

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**  
***IMPULSIVE BUYING* PADA REMAJA**  
**(Studi Kasus Siswa SMAN 1 Kapetakan Kabupaten Cirebon)**  
**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Disusun Oleh:**

**TRI ANGGA DEVI**

**NIM: 2282120039**

**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**  
**SIBER SYEKH NURJATI CIREBON**

**1447 H / 2026 M**

## ABSTRAK

**TRI ANGGA DEVI. NIM: 2282120039. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI IMPULSIVE BUYING PADA REMAJA (STUDI KASUS SISWA SMAN 1 KAPETAKAN KABUPATEN CIREBON)”, SKRIPSI 2026.**

Perkembangan teknologi digital dan kemudahan akses belanja online telah memicu meningkatnya perilaku impulsive buying di kalangan remaja, termasuk di wilayah semi-urban pedesaan yang sebelumnya kurang mendapat perhatian dalam penelitian. Remaja SMAN 1 Kapetakan Kabupaten Cirebon dihadapkan pada tekanan teman sebaya, paparan media sosial, *FOMO* (Fear of Missing Out), dan ketersediaan uang saku yang secara bersamaan mendorong mereka untuk melakukan pembelian tidak terencana, sehingga berdampak pada kondisi finansial dan psikologis mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Peer Influence*, media sosial, *FOMO*, dan uang saku terhadap impulsive buying pada remaja siswa SMAN 1 Kapetakan, baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 116 responden yang dipilih menggunakan teknik stratified random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi melalui program SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *Peer Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap impulsive buying sebagai variabel yang paling dominan, diikuti oleh media sosial, *FOMO*, dan uang saku yang masing-masing juga berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, keempat variabel bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap impulsive buying dengan kontribusi sebesar 50,7%, sedangkan sisanya sebesar 49,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Peer Influence*, Media Sosial, *FOMO*, Uang Saku, Impulsive Buying, Remaja.

## ABSTRACT

**TRI ANGGA DEVI. ID: 2282120039. “FACTORS INFLUENCING IMPULSIVE BUYING AMONG TEENAGERS (A CASE STUDY OF STUDENTS AT SMAN 1 KAPETAKAN, CIREBON REGENCY)”, THESIS 2026.**

Advances in digital technology and the ease of online shopping have fueled an increase in impulsive buying behavior among adolescents, including in semi-urban rural areas that have previously received little attention in research. Adolescents at SMAN 1 Kapetakan, Cirebon Regency, face peer pressure, exposure to social media, *FOMO* (Fear of Missing Out), and the availability of pocket money, which collectively drive them to make unplanned purchases, thereby impacting their financial and psychological well-being.

This study aims to analyze the influence of peer influence, social media, *FOMO*, and pocket money on impulsive buying among students at SMAN 1 Kapetakan, both partially and simultaneously. The approach used is a quantitative approach employing a survey method on 116 respondents selected using stratified random sampling. Data were collected via a questionnaire and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination using SPSS 25.

The results of the study indicate that, individually, Peer Influence has a positive and significant effect on impulsive buying as the most dominant variable, followed by social media, *FOMO*, and pocket money, each of which also has a positive and significant effect. Simultaneously, the four variables together have a significant effect on impulsive buying, contributing 50.7%, while the remaining 49.3% is influenced by other variables outside the scope of this study.

**Keywords:** *Peer Influence*, Social Media, *FOMO*, Allowance, *Impulsive buying*, Adolescents.

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON

## المخلص

تري أنغا ديفي  
رقم القيد: ٢٢٨٢١٢٠.٣٩

العوامل التي تؤثر على الشراء الاندفاعي لدى المراهقين  
دراسة حالة على طلاب المدرسة الثانوية الحكومية الأولى كابيتاكان، مقاطعة تشيريبون

رسالة جامعية ٢٠٢٦

شهد تطور التكنولوجيا الرقمية وسهولة الوصول إلى التسوق عبر الإنترنت زيادة في سلوك الشراء الاندفاعي بين المراهقين، بما في ذلك في المناطق شبه الحضرية الريفية التي كانت سابقاً أقل اهتماماً في الأبحاث. ويواجه طلاب المدرسة الثانوية الحكومية الأولى كابيتاكان في محافظة شيربون ضغوط الأقران، والتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي، وظاهرة الخوف من فوات الشيء، وتوفر المصروف الشخصي، مما يدفعهم مجتمعين إلى القيام بعمليات شراء غير مخططة، وهو ما يؤثر على حالتهم المالية والنفسية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير تأثير الأقران ووسائل التواصل الاجتماعي وظاهرة فومو (الخوف من فوات الشيء) والمصروف الشخصي على سلوك الشراء الاندفاعي لدى طلاب المرحلة الثانوية في مدرسة سمان ١ كابيتاكان، سواء بشكل جزئي أو كلي. تم استخدام المنهج الكمي من خلال طريقة المسح على ١١٦ مستجيباً تم اختيارهم باستخدام تقنية العينة العشوائية الطبقية. وتم جمع البيانات من خلال الاستبيانات، ثم تحليلها باستخدام اختبار الصدق واختبار الثبات واختبار الفروض الكلاسيكية وتحليل الانحدار الخطي المتعدد واختبار t واختبار F ومعامل التحديد وذلك باستخدام برنامج SPSS 25.

أظهرت نتائج البحث أنه على نحو جزئي فإن تأثير الأقران يؤثر تأثيراً إيجابياً ومعنوياً على الشراء الاندفاعي بوصفه المتغير الأكثر هيمنة، يليه وسائل التواصل الاجتماعي والخوف من فوات الفرص والمصروف الشخصي، حيث إن كل منها يؤثر أيضاً تأثيراً إيجابياً ومعنوياً. وعلى نحو كلي، فإن المتغيرات الأربعة مجتمعة تؤثر تأثيراً معنوياً على الشراء الاندفاعي بنسبة مساهمة بلغت 50.7% في حين أن النسبة المتبقية البالغة 43% تتأثر بمتغيرات أخرى خارج نطاق هذا البحث.

الكلمات البحث : تأثير الأقران، وسائل التواصل الاجتماعي، الخوف من فوات الفرصة، المصروف اليومي، الشراء الاندفاعي، المراهقون .

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**SKRIPSI**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI IMPULSIVE**  
**BUYING PADA REMAJA**  
**(STUDI KASUS SISWA SMAN 1 KAPETAKAN)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

**TRI ANGGA DEVI**

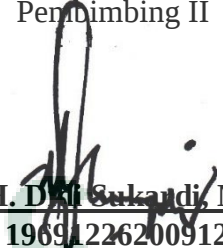
NIM: 2282120039

Pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy.,**  
NIP.198904212020121006

  
**Dr. H. Dwi Sakandi, M.H.,**  
NIP. 196912262009121001

Mengetahui:  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Dr. H. Achamd Otono Bustomi, Lc.M.Ag.**  
NIP: 197312252007011022

## NOTA DINAS

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon  
Di  
Cirebon

***Assalamualaikum Wr.Wb***

melalui proses pembimbing yang meliputi pemberian arahan serta perbaikan terhadap penyusunan skripsi Saudari **Tri Angga Devi, NIM: 2282120039** dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI IMPULSIVE BUYING PADA REMAJA (STUDI KASUS SISWA SMAN 1 KAPETAKAN)”**, maka dapat dinyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi ketentuan akademik dan layak untuk diajukan pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon guna mengikuti tahap munaqasyah.

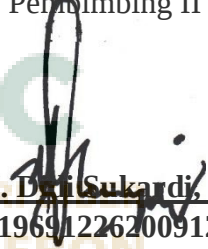
***Wassalamualaikum Wr.Wb***

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy.,**  
**NIP.198904212020121006**

  
**Dr. H. Dwi Sukardi, M.H.,**  
**NIP. 196912262009121001**

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

  
  
**Dr. H. Achmad Othman Bustomi, Lc.M.Ag.**  
**NIP. 197312252007011022**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPULSIVE BUYING* PADA REMAJA (STUDI KASUS SISWA SMAN 1 KAPETAKAN)”**. Oleh Tri Angga Devi, NIM: 2282120039, telah diajukan dalam siding Munaqosah Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 30 April 2026.

Skripsi sudah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang



Sekretaris Sidang

  
**Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.**  
NIP. 196912262009121001

Penguji I



**Nining Wahyuningsih, S.E., M.M.**  
NIP: 197309302007102001

Penguji II



**Dr. H. Achamd Otong Bustomi, Lc.M.Ag.**  
NIP. 197312232007011022

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Angga Devi

NIM : 2282120039

Tempat, Tanggal Lahir : Ciamis, 15 Agustus 2004

Alamat : BTN Griya Pantura Asri, Rt.028, Rw.004, Kec.  
Kapetakan, Kab. Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPULSIVE BUYING* PADA REMAJA (STUDI KASUS SISWA SMAN 1 KAPETAKAN)”**. Ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

**UINSSC**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER**  
**SYEKH NURJATI CIREBON**

Cirebon, 17 Juni 2026

Pembuat Pernyataan

**Tri Angga Devi**

**NIM: 2282120039**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Tri Angga Devi, lahir di Kabupaten Ciamis pada tanggal 15 Agustus 2004. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, putri dari pasangan Bapak Agus Setiawan dan Ibu Darti Damayati. Saat ini, penulis berdomisili di Perumahan BTN Griya Pantura Asri, Desa Kapetakan, Kecamatan Kapetakan, Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat.

Riwayat pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu sebagai berikut:

1. SDN 2 Singakerta
2. SMPN 1 Krangkeng
3. SMAN 1 Krangkeng

Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Program Studi Ekonomi Syariah. Pada tahun 2026, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Impulsive buying* pada Remaja (Studi Kasus pada Siswa SMAN 1 Kapetakan) di bawah bimbingan Ibu Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy. dan Bapak Dr. Didi Sukardi, M.H.

Adapun pengalaman organisasi yang pernah diikuti penulis adalah Ikatan Mahasiswa Ekonomi Islam (IMEIs) periode 2024–2025, dengan rincian sebagai berikut:

- a. Staff Departemen Research and Education (2024)
- b. Staff Departemen Pers and Jurnalistic (2025)

## KATA PERSEMBAHAN

Di sepanjang perjalanan yang penuh cerita, sebuah harapan tidak pernah hadir begitu saja. Ia tumbuh dari doa-doa yang dipanjatkan dengan tulus, dibesarkan oleh pengorbanan yang tak selalu terlihat, serta dikuatkan oleh kasih sayang yang tiada henti. Karya sederhana ini menjadi saksi dari setiap proses yang dilalui, dari langkah yang sempat goyah hingga kembali teguh karena cinta, dukungan, dan kepercayaan yang senantiasa mengiringi. Dengan hati yang penuh syukur dan rasa hormat yang mendalam, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Papah tersayang, Agus Setiawan, sosok pahlawan dalam keluarga yang setiap tetes keringat dan perjuangannya dipersembahkan demi kebahagiaan keluarga. Sosok yang tidak pernah mengeluh dalam berjuang demi masa depan penulis. Gelar sarjana ini bukan hanya milik penulis, tetapi juga menjadi wujud dari cita-cita Papah yang dahulu belum sempat tercapai, dan kini dengan penuh bangga penulis persembahkan untuk Papah. Terima kasih atas seluruh jerih payah, pengorbanan, doa, dan kasih sayang yang tak ternilai harganya.
2. Mamah tersayang, Darti Asih Damayati, rumah pertama yang selalu menjadi tempat kembali bagi penulis dalam segala suka maupun duka. Sosok yang tak pernah ingin melihat penulis bersedih dan senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, serta doa tanpa henti. Gelar sarjana ini merupakan salah satu impian besar Mamah untuk penulis. Terima kasih karena selalu mendoakan setiap langkah kehidupan penulis. Mungkin gelar ini akan terasa begitu berat untuk diraih tanpa doa-doa tulus dari Mamah.
3. Segenap pimpinan dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), terima kasih atas fasilitas, lingkungan akademik yang kondusif, serta kebijakan yang mendukung perkembangan mahasiswa selama menempuh pendidikan.
4. Segenap pimpinan serta Bapak/Ibu Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, terima kasih atas bimbingan, ilmu yang bermanfaat, serta arahan moral

yang telah diberikan kepada penulis. Semoga ilmu yang diajarkan menjadi amal jariyah yang tidak terputus.

5. Almamater tercinta, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, tempat penulis menimba ilmu, menempa diri, dan mendewasakan pola pikir. Terima kasih telah menjadi saksi perjalanan perjuangan intelektual penulis serta memberikan ruang untuk tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik. Penulis bangga menjadi bagian dari kampus ini.
6. Sahabat seperjuangan, Ananda Putri Pratidina, yang telah menemani penulis sejak awal masa perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih karena selalu hadir memberikan dukungan, keyakinan, dan semangat untuk terus maju bersama meraih gelar Sarjana Ekonomi.
7. Seluruh teman-teman Ekonomi Syariah A angkatan 2022, terima kasih telah menghadirkan banyak cerita, pengalaman, serta kenangan bermakna selama masa perkuliahan. Terima kasih juga atas kebersamaan, canda tawa, dan perjalanan yang telah dilalui bersama.
8. Terimakasih kepada seseorang yang tidak dapat saya sebutkan namanya yang sudah membuat saya selalu bersemangat untuk menyelesaikan perkuliahan ini dan menjadi bagian dalam proses kehidupan saya.

Terakhir, persembahkan ini penulis tujuan untuk diri sendiri, Tri Angga Devi. Terima kasih karena telah mampu menyelesaikan langkah awal dalam perjalanan kehidupan ini. Meskipun jalannya panjang, penuh air mata, kelelahan, kekecewaan, serta berbagai tekanan, namun pada akhirnya semua dapat dilewati hingga tugas akhir ini berhasil diselesaikan. Terima kasih karena sudah bertahan, bangkit, dan terus berusaha meski banyak hal yang sempat membuat langkah terhenti.

Penulis juga ingin meminta maaf kepada diri sendiri karena terkadang lebih mengutamakan orang lain dibandingkan diri sendiri, hingga sering mengabaikan kebahagiaan dan ketenangan pribadi. Terima kasih karena tetap kuat menghadapi rasa lelah, sedih, dan tekanan selama proses ini. Semoga setelah ini, penulis dapat lebih menghargai diri sendiri, mencintai diri sendiri, dan berjalan ke depan dengan lebih baik.

## MOTTO

*Pressure Is Previlage*

**Tekanan adalah Keistimewaan**



# UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga skripsi berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Impulsive Buying* Pada Remaja (Studi Kasus Siswa Sman 1 Kapetakan)” dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penelitian ini membahas fenomena perilaku impulsive buying di kalangan remaja pedesaan, khususnya pada siswa SMAN 1 Kapetakan, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti peer influence, media sosial, *FOMO*, dan uang saku. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya karya ini tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan doa berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag., Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Afiqoh Agutin, S.E.I., M.E.Sy. dan Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H. selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu serta memberikan bimbingan dan arahan berharga sepanjang proses penyusunan.

5. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Program Studi Ekonomi Syariah, atas ilmu dan wawasan yang diberikan selama masa studi.
6. Kedua orang tua tercinta, **Bapak Agus Setiawan** dan **Ibu Darti Asih**, atas doa, motivasi, dan kasih sayang yang menjadi sumber kekuatan Penulis.
7. Rekan-rekan seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah, khususnya angkatan 2022, serta semua pihak yang turut membantu proses akademik hingga akhir.
8. Seluruh responden (siswa SMAN 1 Kapetakan) yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi yang dibutuhkan untuk kelancaran penelitian ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini; oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat Penulis harapkan demi penyempurnaan ke depan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca. Amin Ya Rabbal ‘Alamin.



Cirebon, 17 Juni 2026

Pembuat Pernyataan

**Tri Angga Devi**

**NIM: 2282120039**

## PEDOMAN LITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya. Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Uraian secara garis besarnya sebagai berikut:

### A. Konsonan Tunggal

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Nama                       |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| أ          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan         |
| ب          | Ba   | B                  | Be                         |
| ت          | Ta   | T                  | Te                         |
| ث          | Ša   | š                  | es (dengan titik di atas)  |
| ج          | Jim  | J                  | Je                         |
| ح          | Ha   | h                  | ha (dengan titik di bawah) |
| خ          | Kha  | Kh                 | ka dan ha                  |
| د          | Dal  | d                  | De                         |
| ذ          | Žal  | ž                  | Zet (dengan titik di atas) |
| ر          | Ra   | r                  | er                         |
| ز          | Zai  | z                  | zet                        |
| س          | Sin  | s                  | es                         |
| ش          | Syin | sy                 | es dan ye                  |
| ص          | Šad  | š                  | es (dengan titik di bawah) |

|   |        |   |                             |
|---|--------|---|-----------------------------|
| ض | Ḍad    | ḍ | de (dengan titik di bawah)  |
| ط | Ṭa     | ṭ | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ | Ẓa     | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | `ain   | ` | koma terbalik (di atas)     |
| غ | Gain   | g | ge                          |
| ف | Fa     | f | ef                          |
| ق | Qaf    | q | ki                          |
| ك | Kaf    | k | ka                          |
| ل | Lam    | l | el                          |
| م | Mim    | m | em                          |
| ن | Nun    | n | en                          |
| و | Wau    | w | we                          |
| ه | Ha     | h | ha                          |
| ء | Hamzah | ‘ | apostrof                    |
| ي | Ya     | y | ye                          |

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|-------------|------|
| َ          | Fathah | a           | a    |
| ِ          | Kasrah | i           | i    |
| ُ          | Dammah | u           | u    |

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama           | Huruf Latin | Nama    |
|------------|----------------|-------------|---------|
| يَ...      | Fathah dan ya  | ai          | a dan u |
| وَ...      | Fathah dan wau | au          | a dan u |

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَيْلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama                    | Huruf Latin | Nama                |
|------------|-------------------------|-------------|---------------------|
| أَ...يَ    | Fathah dan alif atau ya | ā           | a dan garis di atas |
| إَ...يَ    | Kasrah dan ya           | ī           | i dan garis di atas |
| وَ...      | Dammah dan wau          | ū           | u dan garis di atas |

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

#### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَة talhah

#### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

#### F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

## 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

## G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/  
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا / Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ / Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ / Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ / Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا / Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR ISI

|                                                             |       |
|-------------------------------------------------------------|-------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                                        | i     |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                       | ii    |
| <b>الملخص</b> .....                                         | iii   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....                             | iv    |
| <b>SKRIPSI</b> .....                                        | iv    |
| <b>NOTA DINAS</b> .....                                     | v     |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                              | vi    |
| <b>PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI</b> .....                 | vii   |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....                           | viii  |
| <b>MOTTO</b> .....                                          | xi    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                 | xii   |
| <b>PEDOMAN LITERASI</b> .....                               | xiv   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                     | xx    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                   | xxiii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                  | xxiv  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                | xxv   |
| <b>BAB I</b> .....                                          | 1     |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....                                    | 1     |
| <b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....                      | 1     |
| <b>B. Perumusan Masalah</b> .....                           | 6     |
| 1. Identifikasi Masalah .....                               | 6     |
| 2. Pembatasan Masalah .....                                 | 7     |
| 3. Rumusan Masalah .....                                    | 7     |
| <b>C. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian</b> .....   | 8     |
| 1. Tujuan Penelitian .....                                  | 8     |
| 2. Kegunaan Penelitian .....                                | 8     |
| <b>D. Sistematika Penulisan</b> .....                       | 9     |
| <b>BAB II</b> .....                                         | 11    |
| <b>LANDASAN TEORI</b> .....                                 | 11    |
| <b>A. Teori Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R)</b> .....    | 11    |
| <b>B. Variabel</b> .....                                    | 11    |
| 1. <i>Peer Influence</i> .....                              | 11    |
| 2. Media sosial .....                                       | 14    |
| 3. <i>FOMO (Fear of Missing Out)</i> .....                  | 18    |
| 4. Uang Saku .....                                          | 21    |
| 5. <i>Impulsive buying</i> .....                            | 24    |
| <b>C. Teori Perilaku Konsumsi Dalam Ekonomi Islam</b> ..... | 27    |
| <b>D. Kerangka Pemikiran</b> .....                          | 42    |
| <b>E. Pengembangan Hipotesis</b> .....                      | 43    |
| <b>BAB III</b> .....                                        | 49    |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....                          | 49    |
| <b>A. Lokasi Dan Waktu Penelitian</b> .....                 | 49    |
| 1. Lokasi Penelitian .....                                  | 49    |

|                                                                                             |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2. Waktu Penelitian .....                                                                   | 49        |
| <b>B. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....</b>                                             | <b>49</b> |
| <b>C. Populasi Dan Sampel Penelitian .....</b>                                              | <b>50</b> |
| 1. Populasi .....                                                                           | 50        |
| 2. Sample .....                                                                             | 51        |
| 3. Teknik Pengambilan Sample .....                                                          | 52        |
| <b>D. Jenis Data Dan Sumber Penelitian .....</b>                                            | <b>53</b> |
| 1. Jenis Data .....                                                                         | 53        |
| 2. Sumber Data .....                                                                        | 53        |
| 3. Teknik Pengumpulan Data .....                                                            | 54        |
| <b>E. Operasional Variabel .....</b>                                                        | <b>56</b> |
| <b>F. Teknik Analisis Data .....</b>                                                        | <b>60</b> |
| 1. Uji Fungsi Instrumen .....                                                               | 60        |
| 2. Uji Asumsi Klasik .....                                                                  | 62        |
| 3. Uji Regresi Linear Berganda .....                                                        | 65        |
| 4. Uji Hipotesis .....                                                                      | 66        |
| 5. Uji R <sup>2</sup> (Koefisiensi Determinasi) .....                                       | 67        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                    | <b>69</b> |
| <b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>                                              | <b>69</b> |
| 1. Profil Sekolah .....                                                                     | 69        |
| 2. Struktur Organisasi Sekolah .....                                                        | 69        |
| 3. Keadaan Siswa SMAN 1 Kapetakan .....                                                     | 70        |
| <b>B. Gambaran Umum Responden .....</b>                                                     | <b>72</b> |
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                  | 72        |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Siswa .....                                     | 73        |
| 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan media sosial pada Remaja ..... | 74        |
| 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perhari .....                              | 75        |
| 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Online Perbulan .....              | 76        |
| <b>C. Gambaran Umum Variabel .....</b>                                                      | <b>77</b> |
| 1. Deskripsi Variabel <i>Peer Influence</i> (X1) .....                                      | 77        |
| 2. Deskripsi Variabel media sosial (X2) .....                                               | 80        |
| 3. Deskripsi Variabel <i>FOMO</i> (X3) .....                                                | 83        |
| 4. Deskripsi Variabel Uang Saku (X4) .....                                                  | 86        |
| 5. Deskripsi Variabel <i>Impulsive buying</i> .....                                         | 89        |
| <b>D. Teknik Analisa Data .....</b>                                                         | <b>92</b> |
| 1. Uji Instrumen Penelitian .....                                                           | 92        |
| 2. Uji Asumsi Klasik .....                                                                  | 97        |
| a. Uji Normalitas .....                                                                     | 97        |
| b. Uji Multikolinearitas .....                                                              | 98        |
| c. Uji Heterokedastisitas .....                                                             | 98        |
| d. Uji Linearitas .....                                                                     | 99        |
| 3. Uji Regresi Linear Berganda .....                                                        | 101       |
| 4. Hasil Uji Hipotesis .....                                                                | 103       |
| 5. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....                                        | 105       |

|                                                                                                                                                                         |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>E. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>                                                                                                                             | <b>106</b> |
| 1. Pengaruh <i>Peer Influence</i> terhadap <i>Impulsive buying</i> pada Remaja Siswa SMAN 1 Kapetakan .....                                                             | 106        |
| 2. Pengaruh Media Sosial terhadap <i>Impulsive buying</i> pada Remaja Siswa SMAN 1 Kapetakan .....                                                                      | 111        |
| 3. Pengaruh <i>FOMO (Fear of Missing Out)</i> terhadap <i>Impulsive buying</i> pada Remaja Siswa SMAN 1 Kapetakan .....                                                 | 116        |
| 4. Pengaruh Uang Saku terhadap <i>Impulsive buying</i> pada Remaja Siswa SMAN 1 Kapetakan .....                                                                         | 120        |
| 5. Pengaruh <i>Peer Influence</i> , Media Sosial, <i>FOMO</i> , dan Uang Saku secara Simultan terhadap <i>Impulsive buying</i> pada Remaja Siswa SMAN 1 Kapetakan ..... | 125        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                                                                                              | <b>130</b> |
| A. Kesimpulan .....                                                                                                                                                     | 130        |
| B. Saran .....                                                                                                                                                          | 132        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                                                                             | <b>135</b> |



**UINSSC**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON**

## DAFTAR TABEL

|                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                                                  | 28  |
| Tabel 3. 1 Populasi Siswa SMAN 1 Kapetakan.....                                        | 50  |
| Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert .....                                                    | 55  |
| Tabel 3. 3 Tabel Operasional Variabel .....                                            | 56  |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                     | 73  |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                               | 73  |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan media sosial..... | 74  |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....                         | 75  |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja .....                 | 76  |
| Tabel 4. 6 Presentase Kategori Peer Influence (XI).....                                | 77  |
| Tabel 4. 7 Presentase Variabel Media Sosial .....                                      | 80  |
| Tabel 4. 8 Presentase Variabel FOMO .....                                              | 83  |
| Tabel 4. 9 Presentase Variabel Uang Saku .....                                         | 86  |
| Tabel 4. 10 Presentase Variabel Impulsive buying.....                                  | 89  |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Peer Impulsive (XI).....                               | 93  |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Media Sosial (X2) .....                                | 93  |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel FOMO .....                                    | 94  |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Uang Saku .....                               | 95  |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel Impulsive Buying (Y).....                     | 95  |
| Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Reabilitas .....                                           | 96  |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas .....                                                 | 97  |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinearitas.....                                           | 98  |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Heterokedastisitas.....                                          | 99  |
| Tabel 4. 20 Uji Linearitas XI, X2, X3, dan X4.....                                     | 100 |
| Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                                    | 101 |
| Tabel 4. 22 Hasil Uji T.....                                                           | 103 |
| Tabel 4. 23 Hasil Uji F.....                                                           | 105 |
| Tabel 4. 24 Hasil Uji R <sup>2</sup> .....                                             | 105 |

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON

## DAFTAR GAMBAR

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran..... | 45 |
|------------------------------------|----|



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....                 | 142 |
| Lampiran 2: Tabulasi Data.....                        | 152 |
| Lampiran 3: Tabulasi data Interval (MSI) .....        | 168 |
| Lampiran 4: Hasil Uji Validitas .....                 | 185 |
| Lampiran 5: Hasil Uji Reabilitas.....                 | 189 |
| Lampiran 6: Dokumentasi Penelitian.....               | 191 |
| Lampiran 7: Surat Telah Melaksanakan Penelitian ..... | 192 |
| Lampiran 8: Kertas Bimbingan Skripsi.....             | 193 |
| Lampiran 9: SK Bimbingan Skripsi.....                 | 194 |
| Lampiran 10: Hasil Cek Plagiarisme.....               | 195 |



**UINSSC**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON**