

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Kuesioner tentang Minat Beli produk Fashion di E-commerce shopee.....	8
Tabel 1.2 Hasil Kuesioner tentang FoMO pada produk Fashion di E-commerce Shopee	10
Tabel 1.3 Hasil Kuesioner tentang Impulse buying pada produk Fashion di E-commerce Shopee	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Oprasional Variabel	42
Tabel 3.2 Populasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis	43
Tabel 3.3 Pilihan Jawaban Skala Likert	49
Tabel 3.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi Sederhana	50
Tabel 3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi Sederhana	52
Tabel 3.6 Jadwal Kegiatan Penelitian	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Eiger	64
Tabel 4.4 Pedoman Interpretasi	65
Tabel 4.5 Saya merasa takut ketinggalan promo atau diskon produk Eiger di Shopee jika tidak segera membeli	66
Tabel 4.6 Saya merasa takut tidak mendapatkan produk Eiger yang saya inginkan jika menunda pembelian	66
Tabel 4.7 Saya sering khawatir stok produk Eiger di Shopee akan habis sehingga saya langsung membelinya	67

Tabel 4.8	Saya khawatir teman-teman saya sudah memiliki produk fashion terbaru Eiger sementara saya belum	68
Tabel 4.9	Saya cemas jika tidak mengikuti tren produk Eiger terbaru yang sedang populer di media sosial.....	68
Tabel 4.10	Saya merasa was-was ketika melihat orang lain memposting pembelian produk Eiger yang belum saya miliki.....	69
Tabel 4.11	Saya merasa kesal ketika melewatkan flash sale produk Eiger di Shopee yang sudah saya incar	70
Tabel 4.12	Saya merasa jengkel jika teman saya mendapatkan produk Eiger dengan harga lebih murah karena memanfaatkan promo yang saya lewatkan	70
Tabel 4.13	Saya merasa kesal pada diri sendiri ketika tidak sempat membeli produk Eiger yang tiba-tiba habis terjual.....	71
Tabel 4.14	Saya merasa kurang lengkap jika tidak memiliki produk fashion Eiger terbaru seperti yang dimiliki orang lain.....	72
Tabel 4.15	Saya merasa tertinggal apabila tidak mengikuti koleksi terbaru Brand Eiger yang sedang tren	72
Tabel 4.16	Saya merasa produk yang saya miliki sudah kurang relevan ketika muncul edisi terbaru Eiger di Shopee	73
Tabel 4.17	Memiliki produk fashion Eiger terbaru membuat saya merasa lebih percaya diri di lingkungan sekitar	74
Tabel 4.18	Saya merasa harga diri saya meningkat ketika saya berhasil mendapatkan produk Eiger yang sedang banyak diminati	74
Tabel 4.19	Saya merasa lebih dihargai oleh teman-teman ketika menggunakan produk Eiger yang sedang populer	75
Tabel 4.20	Rekapitulasi <i>Fear Of Missing Out</i> (Fomo) Pada Produk Fashion Brand Eiger	76

Tabel 4.21	Interval Kriteria Penilaian	78
Tabel 4.22	Saya sering tiba-tiba ingin membeli produk Eiger di Shopee meskipun sebelumnya tidak ada rencana	79
Tabel 4.23	Saya merasa sulit menahan keinginan untuk langsung membeli produk Eiger ketika melihatnya di Shopee	80
Tabel 4.24	Saya merasa senang dan bersemangat Ketika melihat produk Eiger secara spontan di Shopee	81
Tabel 4.25	Perasaan gembira mendorong saya untuk segera melakukan pembelian produk Eiger tanpa pikir panjang	81
Tabel 4.26	Saya sering tanpa sengaja menemukan produk Eiger yang menarik saat sedang melihat-lihat di Shopee.....	82
Tabel 4.27	Saya lebih banyak menemukan produk Eiger yang ingin dibeli saat sedang browsing santai di Shopee	83
Tabel 4.28	Saya menikmati proses berbelanja produk Eiger di Shopee sehingga sering membeli lebih dari yang direncanakan.....	84
Tabel 4.29	Berbelanja produk Eiger di Shopee adalah kegiatan yang menyenangkan bagi saya	84
Tabel 4.30	Ketika saya memiliki waktu luang, saya cenderung lebih banyak berbelanja produk Eiger di Shopee.....	85
Tabel 4.31	Waktu santai di rumah membuat saya lebih mudah tergoda untuk membeli produk Eiger di Shopee	86
Tabel 4.32	Saya cenderung melakukan pembelian spontan produk Eiger di Shopee ketika saldo dompet atau rekening sedang banyak	86
Tabel 4.33	Saya merasa lebih bebas berbelanja produk Eiger secara impulsif saat keuangan saya sedang cukup.....	87
Tabel 4.34	Saya memang memiliki kebiasaan membeli produk Eiger di Shopee secara mendadak tanpa perencanaan	88

Tabel 4.35	Saya sering membeli produk Eiger di Shopee hanya karena tergiur tampilan atau review yang menarik.....	88
Tabel 4.36	Saya sulit menolak untuk membeli produk Eiger di Shopee meski sebenarnya belum membutuhkannya saat itu.....	89
Tabel 4.37	Rekapitulasi Impulse Buying Pada Produk Fashion Brand Eiger .	90
Tabel 4.38	Interval Kriteria Penilaian	93
Tabel 4.39	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk membeli produk fashion brand Eiger di Shopee dalam waktu dekat.....	94
Tabel 4.40	Saya berencana untuk melakukan pembelian produk Eiger di Shopee pada kesempatan berikutnya	94
Tabel 4.41	Saya cenderung langsung membeli produk Eiger di Shopee ketika menemukan produk yang sesuai kebutuhan saya.....	95
Tabel 4.42	Ketika ada promo menarik di Shopee, saya tidak ragu untuk segera membeli produk Eiger	95
Tabel 4.43	Saya akan merekomendasikan produk fashion brand Eiger di Shopee kepada teman atau keluarga saya.....	96
Tabel 4.44	Saya senang berbagi informasi tentang produk Eiger di Shopee kepada orang-orang terdekat saya	97
Tabel 4.45	Saya sering memberikan ulasan atau review positif tentang produk Eiger yang saya beli di Shopee.....	97
Tabel 4.46	Ketika teman bertanya tentang produk outdoor/fashion berkualitas, saya menyarankan brand Eiger di Shopee	98
Tabel 4.47	Saya lebih memilih membeli produk fashion brand Eiger di Shopee dibandingkan brand lain yang sejenis.....	99
Tabel 4.48	Brand Eiger adalah pilihan utama saya ketika ingin membeli produk fashion/outdoor di Shopee	99
Tabel 4.49	Meskipun ada pilihan produk lain, saya tetap lebih memilih produk	

Eiger karena kualitasnya	100
Tabel 4.50 Saya setia pada brand Eiger dan tidak mudah berpindah ke brand lain meski ada penawaran serupa	101
Tabel 4.51 Tabel 4. 51 Saya aktif mencari informasi tentang produk-produk terbaru brand Eiger di Shopee	101
Tabel 4.52 Saya sering mengunjungi toko Eiger di Shopee untuk melihat koleksi atau promo terbaru.....	102
Tabel 4.53 Saya membaca review dan membandingkan berbagai produk Eiger di Shopee sebelum memutuskan membeli	103
Tabel 4.54 Saya mengikuti akun toko Eiger di Shopee agar selalu mendapatkan informasi produk terbaru.....	103
Tabel 4.55 Rekapitulasi Minat Beli Pada Produk Fashion Brand Eiger	104
Tabel 4.56 Interval Kriteria Penilaian	107
Tabel 4.57 Nilai-Nilai Perhitungan Regresi Dan Korelasi <i>Fear Of Missing Out</i> (Fomo) Terhadap Minat Beli Pada Fashion Produk Eiger	108
Tabel 4.58 Nilai-Nilai Perhitungan Regresi Dan Korelasi <i>Impulse Buying</i> Terhadap Minat Beli Pada Fashion Produk Eiger	112
Tabel 4.59 Nilai-Nilai Perhitungan Regresi Dan Korelasi <i>Fear Of Missing Out</i> (Fomo) Dan <i>Impulse Buying</i> Terhadap Minat Beli Pada Fashion Produk Eiger.....	117
Tabel 4.60 Rekap Hasil Analisi Asosiatif.....	125