

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN
BRAND EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LIPSTIK OMG DENGAN *FEAR OF MISSING OUT*
(*FOMO*) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Ponorogo Angkatan 2022)**



Nama	: Elik Indari
NIM	: 22415865
Program Studi	: Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN
BRAND EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK LIPSTIK OMG DENGAN FEAR OF MISSING OUT
(FOMO) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Ponorogo Angkatan 2022)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S- 1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Elik Indari
NIM : 22415865
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan *Brand Experience* terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik OMG dengan *Fear of Missing Out (FOMO)* sebagai Variabel Mediasi (studi kasus pada Mahasiswi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan 2022)

Nama : Elik Indari

NIM : 22415865

Tempat, Tanggal Lahir : Pacitan, 14 Mei 2003

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S- 1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

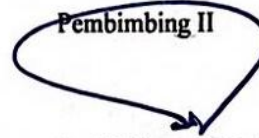
Ponorogo, 23 Juli 2026

Pembimbing I



Siti Chamidah, SE., M.Si
NUPTK. 3851749650230102

Pembimbing II



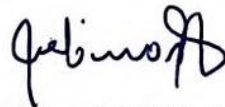
Dr. Wijianto, SE., MM
NUPTK. 2758763664130222

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi.



Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si
NIK. 19701016 199904 12

Dosen Penguji



Siti Chamidah, SE., M.Si
NUPTK. 3851749650230102



Dr. Riawan, S.Pd., MM
NUPTK. 537763664131113



La Ode Sugianto, S.Pd., MM
NUPTK. 5962763664130202

RINGKASAN

Skripsi: Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan *Brand Experience* terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik OMG dengan *Fear of Missing Out (FOMO)* sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Mahasiswi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan 2022)"; Elik Indari, 22415865, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo,

Perkembangan media sosial telah mengubah perilaku konsumen dalam memperoleh informasi produk, sehingga *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, *Brand Experience*, dan *Fear of Missing Out (FOMO)* menjadi faktor yang diduga memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *E-WOM* dan *Brand Experience* terhadap keputusan pembelian produk Lipstik OMG dengan *FOMO* sebagai variabel mediasi pada mahasiswi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan 2022. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 70 responden yang pernah membeli atau menggunakan Lipstik OMG. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-WOM* dan *Brand Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *FOMO* maupun keputusan pembelian. Selain itu, *FOMO* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian efek mediasi menunjukkan bahwa *FOMO* mampu memediasi secara parsial pengaruh *E-WOM* dan *Brand Experience* terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa ulasan digital yang positif, pengalaman merek yang baik, serta dorongan psikologis untuk tidak tertinggal tren berperan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian produk Lipstik OMG pada mahasiswi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Kata Kunci: *Brand Experience*; *Electronic Word of Mouth*; *Fear of Missing Out*; Keputusan Pembelian; Lipstik OMG.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan berkah, rahmat, hidayah serta ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "*Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Brand Experience terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik OMG dengan Fear of Missing Out (FOMO) sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Mahasiswi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan 2022)*" dapat terselesaikan dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak terkait.

Sehubungan dengan itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Rido Kurnianto, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan serta menyediakan berbagai fasilitas penunjang selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang senantiasa memberikan dukungan melalui kebijakan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama menjalani proses pendidikan di Fakultas Ekonomi.
3. Dr. Riawan, S.Pd., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Ibu Siti Chamidah, SE., M. M dan Bapak Dr. Wijianto, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, motivasi, serta ilmu yang sangat bermanfaat dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibu. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud rasa hormat, cinta, dan terima kasih yang tak terhingga kepada kalian yang tanpa henti memberikan doa, kasih sayang, semangat, dukungan, serta menjadi kekuatan terbesar dalam setiap langkah kehidupan penulis. Untuk Bapak, cinta pertama bagi putri kecilmu, terima kasih atas kerja keras, pengorbanan, dan perjuangan tanpa mengenal lelah demi mewujudkan setiap impian penulis. Untuk Ibu, pintu surgaku, terima kasih telah mengandung, melahirkan, membesarkan, mendidik, membimbing, serta mencurahkan kasih sayang dan doa yang tak pernah putus. Setiap doa yang dipanjatkan, setiap perjuangan yang diberikan, dan setiap pengorbanan yang dilakukan menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus berusaha hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta membalas segala kebaikan Bapak dan Ibu dengan pahala yang berlipat ganda.
6. Kakek dan Nenek tercinta, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, perhatian, serta dukungan kepada penulis. Terima kasih atas setiap nasihat, pengorbanan, dan cinta yang tulus, yang menjadi sumber semangat bagi

penulis dalam menghadapi setiap proses hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta membalas segala kebaikan Kakek dan Nenek dengan balasan terbaik di dunia maupun di akhirat.

7. Untuk Adik Tercinta, Om, Tante, dan Keponakan Tersayang, terima kasih atas doa, perhatian, dukungan, kasih sayang, serta semangat yang senantiasa diberikan kepada penulis. Kehadiran dan kepedulian kalian menjadi salah satu sumber motivasi yang menguatkan penulis untuk terus berjuang hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Om dan Tante. Untuk adikku dan keponakanku, semoga Allah Swt. senantiasa memberikan kemudahan dalam setiap langkah, mengantarkan kalian meraih cita-cita, kesuksesan, serta masa depan yang terbaik.
8. Untuk sahabat-sahabatku tercinta, terima kasih telah menjadi teman seperjuangan selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas doa, dukungan, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan. Semoga persahabatan kita senantiasa terjaga, dengan keberkahan dan kebahagiaan.

Ponorogo, 23 Juli 2026



Elik Indari

NIM. 22415865

MOTTO

"Allah tidak menjanjikan bahwa hidup akan selalu mudah, tetapi Allah berfirman:
'Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.'
(QS. Al-Insyirah [94]: 5–6)

"Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha."

— *B.J. Habibie*

"Fortis Fortuna Adiuvat"

"Keberuntungan berpihak kepada mereka yang berani."



PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Instuti Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 23 Juli 2026



10000
METERAI
TEMPEL
17504AOX072301022

Elik Indari
NIM. 22415865

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
RINGKASAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN TIDAK MENYIMPANG	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	33
2.4 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	42

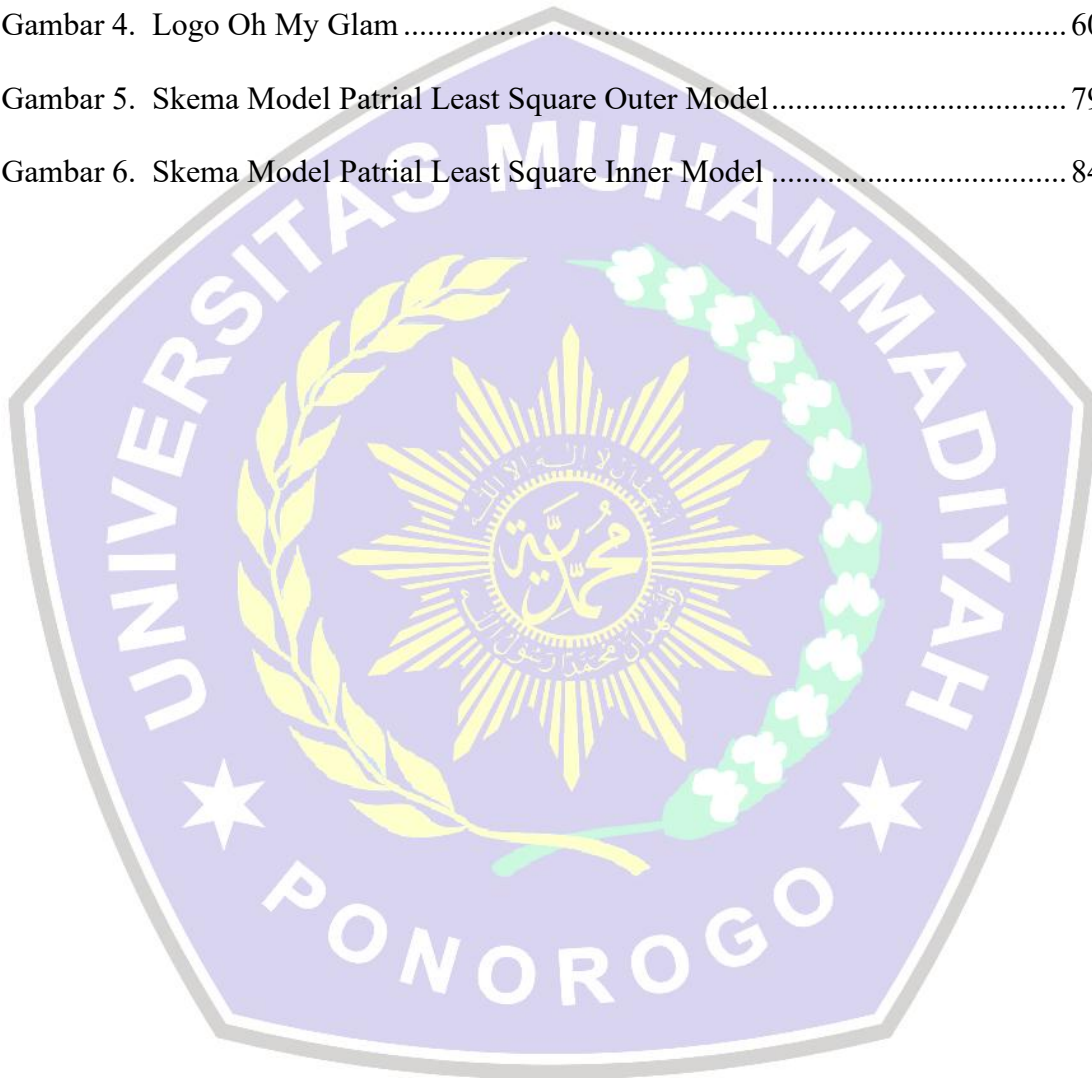
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	42
3.2	Populasi Dan Sampel Penelitian	42
3.3	Metode Pengambilan Data	45
3.4	Definisi Operasional Variabel	47
3.5	Metode Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Hasil Penelitian	59
4.2	Pembahasan.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....		114
LAMPIRAN.....		124

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2. Skala Likert	46
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 4. Identitas Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	65
Tabel 6. Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	66
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Electronic Word of Mouth	68
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Experience	71
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fear of Missing Out	73
Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	76
Tabel 11. Nilai Outer Loading	80
Tabel 12. Uji Validitas Deskriminan	81
Tabel 13 . Nilai Cronbach's alpha, Composite reliability dan Average variance extracted (AVE)	83
Tabel 14. Nilai R-Square	85
Tabel 15. Nilai F-Square	86
Tabel 16. Nilai Path Coefficients (Direct Effect)	88
Tabel 17. Nilai Specific Indirect Effects	90
Tabel 18. Hasil Pengujian Hipotesis	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tren Penjualan Kategori Paket Kecantikan Pada Periode 2024.....	2
Gambar 2. Model Teori Stimulus, Organism, Response (SOR)	20
Gambar 3. Kerangka Konseptual	34
Gambar 4. Logo Oh My Glam	60
Gambar 5. Skema Model Patrial Least Square Outer Model	79
Gambar 6. Skema Model Patrial Least Square Inner Model	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden	124
Lampiran 2 Frekuensi Karakteristik Responden	128
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden	129
Lampiran 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel	130
Lampiran 5 Hasil Olah Data SmartPLS 4.0	132
Lampiran 6 Letter Of Acceptance	134
Lampiran 7 Surat Keterangan Hasil Similarity Check Karya Ilmiah	135
Lampiran 8 Berita Acara Bimbingan	136
Lampiran 9 Dokumentasi Responden	138

