111017

Disetujui oleh

Pembimbing :
Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.FSA.
NIP 196407181989032003

Diketahui oleh

Ketua Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen:
Dr. Alfiasari, S.P., M.Si.
NIP 198112182006042015

Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan, dan
Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia:
Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si.
NIP 197211032005012002

Tanggal Ujian:
10 Agustus 2026

Tanggal Lulus:
13 Agustus 2026



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Media Sosial, Perbandingan Sosial, dan FOMO terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser pada Generasi Z". Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.FSA., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dukungan, semangat, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Ismayanti Pratiwi, S.Si., M.Si. dan Dr. Alfiasari, S.P., M.Si., selaku dosen penguji, atas kritik, saran, dan masukan yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Ucapan terima kasih turut penulis sampaikan kepada Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si., selaku dosen moderator seminar, serta Dr. Ir. Diah Krisnatuti, M.S., selaku dosen pembimbing akademik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen yang telah memberikan ilmu, wawasan, arahan, dan bimbingan selama penulis menempuh pendidikan.

Rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Ayah Agusman dan Ibu Nurhayati, selaku orang tua penulis, Virgiawan Baihaqi, selaku kakak penulis, serta seluruh keluarga besar atas doa, kasih sayang, perhatian, dukungan, dan motivasi kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ara, Alaida, Bati, Aya, Fiqih, Macxel, Annas, Sabina, Syafa, Dede, dan Putri yang selalu hadir memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi. Penulis turut menyampaikan terima kasih kepada Alvina, Dafina, Fatma, Naya, Frishe, Yara, Ghina, dan Cut Syifa yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan selama ini.

Penulis turut menyampaikan terima kasih kepada Aris Saputra yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan perhatian untuk menemani serta memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi. Selanjutnya, penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terakhir, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri, Amanda Fathya Putri yang telah berusaha untuk tetap bertahan, belajar, dan menyelesaikan setiap proses yang ada dengan sebaik-baiknya. Terima kasih atas kesabaran, ketekunan, dan semangat yang terus dijaga hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar laporan ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2026
Amanda Fathya Putri

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Model Keputusan Pembelian	8
2.2 Literasi Keuangan	8
2.3 Paparan Media Sosial	9
2.4 Perbandingan Sosial	10
2.5 <i>Fear of Missing Out</i>	11
2.6 Generasi Z	11
2.7 Pengaruh Paparan Media Sosial terhadap Perbandingan Sosial	12
2.8 Pengaruh Paparan Media Sosial terhadap <i>Fear of Missing Out</i>	12
2.9 Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap <i>Fear of Missing Out</i>	13
2.10 Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Keputusan Pembelian	14
2.11 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Pembelian	14
2.12 Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> terhadap Keputusan Pembelian	15
2.13 Kerangka Pemikiran	16
III METODE PENELITIAN	18
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	18
3.2 Populasi, Contoh, dan Teknik Penarikan Contoh	18
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	18
3.4 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	20
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Karakteristik Demografi Responden	26
4.1.1 Jenis Kelamin	26
4.1.2 Usia	26
4.1.3 Pendidikan Terakhir	26
4.1.4 Pekerjaan	27
4.1.5 Pendapatan/Uang Saku per Bulan	27
4.1.6 Domisili	28
4.2 Analisis Deskriptif	29
4.2.1 Perilaku Penggunaan Media Sosial Harian	29
4.2.2 Perilaku Akses Informasi Konser K-Pop melalui Media Sosial	29
4.2.3 Perilaku Penetapan Batas Dana Pembelian Tiket Konser K-Pop	29
4.2.4 Perilaku Pembelian Tiket Konser K-Pop	30
4.2.5 Perilaku Pemilihan Harga Tiket Konser K-Pop	30

4.2.6 Perilaku Pertimbangan dalam Pembelian Tiket Konser K-Pop	31
4.2.7 Perilaku Pembelian Berdasarkan Kondisi Tertentu	31
4.2.8 Perilaku Pertimbangan Kondisi Keuangan	32
4.3 Deskripsi Indikator Variabel	32
4.3.1 Literasi Keuangan	33
4.3.2 Paparan Media Sosial	35
4.3.3 Perbandingan Sosial	36
4.3.4 <i>Fear of Missing Out</i>	38
4.3.5 Keputusan Pembelian	39
4.4 Hubungan Karakteristik Responden dengan Literasi Keuangan, Paparan Media Sosial, Perbandingan Sosial, FoMO, dan Keputusan Pembelian Tiket Konser K-Pop	40
4.5 Pengaruh Literasi Keuangan, Paparan Media Sosial, Perbandingan Sosial, dan FoMO terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser K-Pop	41
4.6 Pembahasan	49
4.6.1 Hubungan Karakteristik Responden dengan Literasi Keuangan, Paparan Media Sosial, Perbandingan Sosial, FoMO, dan Keputusan Pembelian Tiket Konser K-Pop	49
4.6.2 Pengaruh Paparan Media Sosial terhadap Perbandingan Sosial	50
4.6.3 Pengaruh Paparan Media Sosial terhadap <i>Fear of Missing Out</i>	51
4.6.4 Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap <i>Fear of Missing Out</i>	52
4.6.5 Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Keputusan Pembelian	53
4.6.6 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Pembelian	54
4.6.7 Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> terhadap Keputusan Pembelian	55
4.7 Kontribusi Keilmuan	56
4.8 Implikasi Edukasi Konsumen	58
4.9 Keterbatasan Penelitian	58
V SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	68
RIWAYAT HIDUP	84

DAFTAR TABEL

1	Variabel, skala, dan kategori data	19
2	Definisi operasional	20
3	Variabel dan Indikator penelitian	21
4	Tujuan dan analisis data	23
5	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	26
6	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	26
7	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	27
8	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	27
9	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan atau uang saku per bulan	28
10	Karakteristik responden berdasarkan domisili	28
11	Sebaran contoh berdasarkan perilaku penggunaan media sosial harian	29
12	Sebaran contoh berdasarkan perilaku akses frekuensi memperoleh informasi konser K-Pop melalui media sosial	29
13	Sebaran contoh berdasarkan perilaku penetapan batas dana pembelian tiket konser K-Pop	30
14	Sebaran contoh berdasarkan perilaku pembelian tiket konser K-Pop	30
15	Sebaran contoh berdasarkan pemilihan harga tiket konser K-Pop	31
16	Sebaran contoh berdasarkan pertimbangan dalam pembelian tiket konser K-Pop	31
17	Sebaran contoh berdasarkan perilaku pembelian berdasarkan kondisi tertentu	32
18	Sebaran contoh berdasarkan perilaku pertimbangan keuangan	32
19	Deskripsi indikator variabel literasi keuangan dimensi pengetahuan	33
20	Deskripsi indikator variabel literasi keuangan dimensi sikap	33
21	Deskripsi indikator variabel literasi keuangan dimensi perilaku	34
22	Sebaran contoh berdasarkan kategori literasi keuangan	35
23	Deskripsi indikator variabel paparan media sosial	35
24	Sebaran contoh berdasarkan kategori paparan media sosial	36
25	Deskripsi indikator variabel perbandingan sosial	37
26	Sebaran contoh berdasarkan kategori perbandingan sosial	37
27	Deskripsi indikator variabel <i>fear of missing out</i>	38
28	Sebaran contoh berdasarkan kategori <i>fear of missing out</i>	38
29	Deskripsi indikator variabel keputusan pembelian	39
30	Sebaran contoh berdasarkan kategori keputusan pembelian	40
31	Hasil uji korelasi Spearman antara usia dan pendapatan per bulan dengan variabel laten	40
32	Hasil uji <i>Chi-square</i> antara jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan domisili dengan variabel laten	41
33	Nilai CR dan AVE hasil model pengukuran LOC	43
34	Nilai HTMT hasil model pengukuran LOC	44
35	Nilai VIF model HOC	45
36	Nilai <i>outer weight</i> model HOC	46
37	Nilai R-Square	47
38	Nilai F-Square	47
39	Nilai Q ²	48

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Nilai <i>path coefficient</i> pengaruh langsung	48
Nilai <i>path coefficient</i> pengaruh tidak langsung	48

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Berpikir	17
2. Model <i>Hybrid SEM</i>	25
3. Nilai <i>loading factor</i> hasil model pengukuran LOC dan konstruk reflektif	42
4. Nilai <i>loading factor</i> hasil model pengukuran LOC dan konstruk reflektif setelah eliminasi indikator	43
5. Model pengukuran HOC	45

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner	69
2	Nilai <i>loading factor</i> dari hasil <i>outer model</i>	78
3	Hasil uji kecocokan model awal dan model akhir pada tahap LOC serta konstruk reflektif	81