

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh FOMO, Review Konten Kreator, dan Live Shopping terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Muslim pengguna TikTok di Kota Bengkulu, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Fear of Missing Out (FOMO) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perasaan takut tertinggal tren yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian produk, khususnya produk yang sedang populer di media sosial.
2. Review konten kreator berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi atau ulasan produk dari konten kreator mampu memengaruhi keyakinan individu terhadap suatu produk, sehingga mendorong terjadinya keputusan pembelian.
3. Live Shopping berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa fitur live shopping yang menyediakan penjelasan produk secara langsung,

promo, dan interaksi real-time mampu meningkatkan ketertarikan individu untuk membeli produk secara cepat.

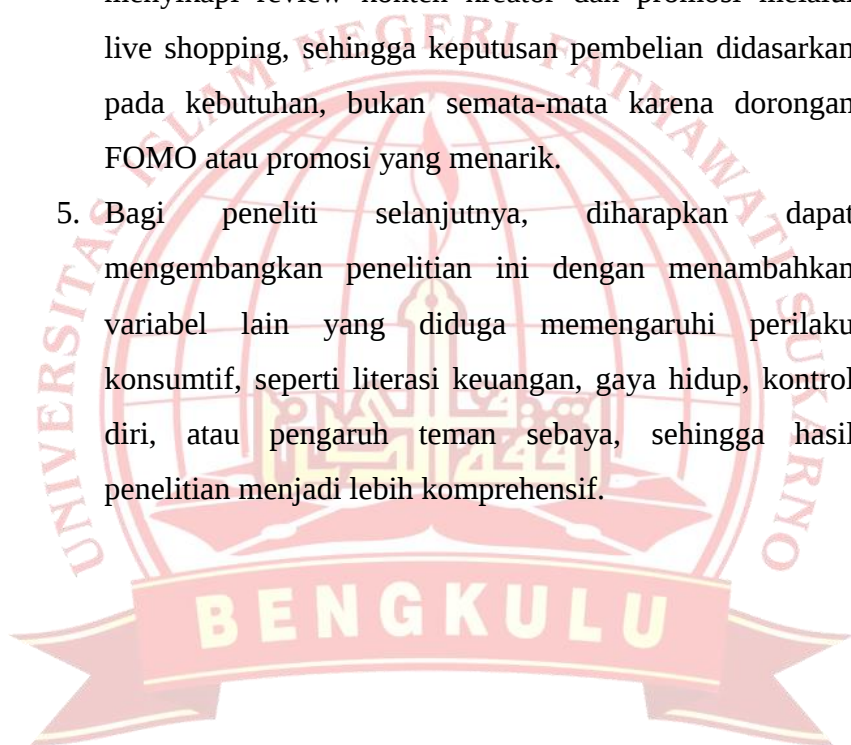
4. Secara simultan, FOMO, Review Konten Kreator, dan Live Shopping berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bengkulu. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 85,2% variasi perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 15,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan.

B. Saran

Berdasarkan paparan dari hasil penelitian dan kesimpulan di atas, berikut beberapa hal yang dapat dijadikan saran, yaitu:

1. Generasi Z Muslim pengguna TikTok diharapkan lebih bijak dalam menggunakan media sosial dengan tidak mudah terpengaruh oleh tren, promosi, maupun konten yang mendorong pembelian secara berlebihan.
2. Generasi Z Muslim diharapkan mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta menerapkan sikap qana'ah agar terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

3. Generasi Z Muslim diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan dengan menyusun skala prioritas dan anggaran sebelum melakukan pembelian.
4. Pengguna TikTok diharapkan lebih kritis dalam menyikapi review konten kreator dan promosi melalui live shopping, sehingga keputusan pembelian didasarkan pada kebutuhan, bukan semata-mata karena dorongan FOMO atau promosi yang menarik.
5. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif, seperti literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri, atau pengaruh teman sebaya, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek, 'The Theory of Planned Behavior', *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50.1 (1991), 179–211
- Alfian, Ian, 'Fomo Dan Media Sosial: Dampak Perilaku Konsumtif Terhadap Kesehatan Mental Dan Keuangan Dari Perspektif Islam', *PROFJES : Profetik Jurnal Ekonomi Syariah*, 03.02 (2024), 131
- Amruddin, Roni Priyanda, Tri Siwi Agustina, Nyoman Sri Ariantini, Ni Gusti Ayu Lia Rusmayani, Dwi Astarani Aslindar, and others, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Pradina Pustaka, 2022)
<https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/h5RYEQAAQBAJ>
- Anggraeni, Arinda Ayu, Delima S Amheka, Ajesica Laura Dekafrio, and Nindya Kartika, 'Pengaruh Brand , Diskon Dan Live Streaming Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Surabaya (Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop)', *Jurnal Ilmu Pengetahuan Naratif*, 06.2 (2025), 143–54
<<https://ijurnal.com/1/index.php/jipn/article/view/645>>
- Anggraini, Tika Septi, Nurul Hak, and Herlina Yustati, 'Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi, Iklan, Kontrol Diri Dan Fomo Terhadap Pembelian Impulsif Pada Gen Z', *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 5.1 (2025), 41–59
<<https://doi.org/10.30739/jpsda.v5i1.3631>>
- Awaliya, Anisa, 'Tiktok Shop Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Palopo' (Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo, 2025)
- Cahyati Utami, Sri, 'Pengaruh Shopee Live Dan Kemudahan Berbelanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Metro Angkatan 2021)' (Iain Metro, 2024)
- Darma, Budi, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji*

Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²) ([tempat penerbitan tidak tersedia]: GUEPEDIA, 2021)

Darmawan, A, 'Jumlah Penduduk Kota Bengkulu 394,19 Ribu Jiwa Data per 2024', *DataBoks Katadata*, 2024
<<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/800493ce026c3fd/jumlah-penduduk-kota-bengkulu-394-19-ribu-jiwa-data-per-2024>>

Delia, Tasya Melsa, 'Pengendalian Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa IAIN Palopo)' (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2024)

Deva Septiana Dewi, and Kholid Murtadlo, 'Pengaruh Content Marketing Tiktok Dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Akun Tiktok @Deliwafa', *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1.4 (2023), 168–80
<<https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i4.202>>

Dewi, Wanda Aulya, 'Pengaruh Content Marketing, Live Streaming, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli' (UIN Malang, 2023)

Duli, Nikolaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* ([tempat penerbitan tidak tersedia]: Deepublish, 2020)

Eliyani, Eileen, and Muherni Asri Utami, 'Persepsi Konsumen Terhadap Konten Review Skincare The Originote Oleh @Dokterdetektif Pada Media Sosial TikTok', 14 (2025), 2242–53

Elsa Azalika, Muhammad Iqbal, Yeni Susanti, 'Pengaruh Fomo Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-Commerce Tiktok Dengan Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Gen Z Pengguna E-Commerce Tiktok Di Bandar Lampung)', *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4.3 (2025), 1143–58

Fahrezi, Mochamad Zaky, Siti Rania Balqis, Deliana Rahmawati, Aulira Mahel, Alamat Jl, Ibnu Sina, and others, 'Pengaruh Pendapatan , Literasi Keuangan , Dan FOMO Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 3.1 (2025)

Fatmawatie, Naning, *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*, Naning Fatmawatie (Kediri Jawa Timur: IAIN Kediri Press, 2022)

Form, Google, 'Survei Perilaku Konsumtif TikTok', 2025
<<https://docs.google.com/forms/d/1RMUrrG5NW4OooRPAEH9nkMV0PpyoXIdFGyL-cBw3vwU/edit>>

Frejulia, Gini, 'Hubungan Antara Fomo Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Siswi Di Sman 1 Sungayang' (Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar, 2024)

Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, and Nur Hikmatul Auliya, *Buku Metode Penelitian Kualitatif, Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 2020, v

Ilham, Irmayanti, 'Pengaruh Influencer Review Pada Instagram Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2017 Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah' (IAIN Palopo, 2021)

Ilmi, Ma'rifatul, 'Pengaruh Konten Review Di Tiktok Sebagai E-Wom Terhadap Perilaku Impulsive Buying Produk Basreng', *The Commecium*, 09.1 (2025), 287–97
<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI>

Ilmi, Nur Madhinatul, 'Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah

- Makassar)' (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2023)
- Indonesia, Departemen Agama Republik, *Al-Qur'an -- Surah Al-Isra (17):27 — Arabic with Indonesian Translation* (MyQuran / myquranina.com) <<https://myquranina.com>>
- Indonesia, Localise Sdgs, 'Profil TPB Kota Bengkulu' (UCLG ASPAC, 2020) <<https://localisesdgs-indonesia.org/profil-tpb/profil-daerah/8>>
- Istiqomah, Nur, and Samsul Rizal, 'Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Platform Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar)', *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 5.1 (2026), 4877–90
- Jangkar, Veronika Yuliani, Andriani Paulin Nalle, and Katharina Edeltrudis Perada Korohama, 'Hubungan Antara Fear Of Missing Out (Fomo) Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Bimbingan Konseling Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Nusa Cendana', *Jurnal Bimbingan Konseling Flobamora*, 3.1 (2025), 57–66
<<https://doi.org/10.35508/jbkf.v3i1.17808>>
- Julita, Elpa, Idwal, and Herlina Yustati, 'Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim', *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.03 (2022), 2953–57
- Konseling Fakultas Keguruan Dan, Bimbingan, 'Hubungan Antara Fear of Missing Out (Fomo) Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi' (Universitas Nusa Cendana, 2024)
- Luthfiani, Dyah Ayu, and Mirzam Arqy Ahmadi, 'Pengaruh Review Produk Dan Content Creator Terhadap Minat Beli Melalui Affiliate Marketing Pada Pengguna E-Commerce Shopee', *PENG Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.1 (2024), 1071–79
- Maryanti, Wiwin, 'Analisis Penggunaan Fitur Tiktok Shop

Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Kota Palopo’
(IAIN Palopo, 2023)

Nguyen, Dat Ngoc, and Duy Van Nguyen, ‘FOMO and the Impulsive Purchasing Behavior of Young People’, *European Journal Of Business and Management Research*, 10.3 (2025), 41–47

P. Karimale, Ferdianto, ‘Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Media Sosial Dalam Hegemoni Budaya Populer’
(Universitas Muhammadiyah Malang, 2025)

Pradhana, K S, and E P Saputro, ‘Pengaruh Live Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Pengguna Tiktok’, *Inovasi Pembangunan – Jurnal Kelitbangan*, 13.1 (2025), 97–114
<<https://jurnal.balitbangda.lampungprov.go.id/index.php/jip/article/view/917%0Ahttps://jurnal.balitbangda.lampungprov.go.id/index.php/jip/article/download/917/560>>

Putri, Nadia Aryani, and Rah Utami Nugrahani, ‘The Influence of Media Exposure and Sales Promotion Live Streaming of TikTok Shop on Consumptive Behaviour in Indonesia Z Generations’, *Proceeding of The 5th Asia-Pacific Management Research Conference (APMRC)*, 2024, 466–71
<<https://doi.org/10.2478/9788367405850-040>>

Rahmawati, Siti Sari, and Ridwan Irawansyah, ‘Pengaruh Live Shopping Di Media Sosial Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Gen Z Di Indonesia’, 4 (2025), 6029–34

Ramadhani, R, and N S Bina, *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis Dan Aplikasi SPSS* ([tempat penerbitan tidak tersedia]: Prenada Media, 2021)

Riadi, Dandi, Andang Sunarto, Esti Alfiah, Universitas Islam, Negeri Fatmawati, Sukarno Bengkulu, and others, ‘Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu ; Dandiriadi1903@gmail.Com’, *Jurnal Sharia Economica*, 4.September (2025)

- Rohmah, Nelly Nur, 'Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Dan Social Media Influencer Terhadap Impulsive Buying Dengan Qana'ah Sebagai Variabel Moderasi' (Universitas Islam Sultan Agung, 2025)
- Salsabila, Nurul Aziza, 'Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) Tren Produk Kosmetik Di Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah' (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2024)
- Salsabilla, Siti Salwah, 'Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Live Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta' (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024)
- Shabrina, Awwaliyatu, and Ibn Muttaqin, 'The Influence Of Fear Of Missing Out , Social Media Influencers And Hedonist Lifestyles On The Consumptive Behavior Of Generation Z Muslims In Kudus'', *ADILLA: Journal of Sharia Economics*, 9.1 (2026), 51–65
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019)
- , *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020
- Wardaliah, 'Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Kabupaten Majene' (Universitas Sulawesi Barat, 2025)
- Waruwu, Marinu, Siti Natijatul Pu`at, Patrisia Rahayu Utami, Elli Yanti, and Marwah Rusydiana, 'Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan Dan Kelebihan', *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10.1 (2025), 917–32
<<https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>>
- Waty, Ervina, Annisa F Anggraeni, Anita Apriani, Hasan Ibrahim, Afrina Sari, H A Manafe, and others, *Metodeologi Penelitian Bisnis : Teori & Panduan Praktis Dalam*

Penelitian Bisnis (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)

Wisnubroto, Kristantyo, 'Komitmen Pemerintah Melindungi Anak Di Ruang Digital', ed. by Untung Sutomo (Redaktur) (Indonesia.go.id, 2025)

<<https://indonesia.go.id/kategori/editorial/9037/komitmen-pemerintah-melindungi-anak-di-ruang-digital?lang=1>>

Yanti, Eva Dwi, Armando Tayan, and Muhammad Lavio Samudra, 'Pengaruh Konten Kreator Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FIKOMM Universitas Mercu Buana Yogyakarta Tahun 2023', *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4.1 (2024), 123–28

Yustati, Herlina, 'Herlina Yustati Kontribusi E-Wom Terhadap Perilaku Konsumtif', *Jurnal Baabu Al-Ilmi*, 3.2 (2018), 47–57 <<https://inet.detik.com/cyberlife/d->>

Zahroh, Sabrina, Sulistiya Puji Astuti, Lia Fatra Nur Laili Kamalin, and Ummu Kholil Prawesti, 'Pengaruh FOMO Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi', *Co-Creation: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 4.1 (2025), 1–9

<<https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/co-creation/index>>

BENGKULU