

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra Survey Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahun Angkatan 2022 pada <i>Platform E-Commerce</i> TikTok Shop.....	5
Tabel 1.2	Hasil Pra Survey <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahun Angkatan 2022 pada <i>Platform E-Commerce</i> TikTok Shop.....	8
Tabel 1.3	Hasil Pra Survey Kemudahan Transaksi Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis Tahun Angkatan 2022 pada <i>Platform E-Commerce</i> TikTok Shop.....	10
Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu.....	39
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	49
Tabel 3.2	Populasi Penelitian.....	51
Tabel 3.3	Sample <i>Cluster Sampling</i> Kelas Reguler dan Karyawan Prodi Manajemen Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.....	54
Tabel 3.4	Bobot Nilai Angket.....	56
Tabel 3.5	Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi sederhana.....	60
Tabel 3.6	Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien...	63
Tabel 3.7	Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien....	66
Tabel 3.8	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	69
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	81
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian dalam Sebulan.....	83
Tabel 4.5	Kriteris Interpretasi.....	85

Tabel 4.6	<u>Tanggapan responden atas pernyataan saya merasa takut kehilangan kesempatan membeli produk yang sedang tren di TikTok Shop karena waktu promo yang sangat terbatas.....</u>	86
Tabel 4.7	<u>Tanggapan responden atas pernyataan saya takut dianggap kurang update jika tidak mengikuti tren belanja di TikTok Shop.....</u>	87
Tabel 4.8	<u>Tanggapan responden atas pernyataan saya takut menyesal jika tidak segera membeli produk yang sedang banyak dibicarakan.....</u>	88
Tabel 4.9	Tanggapan responden atas pernyataan saya sering membuka TiTok Shop karena takut ketinggalan informasi dan promo menarik.....	89
Tabel 4.10	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya khawatir melewatka tren produk yang sedang populer di TikTok Shop jika tidak segera membelinya</u>	90
Tabel 4.11	Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa khawatir jika teman saya sudah membeli produk tertentu sedangkan saya belum.....	91
Tabel 4.12	Tanggapan responden terhdap pernyataan saya khawatir produk di TikTok Shop akan naik jika tidak segera membelinya	91
Tabel 4.13	Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa khawatir jika melewatkan produk bagus yang sesuai dengan minat saya.....	92
Tabel 4.14	Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa cemas ketika melihat orang lain membeli prosuk tertentu di TikTok Shop dan muncul keinginan untuk memilikinya.....	93
Tabel 4.15	Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa tertekan jika tidak mengikuti perkembangan tren belanja di TikTok Shop.....	94
Tabel 4.16	Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa cemas apabila kehilangan penawaran menarik di TikTok Shop.....	95
Tabel 4.17	Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa cemas jjika tidak mengikuti produk yang sedang ramai digunakan di TikTok Shop.....	95

Tabel 4.18	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Variabel Fear of Missing Out.....	96
Tabel 4.19	Pedoman interpretasi	98
Tabel 4.20	Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa platform TikTok Shop mudah dioperasikan saat melakukan transaksi pembelian produk.....	99
Tabel 4.21	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya tidak merasa kesulitan saat melakukan transaksi di TikTok Shop.....</u>	100
Tabel 4.22	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya dapat menyelesaikan proses checkout di TikTok Shop tanpa mengalami kesulitan teknis.....</u>	101
Tabel 4.23	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa tampilan aplikasi TikTok Shop yang sederhana membuat saya tidak ragu untuk bertransaksi kapan saja.....</u>	102
Tabel 4.24	Tanggapan responden terhadap pernyataan saya dapat dengan cepat memahami cara bertransaksi di TikTok Shop tanpa membutuhkan banyak bantuan.....	103
Tabel 4.25	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya tidak membutuhkan waktu lama untuk memahami alur transaksi di TikTok Shop</u>	104
Tabel 4.26	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya cepat beradaptasi dengan fitur-fitur transaksi yang tersedia di TikTok Shop</u>	104
Tabel 4.27	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan Kemudahan dalam mempelajari transaksi di TikTok Shop menghemat waktu saya</u>	105
Tabel 4.28	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan petunjuk dan informasi transaksi di TikTok Shop disajikan dengan jelas sehingga mudah dipahami oleh pengguna.....</u>	106
Tabel 4.29	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan instruksi pembayaran di TikTok Shop disajikan secara jelas dan tidak membingungkan.....</u>	107
Tabel 4.30	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan notifikasi status pesanan membantu saya mengetahui perkembangan transaksi dengan jelas</u>	108
Tabel 4.31	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan desain tampilan yang disediakan oleh TikTok Shop jelas dan dapat</u>	108

	<u>dimengerti sehingga proses pemesanan produk mudah dilakukan</u>	
Tabel 4.32	<u>Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kemudahan Transaksi ...</u>	109
Tabel 4.33	Pedoman Interpretasi tentang Kemudahan Transaksi.....	111
Tabel 4.34	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya sering membeli produk di TikTok Shop karena tergoda oleh hadiah atau promo yang ditawarkan</u>	113
Tabel 4.35	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan hadiah tambahan seperti voucher, atau barang gratis mempengaruhi keputusan saya untuk berbelanja di TikTok Shop</u>	113
Tabel 4.36	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya tertarik membeli produk di TikTok Shop karena kemasan produk yang ditampilkan terlihat menarik dan estetik</u>	114
Tabel 4.37	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya lebih tertarik pada produk yang tampilannya bagus dibandingkan manfaatnya</u>	115
Tabel 4.38	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya membeli produk di TikTok Shop untuk menjaga penampilan agar sesuai dengan tren yang sedang populer</u>	116
Tabel 4.39	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan produk yang dijual di TikTok Shop membantu saya meningkatkan citra diri di depan orang lain</u>	117
Tabel 4.40	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya membeli produk di TikTok Shop karena harganya murah tanpa mempertimbangkan kegunaannya</u>	118
Tabel 4.41	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya sering tergoda untuk membeli produk di TikTok Shop karena promosi harga, meskipun sebenarnya saya tidak terlalu membutuhkannya</u>	119
Tabel 4.42	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya membeli produk di TikTok Shop hanya untuk menjaga simbol status atau agar terlihat mengikuti tren</u>	120
Tabel 4.43	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa produk tertentu dari brand terkenal di TikTok Shop dapat meningkatkan citra diri saya di mata orang lain</u>	121
Tabel 4.44	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya cenderung membeli produk di TikTok Shop karena</u>	122

	<u>mengidolakan influencer atau model yang mengiklankan tampak populer dan memiliki banyak pengikut.....</u>	
Tabel 4.45	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa lebih tertarik membeli produk di TikTok Shop jika model yang mengiklankan memiliki gaya penampilan yang sama dengan kita</u>	123
Tabel 4.46	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa lebih percaya diri setelah membeli produk dengan harga mahal di TikTok Shop</u>	124
Tabel 4.47	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya merasa bahwa menggunakan produk dengan harga mahal di TikTok Shop dapat meningkatkan rasa percaya diri.....</u>	125
Tabel 4.48	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya cenderung membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda di TikTok Shop untuk mencari mana yang sesuai dengan kebutuhan</u>	126
Tabel 4.49	<u>Tanggapan responden terhadap pernyataan saya sering mencoba produk dari merek berbeda di TikTok Shop untuk membandingkan kualitas dan manfaatnya.....</u>	127
Tabel 4.50	<u>Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Perilaku Konsumtif</u>	128
Tabel 4.51	<u>Pedoman Interpretasi Tentang Perilaku Konsumtif</u>	130
Tabel 4.52	<u>Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif</u>	131
Tabel 4.53	<u>Data variabel Fear of Missing Out dan Perilaku Konsumtif</u>	132
Tabel 4.54	<u>Data Variabel Kemudahan Transaksi dan Perilaku Konsumtif</u>	138
Tabel 4.55	<u>Data Variabel Fear of Missing Out dan Kemudahan Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif</u>	143
Tabel 4.56	<u>Rekapitulasi Analisis Verifikatif.....</u>	153