

**ANALISIS *FEAR OF MISSING OUT* DAN *PERSONAL*
BRANDING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN PRODUK KEPITING GOYANG LIDAH
BANJARMASIN**

SKRIPSI

OLEH

MUHAMMAD FARID RAFLIY



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2026 M/1447 H

***ANALISIS FEAR OF MISSING OUT DAN PERSONAL
BRANDING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN PRODUK KEPITING GOYANG LIDAH
BANJARMASIN***

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
pada Ilmu Ekonomi Syariah

Oleh:

Muhammad Farid Rafliy

220105010170

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2026 M/1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN DOKUMEN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Farid Rafliyy
NIM : 220105010170
Tempat/Tgl. Lahir : Gambut, 27 Februari 2005
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul
“Analisis *Fear of Missing Out* dan *Personal Branding* Terhadap Perilaku
Konsumen Dalam Pembelian Produk Kepiting Goyang Lidah Banjarmasin”
adalah benar-benar merupakan karya saya, kecuali kutipan yang tersebut
sumbernya. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya
asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik
sesuai ketentuan berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 13 April 2026

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Farid Rafliyy

BUKTI BEBAS PLAGIASI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail:
febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B - 101/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/04/2026

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi skripsi atas nama Saudara (i):

Nama : Muhammad Farid Rafliy
NIM : 220105010170
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Fear Of Missing Out dan Personal Branding Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kepiting Goyang Lidah Banjarmasin

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI
Dengan Persentase Indikasi Plagiat: 19%

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.



Banjarmasin, 13 April 2026
Ketua Jurusan

Muhammad Qamaruddin

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : *Analisis Fear of Missing Out dan Personal Branding Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kepiting Goyang Lidah Banjarmasin*

Ditulis oleh : Muhammad Farid Rafliy

NIM : 220105010170

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2025/2026

Tempat dan Tanggal Lahir : Gambut, 27 Februari 2005

Alamat : Jl. Pematang Panjang KM 3.200 RT.003 RW.001

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan didepan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 08 April 2026

Pembimbing I

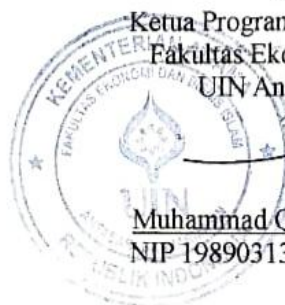
Muhamad Yulian Ma'mun, Lc., MM.
NIP 198707242022031001

Pembimbing II

Rohana Faridah, SE., MM.
NIP 197804272009012010

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Muhammad Qamaruddin, S.E.I., M.E.
NIP 198903132019031012

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis *Fear of Missing Out* dan *Personal Branding* Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kepiting Goyang Lidah Banjarmasin”, ditulis oleh Muhammad Farid Rafliy, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

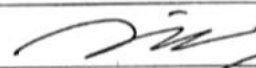


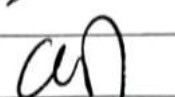
Hari : Senin
Tanggal : 27 April 2026
Dinyatakan **LULUS** dengan predikat : 86,0 (A)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., M.Fin
NIP. 197710312002121002

TIM PENGUJI

Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Dra. Naimah, M.H	1. 
2. Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M	2. 
3. Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I	3. 
4. M. Yulian Ma'mun, Lc, M.M	4. 

ABSTRAK

Muhammad Farid Rafliy. 220105010170. Analisis *Fear of Missing Out* dan *Personal Branding* Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Kepiting Goyang Lidah Banjarmasin

Kata Kunci: *Fear of Missing Out*, *Personal Branding*, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

Seiring dengan ketatnya persaingan di sektor wisata kuliner, pemahaman terhadap fenomena sosial seperti *Fear of Missing Out* dan aspek psikologis melalui strategi *personal branding* menjadi instrumen krusial dalam mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *fear of missing out* dan *personal branding* terhadap perilaku konsumen dalam pembelian produk Kepiting Goyang Lidah Banjarmasin, baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian menggunakan asosiatif kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 96 responden yang dipilih secara *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, *fear of missing out* dan *personal branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dengan kontribusi 59.3%. Secara parsial, *fear of missing out* terbukti efektif dalam menciptakan urgensi pembelian melalui tren yang berkembang di media sosial. Sementara *personal branding* berperan besar dalam membangun kepercayaan konsumen melalui reputasi dan citra diri yang kuat. Sebagai saran praktis, pemilik usaha disarankan untuk memicu urgensi melalui strategi pemasaran berbasis batas waktu atau stok terbatas guna menciptakan kesan eksklusivitas di mata public dan juga diperkuat dengan konstruksi yang autentik dan kredibel, sehingga mampu membangun ikatan emosional yang mendalam dengan konsumen.

ABSTRACT

Muhammad Farid Rafliy. 220105010170. Analysis of Fear of Missing Out and Personal Branding on Consumer Behavior in Purchasing Kepiting Goyang Lidah Banjarmasin Products.

Keywords: Fear of Missing Out, Personal Branding, Consumer Behavior, Purchase Decision.

As competition in the culinary tourism sector intensifies, understanding social phenomena such as Fear of Missing Out and psychological strategies like personal branding has become a crucial instrument in influencing public purchasing decisions in the digital era. This study aims to analyze the simultaneous and partial effects of fear of missing out and personal branding on consumer behavior regarding the purchase of Kepiting Goyang Lidah Banjarmasin products. Utilizing a quantitative associative method, data were collected via questionnaires distributed to 96 respondents selected through purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression to test the relationships between variables.

The results indicate that, simultaneously, Fear of Missing Out and personal branding have a positive and significant impact on consumer behavior, contributing 59.3% to the variance. Partially, fear of missing out is proven effective in creating purchase urgency driven by evolving social media trends. Meanwhile, personal branding plays a major role in building consumer trust through a strong reputation and self-image. As a practical recommendation, business owners are encouraged to trigger urgency through time-bound marketing strategies or limited stock to create a sense of exclusivity. This should be reinforced by authentic and credible brand construction to foster deep emotional bonds with consumers.

MOTTO

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha”

(BJ Habibie)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuma sekiranya kalau teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi jangan khawatir mimpi-mimpi lain bisa diciptakan.”

(Windah Basudara)

“Mulailah dari diri kita sendiri, janganlah takut dengan kegagalan, sesungguhnya keberhasilan itu diawali dengan kegagalan.”

(Muhammad Farid Rafliy)

PERSEMBAHAN

Segala Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt, Yang telah memberikan Tauiq dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis persembahkan dengan doa, serta harapan. Sebuah karya Sederhana ini untuk:

Bapak Sakerani dan Mama Hj. Risa Lismayani tercinta.

Tiada kata yang cukup untuk menggambarkan rasa terima kasih saya atas doa, kasih sayang, serta pengorbanan yang tiada henti dari kedua orang tua saya tercinta. Setiap langkah dan pencapaian ini tidak lepas dari restu dan dukungan mereka yang senantiasa menjadi cahaya dalam perjalanan hidup saya.

Muhammad Yulian Ma'mun.,Lc.,MM. dan Rohana Faridah.SE.,MM.

Terima kasih sebagai Dosen Penasehat Akademik serta Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan, hingga memberikan masukan berharga selama proses penyusunan skripsi.

Sahabat dan Seorang yang bermakna

Muhammad Aries Rizki, Muhammad Nasrullah, dan M. Yusuf. Terima kasih atas dukungan, semangat, kebersamaan, diskusi, dorongan, maupun motivasi yang telah menjadi bagian dalam perjalanan ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Nor Laila Syufina atas dedikasi dan semangatnya yang senantiasa menemani penulis menghadapi tantangan akademis hingga penelitian ini selesai.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓa	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	·	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	We
ء	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	·	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	Ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>Al-qudūs</i>

III. Ta'marbutah di akhir kata

a) Bila dimatikan ditulis h

جامعة	Ditulis	<i>Jāmi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

b) Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis dengan h.

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>Al-maktabah al-jamilah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	u
شكر	Fathah	Ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	Quri'a
ينطق	Dammah	Ditulis	yantiqu

V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif كاملة	Ditulis	ā kāmilah
2.	Fathah + ya'mati صلى	Ditulis	ā ṣallā
3.	Kasrah + ya'mati شديد	Ditulis	ī syadī d
4.	Dammah + wawu mati صدور	Ditulis	ū ṣudū r

VI. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya'mati رويد	Ditulis	ai ruwaidun
2.	وقرعون ذيا الأوتاد Fathah + wawu mati	Ditulis	au wa fir'auna zi al- autād

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم أشد خلقا	Ditulis	a'antum asyaddu khalqan
----------------	---------	-------------------------

VIII. Kata sandang alif + lam

a) Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>

b) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصبح	Ditulis	<i>aṣ- ṣubḥu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-Sāhirah</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis

penulisannya

بروالدين	Ditulis	<i>Birru al-wālidaini</i>
إذاالشمس	Ditulis	<i>Iḏa asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan Syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Fear Of Missing Out* dan *Personal Branding* Terhadap Prilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kepiting Goyang Lidah Banjarmasin.”

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., M.Fin, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Muhammad Qamaruddin, S.E.I.,M.E., selaku ketua program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Muhammad Yulian Ma'mun.,Lc.,MM. dan Rohana Faridah.SE.,MM., selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Semoga Allah Swt, membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis islam, Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.

Banjarmasin, 12 April 2026

Penulis

Muhammad Farid Rafliy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN DOKUMEN.....	iii
BUKTI BEBAS PLAGIASI	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	vii
PERSEMBAHAN.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xi
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Signifikansi Penelitian	6
BAB II <i>FEAR OF MISSING OUT, PERSONAL BRANDING, DAN PERILAKU</i>	8
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK.....	8
A. Kajian Teori	8
1. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian.....	8
2. Fear Of Missing Out (FOMO)	14
3. Personal Branding.....	17
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Berpikir.....	24
D. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Populasi dan Sampel Penelitian	28
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
E. Data dan Sumber Data	30
F. Variabel dan Indikator.....	31
G. Teknik Pengumpulan Data.....	33
H. Teknik Analisis Data.....	34
I. Tahapan Penelitian	39
BAB IV	42
A. Hasil.....	42
B. Pembahasan	58
BAB V.....	64
A. Simpulan	64
B. Saran.....	65
C. Keterbatasan Penelitian.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Tabel Indikator	32
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	34
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jumlah Konsumsi	45
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan.....	46
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Domisili	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas K-S	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Sprearman	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (F).....	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (T)	57
Tabel 4.12 Hasil Model Summary.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
---	----