

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, objek yang diteliti yakni UGC, FOMO dan perilaku pembelian pada produk Apple iPhone di Jakarta Selatan. Sedangkan subjek yang diteliti pada penelitian ini adalah pengguna produk Apple iPhone yang mana telah memenuhi kriteria – kriteria serta berdomisili di daerah Jakarta Selatan. Penelitian ini berfokus pada individu sebagai unit analisis. Penelitian ini berlokasi di daerah Jakarta Selatan, karena dari hasil pra-survei, Jakarta Selatan merupakan daerah tertinggi responden yang telah memenuhi kriteria. Sumber data pada penelitian ini terbagi atas dua, yakni data primer yang mana diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang telah memenuhi kriteria, serta data sekunder yang mana didapatkan dari berbagai jurnal, buku, data statistik dari website resmi serta artikel ilmiah. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah jumlah pengguna Apple iPhone di daerah Jakarta Selatan, yakni sebanyak 800.000 pengguna. Pada penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel yang mana calon responden harus memenuhi kriteria – kriteria yang telah ditetapkan, jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 85 responden.

##### 4.1.1 Statistik Deskriptif Responden

Pada penelitian ini, penulis menggunakan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner melalui *google form* yang disebarakan kepada pengguna Apple iPhone di daerah Jakarta Selatan yang telah memenuhi kriteria. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Karakteristik responden terbagi atas (A) Jenis kelamin, (B) Usia dan (C) Domisili. Berikut merupakan karakteristik dari responden yang telah memenuhi kriteria :

### A. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Didalam penelitian ini, 85 responden yang terbagi atas laki – laki dan perempuan. Karakteristik 85 responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 dan/atau gambar diagram 4.1 berikut ini :

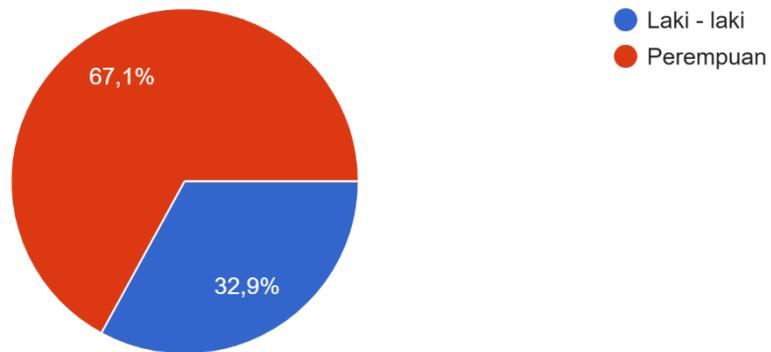
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)
1.	Laki – laki	28	32,9
2.	Perempuan	57	67,1
Total Keseluruhan		85	100

Sumber : Telah diolah penulis, 2025

## Jenis Kelamin

85 jawaban



Gambar 4. 1 Responden berdasarkan jenis kelamin

Sumber : Google Formulir, 2025

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada 85 responden yang telah memenuhi kriteria penilaian, menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki – laki di dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 28 orang dengan persentase 32,9%. Sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 57 orang dengan persentase 67,1%. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.1 dan gambar 4.1 di atas. Dari data yang telah diterima, memberikan kesimpulan bahwa jumlah responden terbanyak di dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan.

### **B. Responden Berdasarkan Usia**

Didalam penelitian ini, 85 responden yang terbagi atas laki – laki dan perempuan memiliki rentang usia mulai dari 28 – 43 tahun. Karakteristik dari ke – 85 responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.2 dan/atau gambar 4.2 berikut ini :

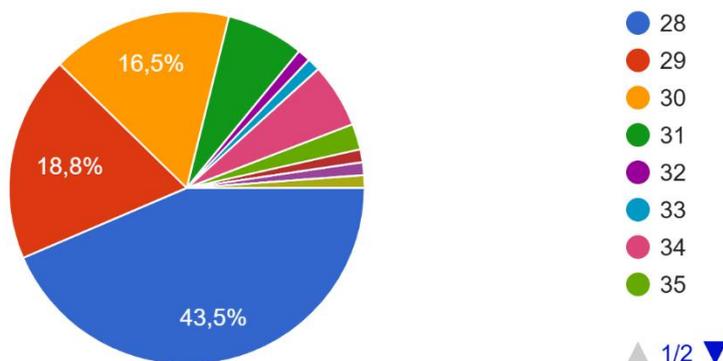
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Responden Berdasarkan Usia																
	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	Total Keseluruhan
Usia Responden (Tahun)	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	Total Keseluruhan
Jumlah Responden	37	16	14	6	1	1	5	2	1	0	1	0	1	0	0	0	85
Persentase Responden (%)	43,5	18,8	16,5	7,1	1,2	1,2	5,9	2,4	1,2	0	1,2	0	1,2	0	0	0	100

Sumber : Telah diolah kembali oleh penulis, 2025

## Usia

85 jawaban



Gambar 4. 2 Responden berdasarkan usia

Sumber : Google Formulir, 2025

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 85 responden yang telah memenuhi kriteria serta dengan rentang usia responden mulai dari 28 – 43 tahun pada tabel 4.2 dan hasil dari *google formulir* pada gambar 4.2 di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden dengan kontribusi terbesar didalam penelitian ini adalah responden yang berusia 28 tahun dengan jumlah 37 orang responden dan dengan persentase 43,5%. Selanjutnya diikuti dengan responden yang berusia 29 tahun dengan jumlah 16 orang responden dan dengan persentase 18,8%. Kemudian responden yang berusia 30 tahun dengan jumlah 14 orang responden dan dengan persentase 16,5%. Lalu untuk usia 31 tahun berjumlah 6 responden dengan persentase 7,1%. Kemudian responden dengan usia 34 tahun berjumlah 5 orang responden dengan persentase 5,9%. Selanjutnya diikuti dengan kelompok usia minoritas yang terdiri dari usia 32, 33, 36, 38 dan 40 tahun dimana jumlah responden masing – masing usia sebanyak 1 orang responden dengan persentase 1,2%, serta pada usia 35 tahun terdapat 2 orang responden dengan persentase 2,4%.

Dari data tersebut, menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 28 tahun dengan persentase 43,5%.

### C. Responden Berdasarkan Domisili

Penelitian ini berfokus pada pengguna Apple iPhone yang berdomisili di daerah Jakarta Selatan. Maka dari itu, 85 responden dengan persentase 100% berdomisili di daerah Jakarta Selatan. Berikut domisili responden yang dapat dilihat pada gambar 4.3 dibawah ini :



Gambar 4. 3 Responden berdasarkan domisili

Sumber : Google Formulir, 2025

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 4.2.1.1 Uji Validitas

Uji validitas didalam penelitian ini digunakan untuk mengukur kevalidan atau ketepatan dari suatu instrumen yang digunakan serta untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang digunakan oleh penulis adalah angket atau kuesioner melalui google formulir yang disebarakan kepada 85 responden yang telah memenuhi kriteria penilaian. Kemudian, data yang telah diperoleh oleh penulis

selanjutnya diolah menggunakan *software* versi 29. Pengujian validitas dilakukan pervariabel penelitian, yakni variabel UGC, FOMO, dan perilaku pembelian.



Dikarenakan penelitian ini berjumlah 85 responden dan menggunakan 26 pernyataan, maka uji validitas dapat dikatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel ( $n-2 = 85 - 2 = 83$ ) sehingga,  $r$  tabel 0,2133. Berikut merupakan hasil dari pengujian validitas pada variabel X1 UGC yang dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini :

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X1 *User Generated Content* (UGC)

No.	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Cenderung Lebih Percaya Pada Ulasan Yang Dijelaskan Berdasarkan Pengalaman Pelanggan				
1.	Saya cenderung lebih percaya pada ulasan yang dijelaskan berdasarkan pengalaman pelanggan.	0,447	0,2133	Valid
2.	Saya cenderung lebih percaya terhadap rekomendasi dari pelanggan, teman atau keluarga yang telah memiliki dan menggunakan iPhone.	0,612	0,2133	Valid
Konten Yang Dibuat Oleh Pengguna Dapat Menambah Informasi Dan Wawasan Mengenai Barang Atau Jasa Dari Merek Tersebut				
3.	Saya merasa konten yang dibuat oleh pengguna lain membantu saya dalam membandingkan iPhone dengan produk milik pesaing.	0,664	0,2133	Valid
4.	Saya dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan produk Apple iPhone dengan menonton konten <i>review</i> konsumen lain yang sudah memiliki dan menggunakannya.	0,703	0,2133	Valid

No.	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Ulasan Berdasarkan Pengalaman Pengguna Cenderung Bersifat Asli Atau Jujur Karena Tidak Ada Kerjasama Antar Pengguna Dan Perusahaan.				
5.	Saya yakin terhadap ulasan yang dibuat berdasarkan pengalaman pengguna lain karena cenderung bersifat asli atau jujur	0,708	0,2133	Valid
6.	Saya melihat atau menonton lebih banyak konten <i>review</i> pengguna dan membandingkan konten yang satu dengan yang lainnya	0,671	0,2133	Valid
Konsumen Cenderung Lebih Percaya Pada Ulasan Pelanggan Yang Telah Membeli Serta Menggunakan Barang Atau Jasa Dari Merek Tersebut.				
7.	Saya lebih percaya pada ulasan pelanggan yang telah membeli serta menggunakan iPhone daripada informasi yang disediakan oleh produsen	0,552	0,2133	Valid
8.	Saya merasa perlu untuk mendapatkan rekomendasi dari teman atau keluarga sebelum membeli produk atau jasa yang sedang viral saat ini. (Contoh : Ketika akan membeli iPhone, saya akan bertanya kepada teman atau keluarga tentang iPhone yang saya incar).	0,644	0,2133	Valid

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa hasil dari pengujian validitas pada variabel X1 UGC menggunakan *software* SPSS versi 29 dengan jumlah sampel 85 responden dan total 8 pernyataan, serta r tabel = 0,2133 dan  $\alpha = 0,05$ . Maka, hasil pengujian validitas pada variabel X1 UGC menyatakan bahwa seluruh item pernyataan yang terdapat pada variabel X1 UGC tersebut dikatakan valid dan telah tepat

mengukur variabel X1 UGC pada pengguna Apple iPhone di Jakarta Selatan. Hal ini dikarenakan r hitung lebih besar daripada r tabel ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ).

Berikut merupakan hasil dari pengujian validitas pada variabel X2 FOMO yang dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini :

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X2 *Fear Of Missing Out* (FOMO)

No.	Item Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
Ketakutan Dan Kekhawatiran				
1.	Saya merasa perlu untuk mencoba fitur – fitur unik yang ada di dalam iPhone keluaran terbaru.	0,608	0,2133	Valid
2.	Saya merasa perlu untuk mengikuti perkembangan teknologi terbaru yang ada di iPhone.	0,665	0,2133	Valid
Perasaan Jengkel				
3.	Saya merasa tidak nyaman ketika melewatkan kesempatan untuk memiliki iPhone keluaran terbaru.	0,876	0,2133	Valid

No.	Item Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
4.	<p>Saya merasa tidak nyaman ketika iPhone yang saya miliki tidak mempunyai fitur seperti iPhone milik teman atau keluarga saya. (Contoh : iPhone milik saya tidak mempunyai fitur <i>dynamic island</i> seperti milik teman atau keluarga saya).</p>	0,884	0,2133	Valid
Perasaan Kekurangan				
5.	<p>Saya merasa ada yang kurang jika belum mencoba sesuatu yang sedang menjadi trend saat ini (iOS 18 pada iPhone). Hal ini membuat saya merasa tidak mengikuti perkembangan dan kehilangan kesempatan untuk merasakan pengalaman baru yang mungkin menarik dan bermanfaat.</p>	0,859	0,2133	Valid
6.	<p>Saya merasa kurang apabila belum memakai iPhone yang sama dengan teman ataupun keluarga saya. karena fitur – fitur yang dimiliki iPhone, tidak dimiliki oleh <i>smartphone</i> milik pesaing. (Contoh : fitur <i>FindMy</i> yakni fitur untuk melihat lokasi terkini dari teman maupun keluarga yang juga memiliki iPhone. Fitur ini hanya ada pada Apple iPhone).</p>	0,751	0,2133	Valid

No.	Item Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
Harga Diri				
7.	Saya merasa lebih senang dan percaya diri ketika menerima pujian atau apresiasi dari orang lain, karena hal itu membuat saya merasa dihargai dan diakui atas usaha dan pencapaian saya. (Contoh : ketika saya memiliki iPhone keluaran terbaru sebagai <i>self reward</i> atas hasil kerja keras saya)	0,715	0,2133	Valid
8.	Jika mendapat kesempatan, saya ingin memiliki iPhone terbaru. Karena dengan itu saya merasa lebih percaya diri dalam melaksanakan aktivitas sehari – hari.	0,745	0,2133	Valid

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, menunjukkan bahwa hasil dari pengujian validitas pada variabel X2 FOMO menggunakan *software* SPSS versi 29 dengan jumlah sampel 85 responden dan total 8 pernyataan, serta r tabel = 0,2133 dan  $\alpha = 0,05$ . Maka, hasil pengujian validitas pada variabel X2 FOMO menyatakan bahwa seluruh item pernyataan yang terdapat didalam variabel X2 FOMO tersebut dikatakan valid dan telah tepat untuk mengukur variabel X2 FOMO pada pengguna Apple iPhone di Jakarta Selatan. Hal ini dikarenakan r hitung lebih besar daripada r tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ).

Berikut ini merupakan hasil dari pengujian validitas pada variabel perilaku pembelian (Y) yang dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y Perilaku Pembelian

No.	Item Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
Perilaku Dalam Memilih Barang Dan Jasa Sebelum Membeli				
1.	Saya cenderung mencari tahu informasi mengenai iPhone yang sedang viral saat ini melalui konten ulasan pengguna.	0,721	0,2133	Valid
2.	Sebelum membeli produk iPhone, saya akan membandingkan terlebih dahulu produk iPhone dengan produk pesaingnya.	0,694	0,2133	Valid
3.	Saya akan menonton dan membaca ulasan pengguna iPhone sebelum memutuskan untuk membelinya.	0,549	0,2133	Valid
Perilaku Dalam Membeli Barang Dan Jasa				
4.	Saya cenderung membeli iPhone sesuai dengan yang saya inginkan dan butuhkan.	0,453	0,2133	Valid
5.	Saya memilih membeli iPhone di gerai yang di rekomendasikan oleh teman, keluarga maupun orang lain.	0,604	0,2133	Valid
6.	Saya akan mencari tahu dan meminta rekomendasi tipe iPhone dari teman, keluarga maupun orang lain.	0,611	0,2133	Valid

No.	Item Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
Perilaku Dalam Menggunakan Barang Dan Jasa				
7.	Saya menggunakan iPhone karena iPhone merupakan produk yang terkenal dan menjadi trend di kalangan masyarakat.	0,761	0,2133	Valid
8.	Saya menjadi lebih percaya diri ketika saya menggunakan iPhone, karena dapat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan – pekerjaan saya.	0,773	0,2133	Valid
Perilaku Dalam Memanfaatkan Barang Dan Jasa				
9.	Menurut saya, iPhone tidak hanya menjadi alat komunikasi saja, namun juga menjadi simbol gaya hidup modern dan status sosial yang tinggi.	0,783	0,2133	Valid
10.	Saya merasa iPhone dapat memberi saya peluang untuk menjadi lebih produktif dalam melakukan pekerjaan ataupun hobi.	0,715	0,2133	Valid

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, menunjukkan bahwa hasil dari pengujian validitas pada variabel Y Perilaku Pembelian menggunakan *software* SPSS versi 29 dengan jumlah sampel 85 responden dan total 10 pernyataan, serta  $r$  tabel = 0,2133 dan  $\alpha = 0,05$ . Maka, hasil pengujian validitas pada variabel Y Perilaku Pembelian menyatakan bahwa seluruh item pernyataan yang terdapat didalam variabel Y Perilaku Pembelian tersebut dikatakan valid dan telah tepat untuk mengukur variabel Y Perilaku Pembelian pada pengguna Apple iPhone di Jakarta Selatan. Hal ini dikarenakan  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel ( $r$  hitung >  $r$  tabel).

#### 4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas didalam penelitian ini digunakan untuk mengukur konsistensi dari suatu instrumen yang digunakan. Instrumen yang digunakan oleh penulis adalah angket atau kuesioner melalui google formulir yang disebarakan kepada 85 responden yang telah memenuhi kriteria penilaian. Kemudian, data yang telah diperoleh oleh penulis selanjutnya diolah menggunakan *software* versi 29 dengan menggunakan formula *Alpha Cronbach's*. Pengujian reliabilitas dilakukan pervariabel penelitian, yakni variabel UGC, FOMO, dan perilaku pembelian. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Alpha Cronbach's*  $>0.60$ .

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel X1 UGC dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini :

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas X1 *User Generated Content* (UGC)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	8

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel X1 UGC yang dapat dilihat pada tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa pernyataan variabel X1 UGC sebanyak 8 pernyataan menghasilkan nilai *Alpha Cronbach's* sebesar 0,774. Sehingga, dapat dikatakan bahwa seluruh item pernyataan yang ada pada variabel X1 UGC dinyatakan reliabel atau konsisten, karena nilai reliabilitas UGC  $0,774 > 0,60$ .

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel X2 FOMO dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas X2 *Fear of Missing Out* (FOMO)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.901	8

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel X2 FOMO yang dapat dilihat pada tabel 4.7 di atas, menunjukkan bahwa pernyataan variabel X2 FOMO sebanyak 8 pernyataan menghasilkan nilai *Alpha Cronbach's* sebesar 0,901. Sehingga, dapat dikatakan bahwa seluruh item pernyataan yang ada pada variabel X2 FOMO dinyatakan reliabel atau konsisten, karena nilai reliabilitas X2 FOMO  $0,901 > 0,60$ .

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel Y perilaku pembelian dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini :

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Y Perilaku Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.862	10

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel Y Perilaku Pembelian yang dapat dilihat pada tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa pernyataan variabel Y Perilaku Pembelian sebanyak 10 pernyataan menghasilkan nilai *Alpha Cronbach's* sebesar 0,862. Sehingga, dapat dikatakan bahwa seluruh item pernyataan yang ada pada

variabel Y Perilaku Pembelian dinyatakan reliabel atau konsisten, karena nilai reliabilitas Y Perilaku Pembelian  $0,862 > 0,60$ .

#### 4.2.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif merupakan metode analisis data yang diterapkan guna mendeskripsikan ataupun memvisualisasikan data berdasarkan masing – masing variabel yang telah diperoleh secara lebih lengkap serta sistematis. Analisis deskriptif ini akan menunjukkan gambaran yang lebih mendalam mengenai hubungan dari UGC dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) dengan Perilaku Pembelian produk Apple iPhone di Jakarta Selatan, hal ini dapat dilihat pada tabel hasil analisis statistik deskriptif menggunakan *software* SPSS versi 29 yang memuat antara lain jumlah sampel (*n*), rentang antara nilai terendah dan tertinggi (*Range*), nilai terendah yang ada pada pernyataan (*Minimum*), nilai tertinggi pada pernyataan (*Maximum*), skor dari setiap pernyataan (*Sum*), nilai rata – rata dari pernyataan (*Mean*), dan nilai penyebaran data (*Std. Deviation*). Pada penelitian ini juga menggunakan persentase tingkat persetujuan yang mana berguna untuk mengetahui sejauh mana responden setuju dengan suatu pernyataan.

Tabel 4. 9 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
USER GENERATED CONTENT (UGC) (X1)	85	18	22	40	3009	35.40	3.241
FEAR OF MISSING OUT (FOMO)(X2)	85	24	16	40	2675	31.47	6.235
PERILAKU PEMBELIAN (Y)	85	24	26	50	3630	42.71	5.621
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Tabel 4.9 di atas menunjukkan hasil dari analisis deskriptif dari variabel X1 UGC, variabel X2 FOMO dan variabel Y Perilaku Pembelian. Dari hasil tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

Pada variabel X1 UGC menunjukkan bahwa sampel ( $n$ ) yang diuji adalah sebanyak 85 responden, dengan rentang (*Range*) antara nilai terendah dan tertinggi sebesar 18, nilai terendah (*Minimum*) yang ada pada variabel X1 UGC sebesar 22, sedang kan nilai tertinggi (*Maximum*) yang ada pada variabel X1 *User Generated Content* sebesar 40. Untuk total skor (*Sum*) sebesar 3009, dan nilai rata – rata (*Mean*) sebesar 35,40, serta nilai dari standar deviasi sebesar 3,241. Pada variabel X1 UGC memiliki nilai rata – rata (*Mean*) lebih besar daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 35,40 > 3,241\ Std.Deviation$ ) yang mana berarti penyebaran data dalam penelitian ini dapat dikatakan relatif konsisten dan berarti data bersifat homogen. Sehingga, tidak menimbulkan bias pada data

Pada variabel X2 *Fear Of Missing Out* (FOMO) menunjukkan bahwa sampel ( $n$ ) yang diuji adalah sebanyak 85 responden, dengan rentang (*Range*) antara nilai terendah dan tertinggi sebesar 24, nilai terendah (*Minimum*) yang ada pada variabel X2 *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebesar 16, sedang kan nilai tertinggi (*Maximum*) yang ada pada variabel X2 *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebesar 40. Untuk total skor (*Sum*) sebesar 2675, dan nilai rata – rata (*Mean*) sebesar 31,47, serta nilai dari standar deviasi sebesar 6,235. Pada variabel X2 *Fear Of Missing Out* (FOMO) memiliki nilai rata – rata (*Mean*) lebih besar daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 31,47 > 6,235\ Std.Deviation$ ) yang mana berarti penyebaran data dalam penelitian ini dapat dikatakan relatif konsisten dan berarti data bersifat homogen. Sehingga, tidak menimbulkan bias pada data

Pada variabel Y Perilaku Pembelian menunjukkan bahwa sampel ( $n$ ) yang diuji adalah sebanyak 85 responden, dengan rentang (*Range*) antara nilai terendah dan tertinggi sebesar 24, nilai terendah (*Minimum*) yang ada pada variabel Y Perilaku Pembelian sebesar 26, sedang kan nilai tertinggi (*Maximum*) yang ada pada variabel Y Perilaku Pembelian sebesar 50. Untuk total skor (*Sum*) sebesar 3630, dan nilai rata – rata (*Mean*) sebesar 42,71, serta nilai dari standar deviasi sebesar 5,621. Pada variabel Y Perilaku Pembelian memiliki nilai rata – rata (*Mean*) lebih besar daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 42,71 > 5,621\ Std.Deviation$ ) yang mana berarti penyebaran data dalam penelitian ini dapat dikatakan relatif konsisten dan berarti data bersifat homogen. Sehingga, tidak menimbulkan bias pada data

#### 4.2.2.1 Pendapat Responden Terhadap *User Generated Content* (UGC) (X1)

Guna mengukur variabel UGC, maka penulis menggunakan pendapat responden yang meliputi 4 indikator serta 8 pernyataan yang ada pada UGC.

##### A. Cenderung Lebih Percaya Pada Ulasan Yang Dijelaskan Berdasarkan Pengalaman Pelanggan

1. Saya cenderung lebih percaya pada ulasan yang dijelaskan berdasarkan pengalaman pelanggan.

Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif X1.1

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1.1	85	2	3	5	382	4.49	.610
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.10 di atas menunjukkan item dari pernyataan X1.1, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 2, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.1 sebesar 3, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.1 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 382 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,49 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,610.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,49 > 0,610\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X1.1 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 11 Rekapitulasi Pernyataan X1.1

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	47	55,3	235
Setuju	4	33	38,8	132
Netral	3	5	5,9	15
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	382

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

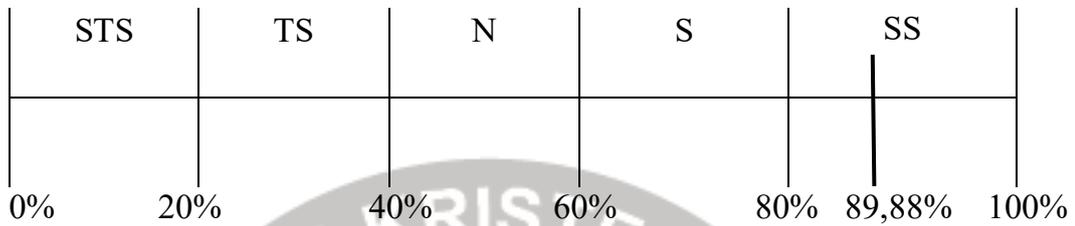
Melalui tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “saya cenderung lebih percaya pada ulasan yang dijelaskan berdasarkan pengalaman pelanggan” terdapat 47 responden dengan persentase 55,3% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 33 responden dengan persentase 38,8% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 5 responden dengan persentase 5,9% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 382. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{382}{5 \times 85} \times 100\% = 89,88\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.4 :



Gambar 4. 4 Visualisasi Hasil Tingkat Persetujuan X1.1

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.4 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “saya cenderung lebih percaya pada ulasan yang dijelaskan berdasarkan pengalaman pelanggan” memperoleh nilai rata – rata 89,88%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden sangat menyetujui jikalau mereka cenderung lebih percaya pada ulasan yang dijelaskan berdasarkan pengalaman pelanggan.

2. Saya cenderung lebih percaya terhadap rekomendasi dari pelanggan, teman atau keluarga yang telah memiliki dan menggunakan iPhone.

Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif X1.2

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1.2	85	2	3	5	374	4.40	.621
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 12 di atas menunjukkan item dari pernyataan X1.2, dapat dilihat bahwa jumlah sampel (*n*) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 2, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.2 sebesar 3, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.2 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 374 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,40 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,621.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi (*Mean* 4,40 > 0,621 *Std.Deviation*) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X1.2 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 13 Rekapitulasi Pernyataan X1.2

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	40	47,1	200
Setuju	4	39	45,9	156
Netral	3	6	7,1	18
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	374

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

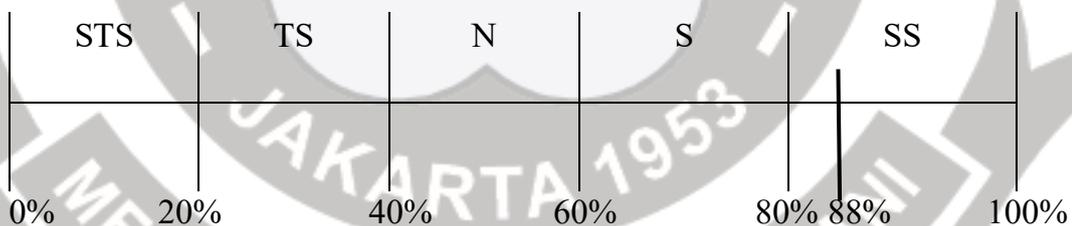
Melalui tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya cenderung lebih percaya terhadap rekomendasi dari pelanggan, teman atau keluarga yang telah memiliki dan menggunakan iPhone” terdapat 40 responden dengan persentase 47,1% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 39 responden dengan persentase 45,9% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 6 responden dengan persentase 7,1% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 374. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{374}{5 \times 85} \times 100\% = 88\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.5 :



Gambar 4. 5 Visualisasi Hasil Tingkat Persetujuan X1.2

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.5 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya cenderung lebih percaya terhadap rekomendasi dari pelanggan, teman atau keluarga yang telah memiliki dan menggunakan iPhone” memperoleh nilai rata – rata 88%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden

sangat menyetujui jikalau mereka cenderung lebih percaya terhadap rekomendasi dari pelanggan, teman atau keluarga yang telah memiliki dan menggunakan iPhone.

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator cenderung lebih percaya pada ulasan yang dijelaskan berdasarkan pengalaman pelanggan, pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “saya cenderung lebih percaya pada ulasan yang dijelaskan berdasarkan pengalaman pelanggan” dengan persentase sebesar 89,88%.

### **B. Konten Yang Dibuat Oleh Pengguna Dapat Menambah Informasi Dan Wawasan Mengenai Barang Atau Jasa Dari Merek Tersebut.**

1. Saya merasa konten yang dibuat oleh pengguna lain membantu saya dalam membandingkan iPhone dengan produk milik pesaing.

Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif X1.3

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1.3	85	2	3	5	377	4.44	.626
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.14 di atas menunjukkan item dari pernyataan X1.3, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 2, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.3 sebesar 3, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.3 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 377 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,44 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,626.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi (*Mean* 4,44 > 0,626 *Std.Deviation*) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X1.3 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 15 Rekapitulasi Pernyataan X1.3

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase Responden (%)</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5	43	50,6	215
Setuju	4	36	42,4	144
Netral	3	6	7,1	18
Tidak Setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	377

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Melalui tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya merasa konten yang dibuat oleh pengguna lain membantu saya dalam membandingkan iPhone dengan produk milik pesaing” terdapat 43 responden dengan persentase 50,6% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 36 responden dengan persentase 42,4% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 6 responden dengan persentase 7,1% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 377. Kemudian, skor akan

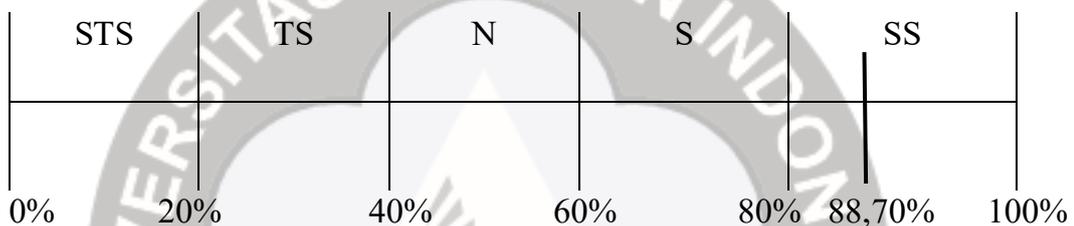
dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{377}{5 \times 85} \times 100\% = 88,70\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.6 :



Gambar 4. 6 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X1.3

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.6 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya merasa konten yang dibuat oleh pengguna lain membantu saya dalam membandingkan iPhone dengan produk milik pesaing” memperoleh nilai rata – rata 88,70%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden sangat menyetujui jikalau mereka merasa konten yang dibuat oleh pengguna lain membantu saya dalam membandingkan iPhone dengan produk milik pesaing.

2. Saya dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan produk Apple iPhone dengan menonton konten review konsumen lain yang sudah memiliki dan menggunakannya.

Tabel 4. 16 Statistik Deskriptif X1.4

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1.4	85	2	3	5	386	4.54	.589
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.16 di atas menunjukkan item dari pernyataan X1.4, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 2, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.4 sebesar 3, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.4 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 386 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,54 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,589.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi (*Mean* 4,54 > 0,589 *Std.Deviation*) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X1.4 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 17 Rekapitulasi Pernyataan X1.4

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	50	58,8	250
Setuju	4	31	36,5	124
Netral	3	4	4,7	12
Tidak Setuju	2	0	0	0

Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	386

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

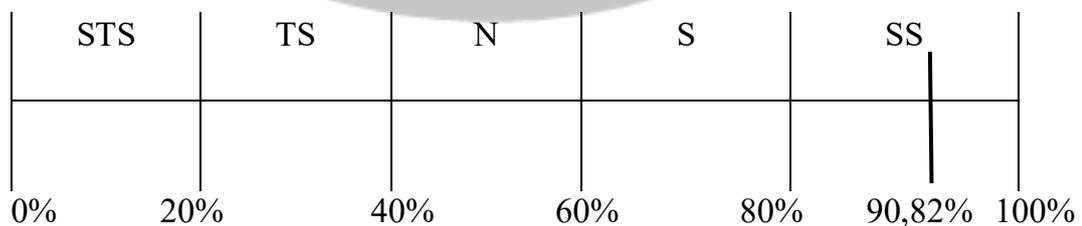
Melalui tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan produk Apple iPhone dengan menonton konten review konsumen lain yang sudah memiliki dan menggunakannya” terdapat 50 responden dengan persentase 58,8% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 31 responden dengan persentase 36,5% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 4 responden dengan persentase 4,7% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 386. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{386}{5 \times 85} \times 100\% = 90,82\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.7 :



Gambar 4. 7 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X1.4

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.7 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan produk Apple iPhone dengan menonton konten review konsumen lain yang sudah memiliki dan menggunakannya” memperoleh nilai rata – rata 90,82%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden sangat menyetujui jikalau mereka merasa dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan produk Apple iPhone dengan menonton konten review konsumen lain yang sudah memiliki dan menggunakannya.

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator konten yang dibuat oleh pengguna dapat menambah informasi dan wawasan mengenai barang atau jasa dari merek tersebut, pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “Saya dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan produk Apple iPhone dengan menonton konten review konsumen lain yang sudah memiliki dan menggunakannya” dengan persentase sebesar 90,82%.

**C. Ulasan berdasarkan pengalaman pengguna cenderung bersifat asli atau jujur karena tidak ada kerjasama antar pengguna dan perusahaan.**

1. Saya yakin terhadap ulasan yang dibuat berdasarkan pengalaman pengguna lain karena cenderung bersifat asli atau jujur

Tabel 4. 18 Statistik Deskriptif X1.5

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1.5	85	3	2	5	364	4.28	.666
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.18 di atas menunjukkan item dari pernyataan X1.5, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.5 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.5 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 364 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,28 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,666.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,28 > 0,666\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X1.5 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 19 Rekapitulasi Pernyataan X1.5

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	32	37,6	160
Setuju	4	47	55,3	188
Netral	3	4	4,7	12
Tidak Setuju	2	2	2,4	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	364

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Melalui tabel 4.19 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya yakin terhadap ulasan yang dibuat berdasarkan pengalaman pengguna lain karena

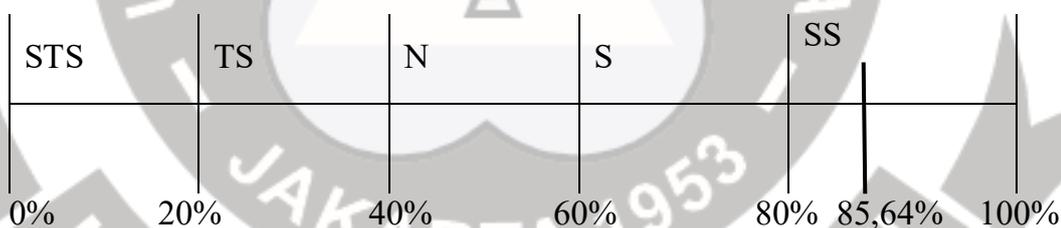
cenderung bersifat asli atau jujur” terdapat 32 responden dengan persentase 37,6% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 47 responden dengan persentase 55,3% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 4 responden dengan persentase 4,7% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut, kemudian terdapat 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab tidak setuju. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 364. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{364}{5 \times 85} \times 100\% = 85,64\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.8 :



Gambar 4. 8 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X1.5

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.8 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya yakin terhadap ulasan yang dibuat berdasarkan pengalaman pengguna lain karena cenderung bersifat asli atau jujur” memperoleh nilai rata – rata 85,64%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden sangat menyetujui jikalau mereka merasa yakin terhadap ulasan yang dibuat berdasarkan pengalaman pengguna lain karena cenderung bersifat asli atau jujur.

2. Saya melihat atau menonton lebih banyak konten *review* pengguna dan membandingkan konten yang satu dengan yang lainnya.

Tabel 4. 20 Statistik Deskriptif X1.6

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1.6	85	3	2	5	374	4.40	.621
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.20 di atas menunjukkan item dari pernyataan X1.6, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.6 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.6 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 374 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,40 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,621.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,40 > 0,621\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X1.6 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 21 Rekapitulasi Pernyataan X1.6

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	39	45,9	195
Setuju	4	42	49,4	168
Netral	3	3	3,5	9
Tidak Setuju	2	1	1,2	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	374

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

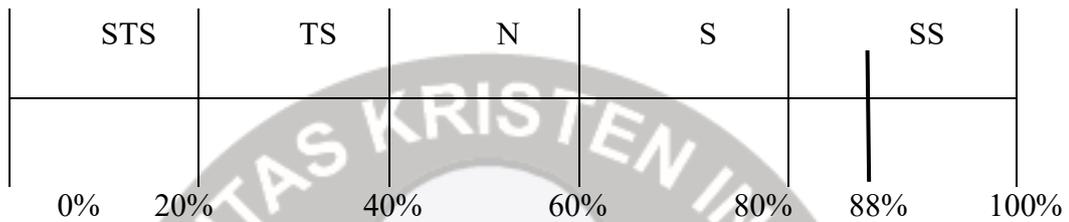
Melalui tabel 4.21 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya melihat atau menonton lebih banyak konten review pengguna dan membandingkan konten yang satu dengan yang lainnya.” terdapat 39 responden dengan persentase 45,9% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 42 responden dengan persentase 49,4% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 3 responden dengan persentase 3,5% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut, 1 responden dengan persentase 1,2% yang menjawab tidak setuju. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 374. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{374}{5 \times 85} \times 100\% = 88\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.9 :



Gambar 4. 9 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X1.6

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.9 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya melihat atau menonton lebih banyak konten review pengguna dan membandingkan konten yang satu dengan yang lainnya” memperoleh nilai rata – rata 88,23%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden sangat menyetujui jikalau mereka merasa melihat atau menonton lebih banyak konten review pengguna dan membandingkan konten yang satu dengan yang lainnya.

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator ulasan berdasarkan pengalaman pengguna cenderung bersifat asli atau jujur karena tidak ada kerjasama antar pengguna dan perusahaan. Pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “Saya melihat atau menonton lebih banyak konten review pengguna dan membandingkan konten yang satu dengan yang lainnya” dengan persentase sebesar 88%.

**D. Konsumen cenderung lebih percaya pada ulasan pelanggan yang telah membeli serta menggunakan barang atau jasa dari merek tersebut.**

1. Saya lebih percaya pada ulasan pelanggan yang telah membeli serta menggunakan iPhone daripada informasi yang disediakan oleh produsen.

Tabel 4. 22 Statistik Deskriptif X1.7

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1.7	85	3	2	5	375	4.41	.745
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.22 di atas menunjukkan item dari pernyataan X1.7, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.7 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.7 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 375 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,41 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,754.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,41 > 0,754\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X1.7 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 23 Rekapitulasi Pernyataan X1.7

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	46	54,1	230
Setuju	4	30	35,3	120
Netral	3	7	8,2	21
Tidak Setuju	2	2	2,4	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	375

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

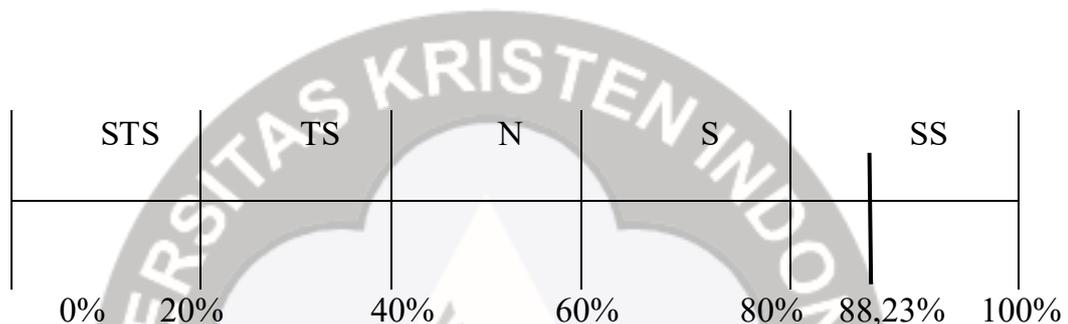
Melalui tabel 4.23 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya lebih percaya pada ulasan pelanggan yang telah membeli serta menggunakan iPhone daripada informasi yang disediakan oleh produsen” terdapat 46 responden dengan persentase 54,1% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 30 responden dengan persentase 35,3% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 7 responden dengan persentase 8,2% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut, dan 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 375. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{375}{5 \times 85} \times 100\% = 88,23\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.10 :



Gambar 4. 10 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X1.7

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.10 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya lebih percaya pada ulasan pelanggan yang telah membeli serta menggunakan iPhone daripada informasi yang disediakan oleh produsen.” memperoleh nilai rata – rata 88,23%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden sangat menyetujui jikalau mereka merasa lebih percaya pada ulasan pelanggan yang telah membeli serta menggunakan iPhone daripada informasi yang disediakan oleh produsen.

2. Saya merasa perlu untuk mendapatkan rekomendasi dari teman atau keluarga sebelum membeli produk atau jasa yang sedang viral saat ini. (Contoh : Ketika akan membeli iPhone, saya akan bertanya kepada teman atau keluarga tentang iPhone yang saya incar).

Tabel 4. 24 Statistik Deskriptif X1.8

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1.8	85	3	2	5	377	4.44	.715
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.24 di atas menunjukkan item dari pernyataan X1.8, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.8 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X1.8 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 377 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,44 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,715.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,44 > 0,715\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X1.8 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 25 Rekapitulasi Pernyataan X1.8

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	46	54,1	230
Setuju	4	32	37,6	128
Netral	3	5	5,9	15

Tidak Setuju	2	2	2,4	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	377

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

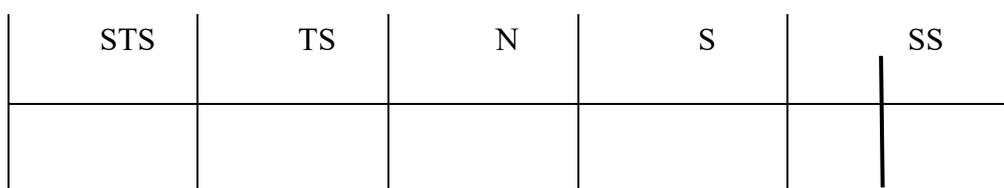
Melalui tabel 4.25 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya merasa perlu untuk mendapatkan rekomendasi dari teman atau keluarga sebelum membeli produk atau jasa yang sedang viral saat ini. (Contoh : Ketika akan membeli iPhone, saya akan bertanya kepada teman atau keluarga tentang iPhone yang saya incar)” terdapat 46 responden dengan persentase 54,1% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 32 responden dengan persentase 37,6% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 5 responden dengan persentase 5,9% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut, dan 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 377. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{377}{5 \times 85} \times 100\% = 88,70\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.11 :



0%      20%      40%      60%      80%      88,70%      100%

Gambar 4. 11 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X1.8

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.11 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya merasa perlu untuk mendapatkan rekomendasi dari teman atau keluarga sebelum membeli produk atau jasa yang sedang viral saat ini. (Contoh : Ketika akan membeli iPhone, saya akan bertanya kepada teman atau keluarga tentang iPhone yang saya incar). Memperoleh nilai rata – rata 88,70%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden sangat menyetujui jikalau mereka merasa perlu untuk mendapatkan rekomendasi dari teman atau keluarga sebelum membeli produk atau jasa yang sedang viral saat ini. (Contoh : Ketika akan membeli iPhone, responden akan bertanya kepada teman atau keluarga tentang iPhone yang mereka incar).

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator konsumen cenderung lebih percaya pada ulasan pelanggan yang telah membeli serta menggunakan barang atau jasa dari merek tersebut. Pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “Saya merasa perlu untuk mendapatkan rekomendasi dari teman atau keluarga sebelum membeli produk atau jasa yang sedang viral saat ini. (contoh : ketika akan membeli iPhone, saya akan bertanya kepada teman atau keluarga tentang iPhone yang saya incar)” dengan persentase sebesar 88,70%.

Tabel 4. 26 Rekapitulasi Keseluruhan Variabel X1 User Generated Content

No.	Pernyataan	Skor					Skor	Range	Mean	Std. Deviasi
		1	2	3	4	5				
1.	X1.1	0	0	5	33	47	382	2	4,49	0,610
2.	X1.2	0	0	6	39	40	374	2	4,40	0,621
3.	X1.3	0	0	6	36	43	377	2	4,44	0,626
4.	X1.4	0	0	4	31	50	386	2	4,45	0,589
5.	X1.5	0	2	4	47	32	364	3	4,28	0,666
6.	X1.6	0	1	3	42	39	374	3	4,40	0,621
7.	X1.7	0	2	7	30	46	375	3	4,41	0,745
8.	X1.8	0	2	5	32	46	377	3	4,44	0,715
N : 85										

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Pada tabel 4.27 dibawah ini, merupakan hasil rata – rata tanggapan responden dari setiap item pernyataan yang ada pada variabel UGC (X1) :

Tabel 4. 27 Rata – Rata Tanggapan Responden Terhadap Variabel *User Generated Content* (UGC)(X1)

No.	Item Pernyataan	Mean Pernyataan X1	Rata – Rata Tingkat Persetujuan Responden (%)	
			Peritem Pernyataan	Perindikator
Cenderung Lebih Percaya Pada Ulasan Yang Dijelaskan Berdasarkan Pengalaman Pelanggan				
1.	Saya cenderung lebih percaya pada ulasan yang dijelaskan berdasarkan pengalaman pelanggan.	4,49	89,88	88,94
2.	Saya cenderung lebih percaya terhadap rekomendasi dari pelanggan, teman atau keluarga yang telah memiliki dan menggunakan iPhone.	4,40	88	
Konten Yang Dibuat Oleh Pengguna Dapat Menambah Informasi Dan Wawasan Mengenai Barang Atau Jasa Dari Merek Tersebut				
3.	Saya merasa konten yang dibuat oleh pengguna lain membantu saya dalam membandingkan iPhone dengan produk milik pesaing.	4,44	88,70	89,76
4.	Saya dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan produk Apple iPhone dengan menonton konten <i>review</i> konsumen lain yang sudah memiliki dan menggunakannya.	4,54	90,82	

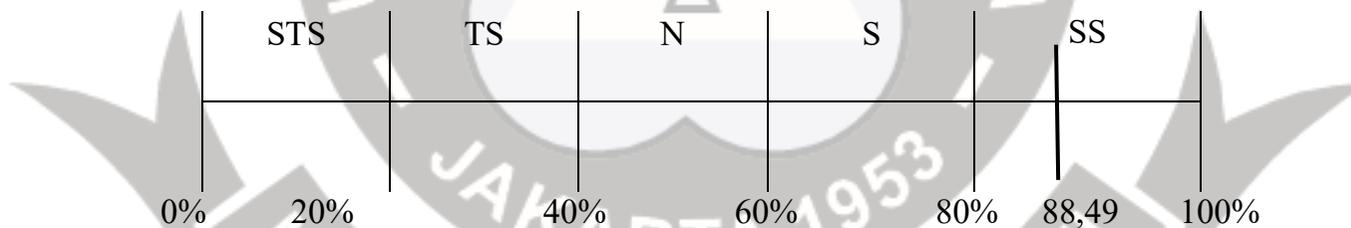
No.	Item Pernyataan	Mean Pernyataan X1	Rata – Rata Tingkat Persetujuan Responden (%)	
			Peritem Pernyataan	Perindikator
Ulasan Berdasarkan Pengalaman Pengguna Cenderung Bersifat Asli Atau Jujur Karena Tidak Ada Kerjasama Antar Pengguna Dan Perusahaan.				
5.	Saya yakin terhadap ulasan yang dibuat berdasarkan pengalaman pengguna lain karena cenderung bersifat asli atau jujur	4,28	85,64	86,82
6.	Saya melihat atau menonton lebih banyak konten <i>review</i> pengguna dan membandingkan konten yang satu dengan yang lainnya	4,40	88	
Konsumen Cenderung Lebih Percaya Pada Ulasan Pelanggan Yang Telah Membeli Serta Menggunakan Barang Atau Jasa Dari Merek Tersebut.				
7.	Saya lebih percaya pada ulasan pelanggan yang telah membeli serta menggunakan iPhone daripada informasi yang disediakan oleh produsen	4,41	88,23	88,46
8.	Saya merasa perlu untuk mendapatkan rekomendasi dari teman atau keluarga sebelum membeli produk atau jasa yang sedang viral saat ini. (Contoh : Ketika akan membeli iPhone, saya akan bertanya kepada teman atau keluarga tentang iPhone yang saya incar).	4,44	88,70	

No.	Item Pernyataan	Mean Pernyataan X1	Rata – Rata Tingkat Persetujuan Responden (%)	
			Peritem Pernyataan	Perindikator
	Total rata – rata tanggapan responden terhadap <i>User Generated Content</i> (UGC) (X1)	4,42	88,49	88,49

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.27, hasil dari rata – rata tanggapan responden mengenai variabel *User Generated Content*( UGC) (X1) adalah sebesar 88,49%. Dimana dapat dilihat pada gambar 4.12 persentase 88,49% ini berada pada interval 80% - 100% dengan keterangan sangat setuju. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel UGC(X1) pada Apple iPhone baik, dikarenakan rata – rata responden memiliki tanggapan setuju akan indikator; cenderung lebih percaya pada ulasan yang dijelaskan berdasarkan pengalaman pelanggan, konten yang dibuat oleh pengguna dapat menambah informasi dan wawasan mengenai barang atau jasa dari merek tersebut, ulasan berdasarkan pengalaman pengguna cenderung bersifat asli atau jujur karena tidak ada kerjasama antar pengguna dan perusahaan, dan konsumen cenderung lebih percaya pada ulasan pelanggan yang telah membeli serta menggunakan barang atau jasa dari merek tersebut. yang ada pada variabel UGC(X1).

Indikator dengan rata – rata tanggapan responden tertinggi adalah indikator; konten yang dibuat oleh pengguna dapat menambah informasi dan wawasan mengenai barang atau jasa dari merek tersebut, dengan persentase rata – rata 89,76% dan menggunakan pernyataan “Saya dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan produk apple iPhone dengan menonton konten *review* konsumen lain yang sudah memiliki dan menggunakannya” dengan persentase sebesar 90,82. Sedangkan, indikator dengan rata – rata tanggapan responden yang paling rendah ada pada indikator ulasan berdasarkan pengalaman pengguna cenderung bersifat asli atau jujur karena tidak ada kerjasama antar pengguna dan perusahaan dengan jumlah persentase rata – rata 86,82% dan menggunakan pernyataan “saya yakin terhadap ulasan yang dibuat berdasarkan pengalaman pengguna lain karena cenderung bersifat asli atau jujur” dengan persentase 85,64%



Gambar 4. 12 Interval Rata – Rata Tanggapan Responden Terhadap *User Generated Content* (X1)

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

#### 4.2.2.2 Pendapat Responden Terhadap *Fear Of Missing Out* (FOMO)(X2)

Guna mengukur variabel FOMO, maka penulis menggunakan pendapat responden yang meliputi 4 indikator serta 8 pernyataan yang ada pada FOMO :

##### A. Ketakutan dan Kekhawatiran

1. Saya merasa perlu untuk mencoba fitur – fitur unik yang ada di dalam iPhone keluaran terbaru.

Tabel 4. 28 Statistik Deskriptif X2.1

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X2.1	85	3	2	5	361	4.25	.754
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.28 di atas menunjukkan item dari pernyataan X2.1, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.1 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.1 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 361 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,25 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,754.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,25 > 0,754\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X2.1 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 29 Rekapitulasi Pernyataan X2.1

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	36	42,4	180
Setuju	4	35	41,2	140
Netral	3	13	15,3	39
Tidak Setuju	2	1	1,2	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	361

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

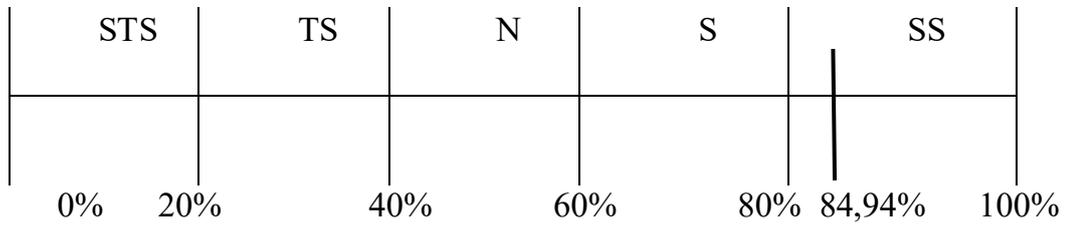
Melalui tabel 4.29 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya merasa perlu untuk mencoba fitur – fitur unik yang ada di dalam iPhone keluaran terbaru” terdapat 36 responden dengan persentase 42,4% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 35 responden dengan persentase 41,2% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 13 responden dengan persentase 15,3% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut, dan 1 responden dengan persentase 1,2% yang menjawab tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 361. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{361}{5 \times 85} \times 100\% = 84,94\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.13:



Gambar 4. 13 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X2.1

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.13 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya merasa perlu untuk mencoba fitur – fitur unik yang ada di dalam iPhone keluaran terbaru” memperoleh nilai rata – rata 84,94%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden sangat menyetujui jikalau mereka merasa perlu untuk mencoba fitur – fitur unik yang ada di dalam iPhone keluaran terbaru.

2. Saya merasa perlu untuk mengikuti perkembangan teknologi terbaru yang ada di iPhone.

Tabel 4. 30 Statistik Deskriptif X2.2

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X2.2	85	3	2	5	358	4.21	.803
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.30 di atas menunjukkan item dari pernyataan X2.2, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.2 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.2 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 358 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,21 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,803.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,21 > 0,803\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X2.2 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 31 Rekapitulasi Pernyataan X2.2

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	37	43,5	185
Setuju	4	30	35,3	120
Netral	3	17	20	51
Tidak Setuju	2	1	1,2	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	358

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

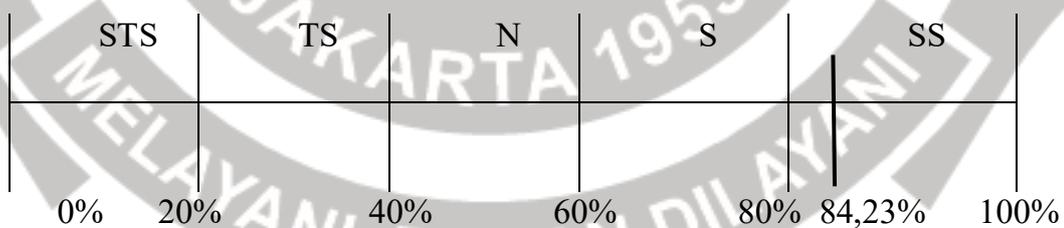
Melalui tabel 4.31 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya merasa perlu untuk mengikuti perkembangan teknologi terbaru yang ada di iPhone” terdapat 37 responden dengan persentase 43,5% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 30 responden dengan persentase 35,3% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 17 responden dengan persentase 20% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut, dan 1 responden dengan persentase 1,2% yang menjawab tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 358. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{358}{5 \times 85} \times 100\% = 84,23\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.14 :



Gambar 4. 14 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X2.2

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.14 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya merasa perlu untuk mengikuti perkembangan teknologi terbaru yang ada di iPhone” memperoleh nilai rata – rata 84,23%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju.

Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden sangat menyetujui jikalau mereka merasa perlu untuk mengikuti perkembangan teknologi terbaru yang ada di iPhone

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator ketakutan dan kekhawatiran. Pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “Saya merasa perlu untuk mencoba fitur – fitur unik yang ada di dalam iPhone keluaran terbaru” dengan persentase sebesar 84,94%.

## B. Perasaan Jengkel

1. Saya merasa tidak nyaman ketika melewatkan kesempatan untuk memiliki iPhone keluaran terbaru.

Tabel 4. 32 Statistik Deskriptif X2.3

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X2.3	85	4	1	5	317	3.73	1.209
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.32 di atas menunjukkan item dari pernyataan X2.3, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 4, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.3 sebesar 1, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.3 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 317 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 3,73 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 1,209.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 3,73 > 1,209\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X2.3 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak

menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 33 Rekapitulasi Pernyataan X2.3

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	27	31,8	135
Setuju	4	28	32,9	112
Netral	3	16	18,8	48
Tidak Setuju	2	8	9,4	16
Sangat Tidak Setuju	1	6	7,1	6
Total		85	100	317

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

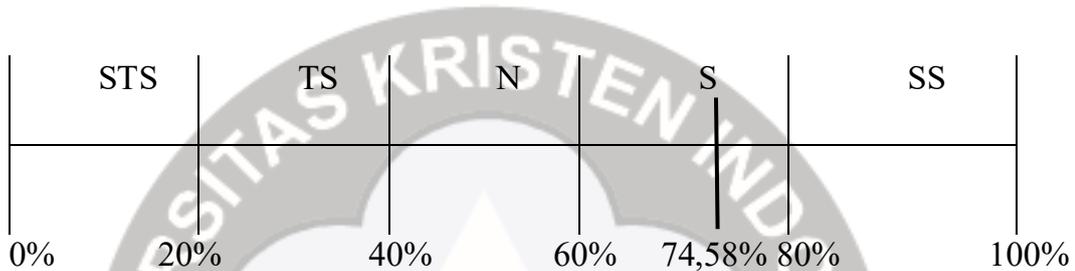
Melalui tabel 4.33 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya merasa tidak nyaman ketika melewatkan kesempatan untuk memiliki iPhone keluaran terbaru” terdapat 27 responden dengan persentase 31,8% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 28 responden dengan persentase 32,9% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, dan 16 responden dengan persentase 18,8% yang menjawab netral pada pernyataan tersebut, 8 responden dengan persentase 9,4% yang menjawab tidak setuju pada pernyataan tersebut, dan 6 responden dengan persentase 7,1% yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 317. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{317}{5 \times 85} \times 100\% = 74,58\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.15 :



Gambar 4. 15 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X2.3

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.15 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya merasa tidak nyaman ketika melewatkan kesempatan untuk memiliki iPhone keluaran terbaru” memperoleh nilai rata – rata 74,58%, dimana persentase ini berada pada segmen setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau mereka merasa tidak nyaman ketika melewatkan kesempatan untuk memiliki iPhone keluaran terbaru.

2. Saya merasa tidak nyaman ketika iPhone yang saya miliki tidak mempunyai fitur seperti iPhone milik teman atau keluarga saya. (Contoh : iPhone milik saya tidak mempunyai fitur *dynamic island* seperti milik teman atau keluarga saya).

Tabel 4. 34 Statistik Deskriptif X2.4

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X2.4	85	4	1	5	326	3.84	1.111
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.34 di atas menunjukkan item dari pernyataan X2.4, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 4, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.4 sebesar 1, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.4 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 326 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 3,84 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 1,111.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 3,84 > 1,111\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X2.4 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 35 Rekapitulasi Pernyataan X2.4

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	27	31,8	135
Setuju	4	32	37,6	128
Netral	3	15	17,6	45
Tidak Setuju	2	7	8,2	14
Sangat Tidak Setuju	1	4	4,7	4
Total		85	100	326

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

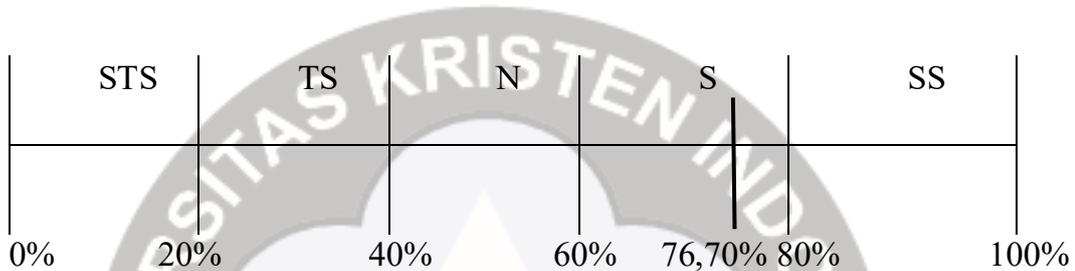
Melalui tabel 4.35 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya merasa tidak nyaman ketika iPhone yang saya miliki tidak mempunyai fitur seperti iPhone milik teman atau keluarga saya. (Contoh : iPhone milik saya tidak mempunyai fitur *dynamic island* seperti milik teman atau keluarga saya)” terdapat 27 responden dengan persentase 31,8% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 32 responden dengan persentase 37,6% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 15 responden dengan persentase 17,6% yang menjawab netral, 7 responden dengan persentase 8,2% yang menjawab tidak setuju, dan 4 responden dengan persentase 4,7% yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 326. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{326}{5 \times 85} \times 100\% = 76,70\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.16 :



Gambar 4. 16 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X2.4

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.16 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya merasa tidak nyaman ketika iPhone yang saya miliki tidak mempunyai fitur seperti iPhone milik teman atau keluarga saya. (Contoh : iPhone milik saya tidak mempunyai fitur *dynamic island* seperti milik teman atau keluarga saya)” memperoleh nilai rata – rata 76,70%, dimana persentase ini berada pada segmen setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau mereka merasa tidak nyaman ketika iPhone yang mereka miliki tidak mempunyai fitur seperti iPhone milik teman atau keluarga. (Contoh : iPhone milik responden tidak mempunyai fitur *dynamic island* seperti milik teman atau keluarga lain).

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator perasaan jengkel. Pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “Saya merasa tidak nyaman ketika iPhone yang saya miliki tidak mempunyai fitur seperti iPhone milik teman atau keluarga saya. (Contoh : iPhone

milik saya tidak mempunyai fitur dynamic island seperti milik teman atau keluarga saya)” dengan persentase sebesar 76,70%.

### C. Perasaan Kekurangan.

1. Saya merasa ada yang kurang jika belum mencoba sesuatu yang sedang menjadi trend saat ini (iOS 18 pada iPhone). Hal ini membuat saya merasa tidak mengikuti perkembangan dan kehilangan kesempatan untuk merasakan pengalaman baru yang mungkin menarik dan bermanfaat.

Tabel 4. 36 Statistik Deskriptif X2.5

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X2.5	85	4	1	5	317	3.73	1.106
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.36 di atas menunjukkan item dari pernyataan X2.5, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 4, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.5 sebesar 1, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.5 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 317 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 3,73 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 1,106.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 3,73 > 1,106\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X2.5 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 37 Rekapitulasi Pernyataan X2.5

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase Responden (%)</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5	25	29,4	125
Setuju	4	26	30,6	104
Netral	3	24	28,2	72
Tidak Setuju	2	6	7,1	12
Sangat Tidak Setuju	1	4	4,7	4
Total		85	100	317

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

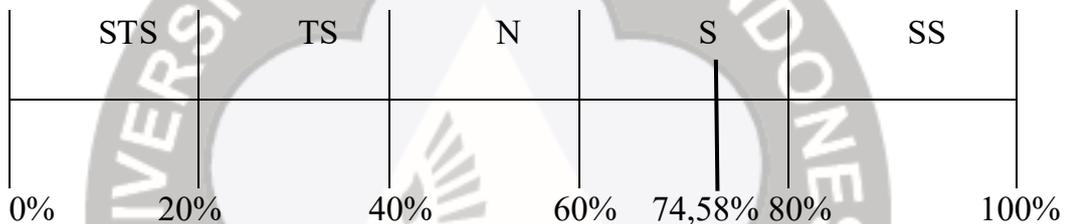
Melalui tabel 4.37 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya merasa ada yang kurang jika belum mencoba sesuatu yang sedang menjadi trend saat ini (iOS 18 pada iPhone). Hal ini membuat saya merasa tidak mengikuti perkembangan dan kehilangan kesempatan untuk merasakan pengalaman baru yang mungkin menarik dan bermanfaat.” terdapat 25 responden dengan persentase 29,4% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 26 responden dengan persentase 30,6% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 24 responden dengan persentase 28,2% yang menjawab netral, 6 responden dengan persentase 7,1% yang menjawab tidak seetuju, dan 4 responden dengan persentase 4,7% yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 317. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{317}{5 \times 85} \times 100\% = 74,58\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.17 :



Gambar 4. 17 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X2.5

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.17 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya merasa ada yang kurang jika belum mencoba sesuatu yang sedang menjadi trend saat ini (iOS 18 pada iPhone). Hal ini membuat saya merasa tidak mengikuti perkembangan dan kehilangan kesempatan untuk merasakan pengalaman baru yang mungkin menarik dan bermanfaat.” memperoleh nilai rata – rata 74,58%, dimana persentase ini berada pada segmen setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau mereka merasa ada yang kurang jika belum mencoba sesuatu yang sedang menjadi trend saat ini (iOS 18 pada iPhone). Hal ini membuat mereka merasa tidak mengikuti perkembangan dan kehilangan kesempatan untuk merasakan pengalaman baru yang mungkin menarik dan bermanfaat.

2. Saya merasa kurang apabila belum memakai iPhone yang sama dengan teman ataupun keluarga saya. karena fitur – fitur yang dimiliki iPhone, tidak dimiliki oleh *smartphone* milik pesaing. (Contoh : fitur *FindMy* yakni fitur untuk melihat lokasi terkini dari teman maupun keluarga yang juga memiliki iPhone. Fitur ini hanya ada pada Apple iPhone).

Tabel 4. 38 Statistik Deskriptif X2.6

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X2.6	85	4	1	5	316	3.72	1.053
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.38 di atas menunjukkan item dari pernyataan X2.6, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 4, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.6 sebesar 1, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.6 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 316 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 3,72 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 1,053.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 3,72 > 1,053\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X2.6 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 39 Rekapitulasi Pernyataan X2.6

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	19	22,4	95
Setuju	4	37	43,5	148
Netral	3	20	23,5	60
Tidak Setuju	2	4	4,7	8
Sangat Tidak Setuju	1	5	5,9	5
Total		85	100	316

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

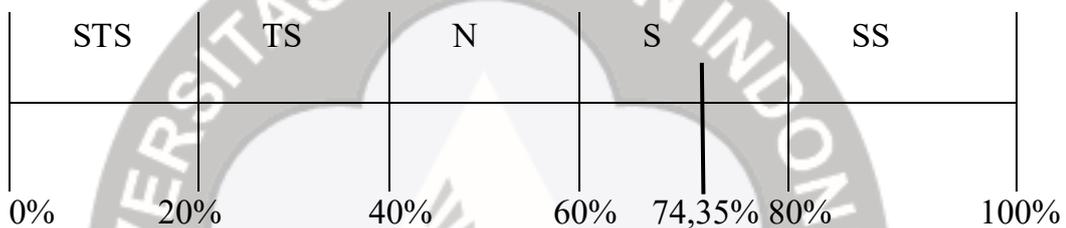
Melalui tabel 4.39 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya merasa kurang apabila belum memakai iPhone yang sama dengan teman ataupun keluarga saya. karena fitur – fitur yang dimiliki iPhone, tidak dimiliki oleh *smartphone* milik pesaing. (Contoh : fitur *FindMy* yakni fitur untuk melihat lokasi terkini dari teman maupun keluarga yang juga memiliki iPhone. Fitur ini hanya ada pada Apple iPhone).” terdapat 19 responden dengan persentase 22,4% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 37 responden dengan persentase 43,5% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 20 responden dengan persentase 23,5% yang menjawab netral, 4 responden dengan persentase 4,7% yang menjawab tidak setuju, dan 5 responden dengan persentase 5,9% yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 316. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{316}{5 \times 85} \times 100\% = 74,35\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.18 :



Gambar 4. 18 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X2.6

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.18 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya merasa kurang apabila belum memakai iPhone yang sama dengan teman ataupun keluarga saya. karena fitur – fitur yang dimiliki iPhone, tidak dimiliki oleh *smartphone* milik pesaing. (Contoh : fitur *FindMy* yakni fitur untuk melihat lokasi terkini dari teman maupun keluarga yang juga memiliki iPhone. Fitur ini hanya ada pada Apple iPhone)” memperoleh nilai rata – rata 74,35%, dimana persentase ini berada pada segmen setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau mereka merasa kurang apabila belum memakai iPhone yang sama dengan teman ataupun keluarga saya. karena fitur – fitur yang dimiliki iPhone, tidak dimiliki oleh *smartphone* milik pesaing. (Contoh : fitur *FindMy* yakni fitur untuk melihat lokasi terkini dari teman maupun keluarga yang juga memiliki iPhone. Fitur ini hanya ada pada Apple iPhone).

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator perasaan kekurangan. Pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “Saya merasa ada yang kurang jika belum mencoba sesuatu yang sedang menjadi trend saat ini (iOS 18 pada iPhone). Hal ini membuat saya merasa tidak mengikuti perkembangan dan kehilangan kesempatan untuk merasakan pengalaman baru yang mungkin menarik dan bermanfaat” dengan persentase sebesar 74,58%.

#### D. Harga Diri

1. Saya merasa lebih senang dan percaya diri ketika menerima pujian atau apresiasi dari orang lain, karena hal itu membuat saya merasa dihargai dan diakui atas usaha dan pencapaian saya. (Contoh : ketika saya memiliki iPhone keluaran terbaru sebagai *self reward* atas hasil kerja keras saya).

Tabel 4. 40 Statistik Deskriptif X2.7

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X2.7	85	4	1	5	336	3.95	.975
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.40 di atas menunjukkan item dari pernyataan X2.7, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 4, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.7 sebesar 1, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.7 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 336 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 3,95 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,975.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi (*Mean* 3,95 > 0,975 *Std.Deviation*) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X2.7 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 41 Rekapitulasi Pernyataan X2.7

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase Responden (%)</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5	27	31,8	135
Setuju	4	35	41,2	140
Netral	3	18	21,2	54
Tidak Setuju	2	2	2,4	4
Sangat Tidak Setuju	1	3	3,5	3
Total		85	100	336

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Melalui tabel 4.41 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya merasa lebih senang dan percaya diri ketika menerima pujian atau apresiasi dari orang lain, karena hal itu membuat saya merasa dihargai dan diakui atas usaha dan pencapaian saya. (Contoh : ketika saya memiliki iPhone keluaran terbaru sebagai *self reward* atas hasil kerja keras saya)” terdapat 27 responden dengan persentase 31,8% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 35 responden dengan persentase 41,2% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 18 responden dengan persentase 21,2% yang menjawab netral, 2 responden dengan persentase

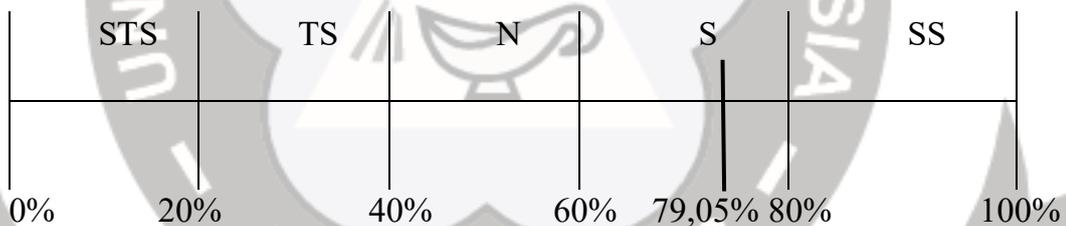
2,4% yang menjawab tidak setuju, dan 3 responden dengan persentase 3,5% yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 336. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{336}{5 \times 85} \times 100\% = 79,05\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.19 :



Gambar 4. 19 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X2.7

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.19 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya merasa lebih senang dan percaya diri ketika menerima pujian atau apresiasi dari orang lain, karena hal itu membuat saya merasa dihargai dan diakui atas usaha dan pencapaian saya. (Contoh : ketika saya memiliki iPhone keluaran terbaru sebagai *self reward* atas hasil kerja keras saya)” memperoleh nilai rata – rata 79,05%, dimana persentase ini berada pada segmen setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau mereka merasa lebih senang dan percaya diri ketika menerima pujian atau

apresiasi dari orang lain, karena hal itu membuat saya merasa dihargai dan diakui atas usaha dan pencapaian saya. (Contoh : ketika saya memiliki iPhone keluaran terbaru sebagai *self reward* atas hasil kerja keras saya).

2. Jika mendapat kesempatan, saya ingin memiliki iPhone terbaru. Karena dengan itu saya merasa lebih percaya diri dalam melaksanakan aktivitas sehari – hari.

Tabel 4. 42 Statistik Deskriptif X2.8

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X2.8	85	4	1	5	344	4.05	1.022
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.42 di atas menunjukkan item dari pernyataan X2.8, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 4, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.8 sebesar 1, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan X2.8 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 344 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,05 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 1,022.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,05 > 1,022\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan X2.8 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tentang tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 43 Rekapitulasi Pernyataan X2.8

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	33	38,8	165
Setuju	4	33	38,8	132
Netral	3	12	14,1	36
Tidak Setuju	2	4	4,7	8
Sangat Tidak Setuju	1	3	3,5	3
Total		85	100	344

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

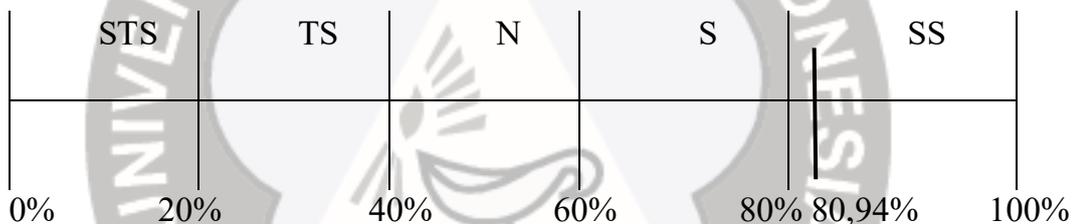
Melalui tabel 4.43 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Jika mendapat kesempatan, saya ingin memiliki iPhone terbaru. Karena dengan itu saya merasa lebih percaya diri dalam melaksanakan aktivitas sehari – hari” terdapat 33 responden dengan persentase 38,8% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 33 responden dengan persentase 38,8% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 12 responden dengan persentase 14,1% yang menjawab netral, 4 responden dengan persentase 4,7% yang menjawab tidak setuju, dan 3 responden dengan persentase 3,5% yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 344. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{344}{5 \times 85} \times 100\% = 80,94 \%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.20 :



Gambar 4. 20 Visualisasi hasil tingkat persetujuan X2.8

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.20 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Jika mendapat kesempatan, saya ingin memiliki iPhone terbaru. Karena dengan itu saya merasa lebih percaya diri dalam melaksanakan aktivitas sehari – hari” memperoleh nilai rata – rata 80,94%, dimana persentase ini berada pada segmen setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau Jika mendapat kesempatan, saya ingin memiliki iPhone terbaru. Karena dengan itu saya merasa lebih percaya diri dalam melaksanakan aktivitas sehari – hari.

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator harga diri. Pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada

pernyataan “Jika mendapat kesempatan, saya ingin memiliki iPhone terbaru. Karena dengan itu saya merasa lebih percaya diri dalam melaksanakan aktivitas sehari – hari” dengan persentase sebesar 80,94 %.

Tabel 4. 44 Rekapitulasi Keseluruhan Variabel X2 Fear Of Missing Out

No.	Pernyataan	Skor					Skor	Range	Mean	Std. Deviasi
		1	2	3	4	5				
1.	X2.1	0	1	13	35	36	361	3	4,25	0,754
2.	X2.2	0	1	17	30	37	358	3	4,21	0,803
3.	X2.3	6	8	16	28	27	317	4	3,73	1,209
4.	X2.4	4	7	15	32	27	326	4	3,84	1,111
5.	X2.5	4	6	24	26	25	317	4	3,73	1,106
6.	X2.6	5	4	20	37	19	316	4	3,72	1,053
7.	X2.7	3	2	18	35	27	336	4	3,95	0,975
8.	X2.8	3	4	12	33	33	344	4	4,05	1,022
N : 85										

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Pada tabel 4.45 dibawah ini, merupakan hasil rata – rata tanggapan responden dari setiap item pernyataan yang ada pada variabel FOMO (X2) :

Tabel 4. 45 Rata – Rata Tanggapan Responden Terhadap *Fear Of Missing Out* (X2)

No.	Item pernyataan	Mean Pernyataan X2	Rata – Rata Tingkat Persetujuan Responden (%)	
			Peritem Pernyataan	Perindikator
Ketakutan Dan Kekhawatiran				
1.	Saya merasa perlu untuk mencoba fitur – fitur unik yang ada di dalam iPhone keluaran terbaru.	4,25	84,94	84,58
2.	Saya merasa perlu untuk mengikuti perkembangan teknologi terbaru yang ada di iPhone.	4,21	84,23	
Perasaan Jengkel				
3.	Saya merasa tidak nyaman ketika melewatkan kesempatan untuk memiliki iPhone keluaran terbaru.	3,73	74,58	75,64
4.	Saya merasa tidak nyaman ketika iPhone yang saya miliki tidak mempunyai fitur seperti iPhone milik teman atau keluarga saya. (Contoh : iPhone milik saya tidak mempunyai fitur <i>dynamic island</i> seperti milik teman atau keluarga saya).	3,84	76,70	
Perasaan Kekurangan				
5.	Saya merasa ada yang kurang jika belum mencoba sesuatu yang sedang menjadi trend saat ini (iOS 18 pada iPhone). Hal ini membuat saya merasa tidak mengikuti perkembangan dan kehilangan kesempatan untuk merasakan pengalaman baru yang mungkin menarik dan bermanfaat.	3,73	74,58	74,46

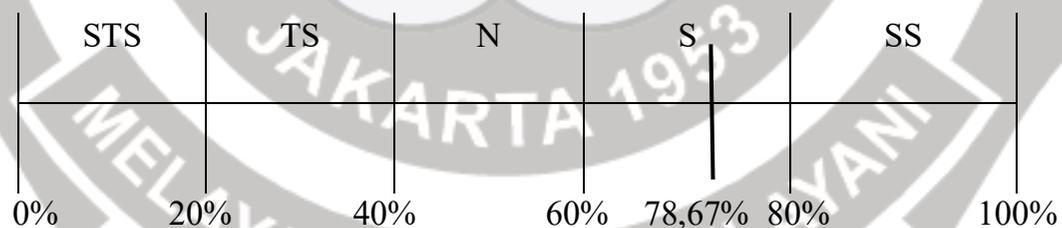
No.	Item pernyataan	Mean Pernyataan X2	Rata – Rata Tingkat Persetujuan Responden (%)	
			Peritem Pernyataan	Perindikator
6.	Saya merasa kurang apabila belum memakai iPhone yang sama dengan teman ataupun keluarga saya. karena fitur – fitur yang dimiliki iPhone, tidak dimiliki oleh <i>smartphone</i> milik pesaing. (Contoh : fitur <i>FindMy</i> yakni fitur untuk melihat lokasi terkini dari teman maupun keluarga yang juga memiliki iPhone. Fitur ini hanya ada pada Apple iPhone).	3,72	74,35	
Harga Diri				
7.	Saya merasa lebih senang dan percaya diri ketika menerima pujian atau apresiasi dari orang lain, karena hal itu membuat saya merasa dihargai dan diakui atas usaha dan pencapaian saya. (Contoh : ketika saya memiliki iPhone keluaran terbaru sebagai <i>self reward</i> atas hasil kerja keras saya)	3,95	79,05	79,99
8.	Jika mendapat kesempatan, saya ingin memiliki iPhone terbaru. Karena dengan itu saya merasa lebih percaya diri dalam melaksanakan aktivitas sehari – hari.	4,05	80,94	
Total rata – rata tanggapan responden terhadap <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)(X2)		3,93	78,67	78,67

Sumber : Diolah oleh penulis

Berdasarkan pada tabel 4.45, hasil dari rata – rata tanggapan responden mengenai variabel FOMO (X2) adalah sebesar 78,67%. Dimana dapat dilihat pada gambar 4.21 persentase 78,67% ini berada pada interval 60% - 80% dengan keterangan setuju. Sehingga dapat

dikatakan bahwa variabel FOMO (X2) pada Apple iPhone baik, dikarenakan rata – rata responden memiliki tanggapan setuju akan indikator; ketakutan dan kekhawatiran, perasaan jengkel, perasaan kekurangan, dan harga diri. yang ada pada variabel FOMO(X2).

Indikator dengan rata – rata tanggapan responden tertinggi adalah indikator; ketakutan dan kekhawatiran, dengan persentase rata – rata 84,58% dan menggunakan pernyataan “Saya merasa perlu untuk mencoba fitur – fitur unik yang ada di dalam iPhone keluaran terbaru” dengan persentase sebesar 84,94%. Sedangkan, indikator dengan rata – rata tanggapan responden yang paling rendah ada pada indikator perasaan kekurangan dengan jumlah persentase rata – rata 74,46% dan menggunakan pernyataan “Saya merasa kurang apabila belum memakai iPhone yang sama dengan teman ataupun keluarga saya. karena fitur – fitur yang dimiliki iPhone, tidak dimiliki oleh *smartphone* milik pesaing. (Contoh : fitur *FindMy* yakni fitur untuk melihat lokasi terkini dari teman maupun keluarga yang juga memiliki iPhone. Fitur ini hanya ada pada Apple iPhone).” dengan persentase 74,35%



Gambar 4. 21 Interval Rata – Rata Tanggapan Responden Terhadap *Fear Of Missing Out* (X2)

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

#### 4.2.2.3 Pendapat Responden Terhadap Perilaku Pembelian (Y)

Guna mengukur variabel perilaku pembelian, maka penulis menggunakan pendapat responden yang meliputi 4 indikator serta 10 pernyataan yang ada pada perilaku pembelian :

##### A. Perilaku Dalam Memilih Barang dan Jasa Sebelum Membeli.

1. Saya Cenderung Mencari Tahu Informasi Mengenai iPhone Yang Sedang Viral Saat Ini Melalui Konten Ulasan Pengguna.

Tabel 4. 46 Statistik Deskriptif Y1

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y1	85	3	2	5	360	4.24	.781
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.46 di atas menunjukkan item dari pernyataan Y1, dapat dilihat bahwa jumlah sampel (*n*) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y1 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y1 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 360 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,24 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,781.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi (*Mean* 4,24 > 0,781 *Std.Deviation*) sehingga penyebaran data dalam pernyataan Y1 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 47 Rekapitulasi Pernyataan Y1

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	37	43,5	185
Setuju	4	32	37,6	128
Netral	3	15	17,6	45
Tidak Setuju	2	1	1,2	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	360

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

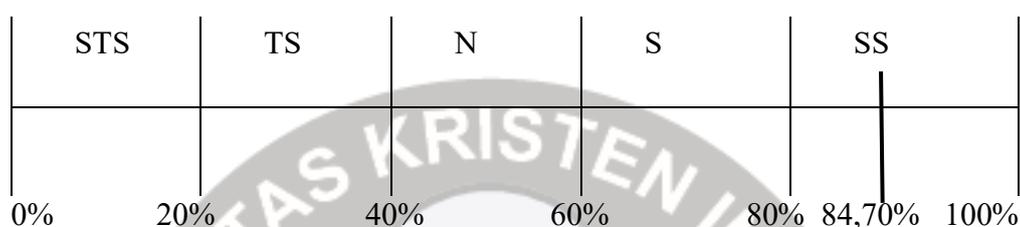
Melalui tabel 4.47 di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya Cenderung Mencari Tahu Informasi Mengenai iPhone Yang Sedang Viral Saat Ini Melalui Konten Ulasan Pengguna” terdapat 37 responden dengan persentase 43,5% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 32 responden dengan persentase 37,6% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 15 responden dengan persentase 17,6% yang menjawab netral, dan 1 responden dengan persentase 1,2% yang menjawab tidak setuju. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 360. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{360}{5 \times 85} \times 100\% = 84,70\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.22 :



Gambar 4. 22 Visualisasi hasil tingkat persetujuan Y1

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.22 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya Cenderung Mencari Tahu Informasi Mengenai iPhone Yang Sedang Viral Saat Ini Melalui Konten Ulasan Pengguna” memperoleh nilai rata – rata 84,70%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau mereka merasa cenderung mencari tahu informasi mengenai iPhone yang sedang viral saat ini melalui konten ulasan pengguna.

2. Sebelum membeli produk iPhone, saya akan membandingkan terlebih dahulu produk iPhone dengan produk pesaingnya.

Tabel 4. 48 Statistik Deskriptif Y2

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y2	85	3	2	5	371	4.36	.769
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.48 di atas menunjukkan item dari pernyataan Y2, dapat dilihat bahwa jumlah sampel (*n*) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y2 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y2 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 371 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,36 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,769.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,36 > 0,769\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan Y2 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 49 Rekapitulasi Pernyataan Y2

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase Responden (%)</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5	44	51,8	220
Setuju	4	30	35,3	120
Netral	3	9	10,6	27
Tidak Setuju	2	2	2,4	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	371

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

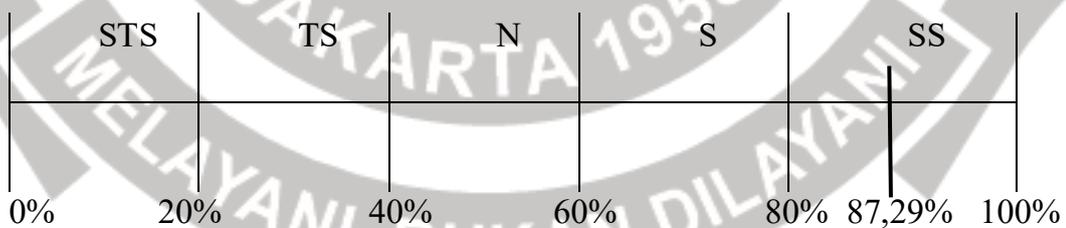
Melalui tabel 4.49 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Sebelum membeli produk iPhone, saya akan membandingkan terlebih dahulu produk iPhone dengan produk pesaingnya” terdapat 44 responden dengan persentase 51,8% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 30 responden dengan persentase 35,3% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 9 responden dengan persentase 10,6% yang menjawab netral, dan 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab tidak setuju. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 371. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{371}{5 \times 85} \times 100\% = 87,29\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.23 :



Gambar 4. 23 Visualisasi hasil tingkat persetujuan Y2

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.23 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Sebelum membeli produk iPhone, saya akan membandingkan terlebih dahulu produk iPhone dengan produk

pesaingnya” memperoleh nilai rata – rata 87,29%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau mereka merasa sebelum membeli produk iPhone, mereka akan membandingkan terlebih dahulu produk iPhone dengan produk pesaingnya.

3. Saya akan menonton dan membaca ulasan pengguna iPhone sebelum memutuskan untuk membelinya.

Tabel 4. 50 Statistik Deskriptif Y3

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y3	85	3	2	5	380	4.47	.628
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.50 di atas menunjukkan item dari pernyataan Y3, dapat dilihat bahwa jumlah sampel (*n*) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y3 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y3 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 380 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,47 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,628.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi (*Mean* 4,47 > 0,628 *Std.Deviation*) sehingga penyebaran data dalam pernyataan Y3 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 51 Rekapitulasi Pernyataan Y3

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	45	52,9	225
Setuju	4	36	42,4	144
Netral	3	3	3,5	9
Tidak Setuju	2	1	1,2	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	380

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

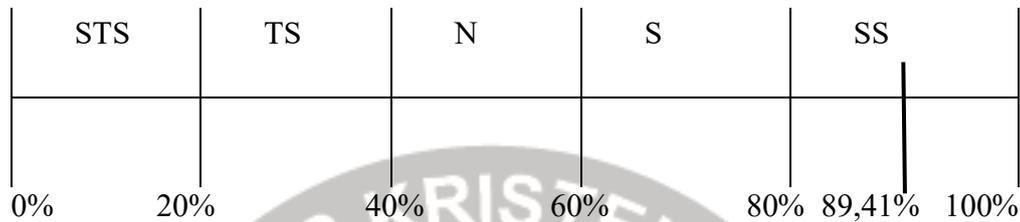
Melalui tabel 4.51 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya akan menonton dan membaca ulasan pengguna iPhone sebelum memutuskan untuk membelinya” terdapat 45 responden dengan persentase 52,9% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 36 responden dengan persentase 42,4% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 3 responden dengan persentase 3,5% yang menjawab netral, dan 1 responden dengan persentase 1,2% yang menjawab tidak setuju. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 380. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{380}{5 \times 85} \times 100\% = 89,41\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.24 :



Gambar 4. 24 Visualisasi hasil tingkat persetujuan Y3

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.24 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya akan menonton dan membaca ulasan pengguna iPhone sebelum memutuskan untuk membelinya” memperoleh nilai rata – rata 89,41%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau mereka merasa akan menonton dan membaca ulasan pengguna iPhone sebelum memutuskan untuk membelinya.

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator perilaku dalam memilih barang dan jasa sebelum membeli. Pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “Saya akan menonton dan membaca ulasan pengguna iPhone sebelum memutuskan untuk membelinya” dengan persentase sebesar 89,41%.

## B. Perilaku Dalam Membeli Barang Dan Jasa

1. Saya cenderung membeli iPhone sesuai dengan yang saya inginkan dan butuhkan.

Tabel 4. 52 Statistik Deskriptif Y4

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y4	85	3	2	5	386	4.54	.765
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.52 di atas menunjukkan item dari pernyataan Y4, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y4 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y4 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 386 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,54 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,765.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,54 > 0,765\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan Y4 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 53 Rekapitulasi Pernyataan Y4

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	58	68,2	290
Setuju	4	17	20	68
Netral	3	8	9,4	24
Tidak Setuju	2	2	2,4	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	386

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

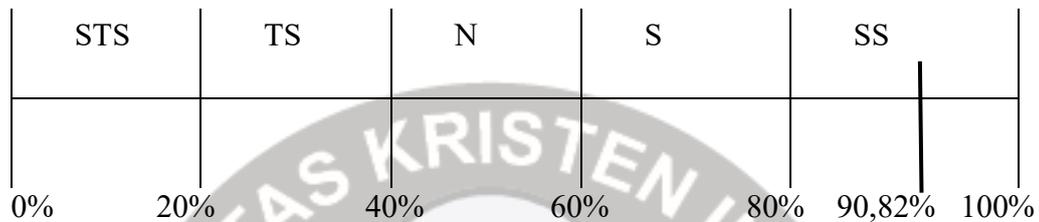
Melalui tabel 4.53 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya cenderung membeli iPhone sesuai dengan yang saya inginkan dan butuhkan” terdapat 58 responden dengan persentase 68,2% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 17 responden dengan persentase 20% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 8 responden dengan persentase 9,4% yang menjawab netral, dan 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab tidak setuju. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 386. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{386}{5 \times 85} \times 100\% = 90,82\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.25 :



Gambar 4. 25 Visualisasi hasil tingkat persetujuan Y4

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.25 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya cenderung membeli iPhone sesuai dengan yang saya inginkan dan butuhkan” memperoleh nilai rata – rata 90,82%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau mereka merasa cenderung membeli iPhone sesuai dengan yang mereka inginkan dan butuhkan.

2. Saya memilih membeli iPhone di gerai yang di rekomendasikan oleh teman, keluarga maupun orang lain.

Tabel 4. 54 Statistik Deskriptif Y5

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y5	85	4	1	5	360	4.24	.908
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.54 di atas menunjukkan item dari pernyataan Y5, dapat dilihat bahwa jumlah sampel (*n*) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 4, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y5 sebesar 1, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y5 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 360 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,24 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,908.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi (*Mean* 4,24 > 0,908 *Std.Deviation*) sehingga penyebaran data dalam pernyataan Y5 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 55 Rekapitulasi Pernyataan Y5

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase Responden (%)</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5	38	44,7	190
Setuju	4	36	42,4	144
Netral	3	6	7,1	18
Tidak Setuju	2	3	3,5	6
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,4	2
<b>Total</b>		<b>85</b>	<b>100</b>	<b>360</b>

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

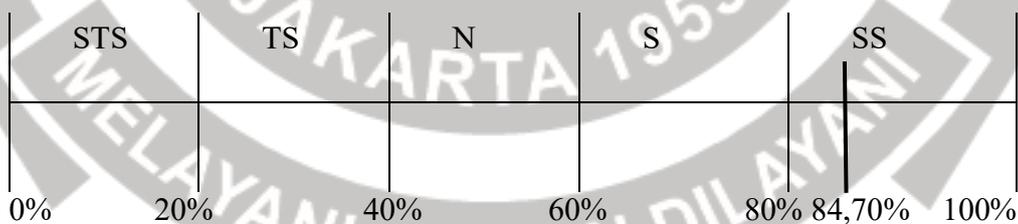
Melalui tabel 4.55 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya memilih membeli iPhone di gerai yang di rekomendasikan oleh teman, keluarga maupun orang lain” terdapat 38 responden dengan persentase 44,7% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 36 responden dengan persentase 42,4% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 6 responden dengan persentase 7,1% yang menjawab netral, 3 responden dengan persentase 3,5% yang menjawab tidak setuju, dan 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 360. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{360}{5 \times 85} \times 100\% = 84,70\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.26 :



Gambar 4. 26 Visualisasi hasil tingkat persetujuan Y5

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.26 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya memilih membeli iPhone di gerai yang di rekomendasikan oleh teman, keluarga maupun orang lain”

memperoleh nilai rata – rata 84,70%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau mereka merasa memilih membeli iPhone di gerai yang di rekomendasikan oleh teman, keluarga maupun orang lain.

3. Saya akan mencari tahu dan meminta rekomendasi tipe iPhone dari teman, keluarga maupun orang lain.

Tabel 4. 56 Statistik Deskriptif Y6

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y6	85	4	1	5	366	4.31	.831
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.56 di atas menunjukkan item dari pernyataan Y6, dapat dilihat bahwa jumlah sampel (*n*) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 4, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y6 sebesar 1, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y6 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 366 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,31 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,831.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi (*Mean* 4,31 > 0,831 *Std.Deviation*) sehingga penyebaran data dalam pernyataan Y6 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 57 Rekapitulasi Pernyataan Y6

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	39	45,9	195
Setuju	4	38	44,7	152
Netral	3	5	5,9	15
Tidak Setuju	2	1	1,2	2
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,4	2
Total		85	100	366

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

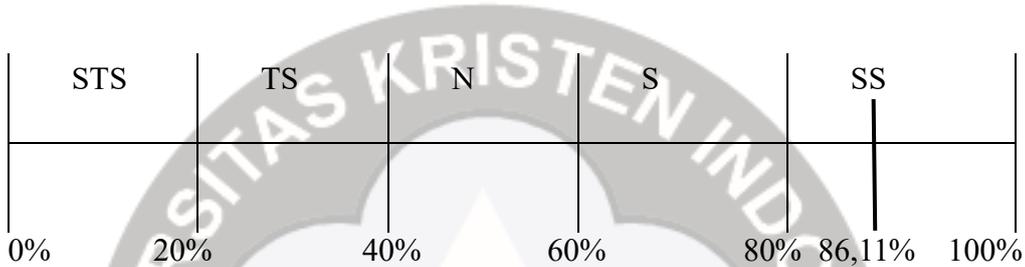
Melalui tabel 4.57 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya akan mencari tahu dan meminta rekomendasi tipe iPhone dari teman, keluarga maupun orang lain” terdapat 39 responden dengan persentase 45,9% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 38 responden dengan persentase 44,7% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 5 responden dengan persentase 5,9% yang menjawab netral, 1 responden dengan persentase 1,2% yang menjawab tidak setuju, dan 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 366. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{366}{5 \times 85} \times 100\% = 86,11\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.27 :



Gambar 4. 27 Visualisasi hasil tingkat persetujuan Y6

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.27 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya akan mencari tahu dan meminta rekomendasi tipe iPhone dari teman, keluarga maupun orang lain” memperoleh nilai rata – rata 86,11%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau responden merasa akan mencari tahu dan meminta rekomendasi tipe iPhone dari teman, keluarga maupun orang lain.

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator perilaku dalam membeli barang dan jasa. Pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “Saya cenderung membeli iPhone sesuai dengan yang saya inginkan dan butuhkan” dengan persentase sebesar 90,82%.

### C. Perilaku Dalam Menggunakan Barang Dan Jasa

1. Saya menggunakan iPhone karena iPhone merupakan produk yang terkenal dan menjadi trend di kalangan masyarakat.

Tabel 4. 58 Statistik Deskriptif Y7

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y7	85	4	1	5	343	4.04	1.074
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.58 di atas menunjukkan item dari pernyataan Y7, dapat dilihat bahwa jumlah sampel ( $n$ ) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 4, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y7 sebesar 1, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y7 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 343 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,04 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 1,074.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,04 > 1,074\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan Y7 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 59 Rekapitulasi Pernyataan Y7

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase Responden (%)</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5	36	42,4	180
Setuju	4	26	30,6	104
Netral	3	17	20	51
Tidak Setuju	2	2	2,4	4
Sangat Tidak Setuju	1	4	4,7	4
Total		85	100	343

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Melalui tabel 4.59 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya menggunakan iPhone karena iPhone merupakan produk yang terkenal dan menjadi trend di kalangan masyarakat” terdapat 36 responden dengan persentase 42,4% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 26 responden dengan persentase 30,6% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 17 responden dengan persentase 20% yang menjawab netral, 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab tidak setuju, dan 4 responden dengan persentase 4,7% yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut,

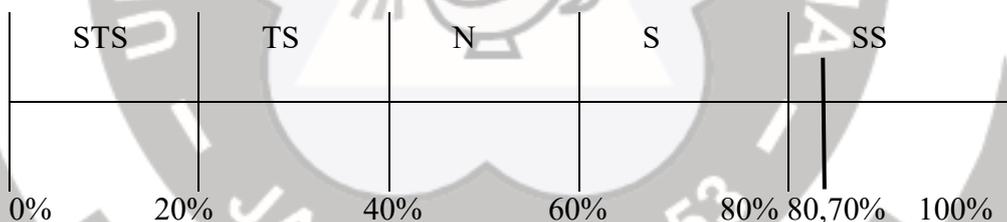
mendapatkan total skor sebesar 343. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{343}{5 \times 85} \times 100\% = 80,70\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.28 :



Gambar 4. 28 Visualisasi hasil tingkat persetujuan Y7

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.28 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya menggunakan iPhone karena iPhone merupakan produk yang terkenal dan menjadi trend di kalangan masyarakat” memperoleh nilai rata – rata 80,70%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau responden merasa menggunakan iPhone karena iPhone merupakan produk yang terkenal dan menjadi trend di kalangan masyarakat.

2. Saya menjadi lebih percaya diri ketika saya menggunakan iPhone, karena dapat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan – pekerjaan saya.

Tabel 4. 60 Statistik Deskriptif Y8

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y8	85	3	2	5	359	4.22	.807
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.60 di atas menunjukkan item dari pernyataan Y8, dapat dilihat bahwa jumlah sampel (*n*) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y8 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y8 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 359 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,22 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,807.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi ( $Mean\ 4,22 > 0,807\ Std.Deviation$ ) sehingga penyebaran data dalam pernyataan Y8 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 61 Rekapitulasi Pernyataan Y8

Jawaban Responden	Skor	Jumlah Responden	Persentase Responden (%)	Skor
Sangat Setuju	5	37	43,5	185
Setuju	4	32	37,6	128
Netral	3	14	16,5	42
Tidak Setuju	2	2	2,4	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	359

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Melalui tabel 4.61 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya menjadi lebih percaya diri ketika saya menggunakan iPhone, karena dapat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan – pekerjaan saya” terdapat 37 responden dengan persentase 43,5% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 32 responden dengan persentase 37,6% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 14 responden dengan persentase 16,5% yang menjawab netral, dan 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 359. Kemudian,

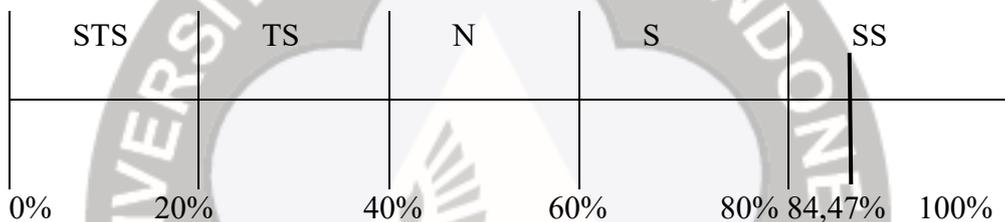
skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{359}{5 \times 85} \times 100\% = 84,47\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.29 :



Gambar 4. 29 Visualisasi hasil tingkat persetujuan Y8

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.29 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya menjadi lebih percaya diri ketika saya menggunakan iPhone, karena dapat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan – pekerjaan saya” memperoleh nilai rata – rata 84,47%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau responden merasa menjadi lebih percaya diri ketika saya menggunakan iPhone, karena dapat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan – pekerjaan responden.

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator perilaku dalam menggunakan barang dan jasa. Pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “Saya menjadi lebih percaya diri ketika

saya menggunakan iPhone, karena dapat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan – pekerjaan saya” dengan persentase sebesar 84,47%.

#### D. Perilaku Dalam Memanfaatkan Barang Dan Jasa

1. Menurut saya, iPhone tidak hanya menjadi alat komunikasi saja, namun juga menjadi simbol gaya hidup modern dan status sosial yang tinggi.

Tabel 4. 62 Statistik Deskriptif Y9

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y9	85	4	1	5	343	4.04	.957
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.62 di atas menunjukkan item dari pernyataan Y9, dapat dilihat bahwa jumlah sampel (*n*) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 4, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y9 sebesar 1, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y9 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 343 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,04 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,957.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi (*Mean* 4,04 > 0,957 *Std.Deviation*) sehingga penyebaran data dalam pernyataan Y9 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak

menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 63 Rekapitulasi Pernyataan Y9

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase Responden (%)</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5	31	36,5	155
Setuju	4	33	38,8	132
Netral	3	16	18,8	48
Tidak Setuju	2	3	3,5	6
Sangat Tidak Setuju	1	2	2,4	2
Total		85	100	343

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Melalui tabel 4.63 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Menurut saya, iPhone tidak hanya menjadi alat komunikasi saja, namun juga menjadi simbol gaya hidup modern dan status sosial yang tinggi” terdapat 31 responden dengan persentase 36,5% yang menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 33 responden

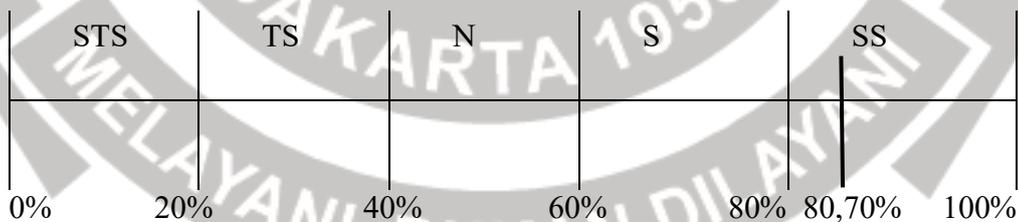
dengan persentase 38,8% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 16 responden dengan persentase 18,8% yang menjawab netral, 3 responden dengan persentase 3,5% yang menjawab tidak setuju, dan 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 343. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{343}{5 \times 85} \times 100\% = 80,70\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.30 :



Gambar 4. 30 Visualisasi Hasil Tingkat Persetujuan Y9

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.30 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Menurut saya, iPhone tidak hanya menjadi alat komunikasi saja, namun juga menjadi simbol gaya hidup

modern dan status sosial yang tinggi” memperoleh nilai rata – rata 80,70%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau responden merasa iPhone tidak hanya menjadi alat komunikasi saja, namun juga menjadi simbol gaya hidup modern dan status sosial yang tinggi.

2. Saya merasa iPhone dapat memberi saya peluang untuk menjadi lebih produktif dalam melakukan pekerjaan ataupun hobi.

Tabel 4. 64 Statistik Deskriptif Y10

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y10	85	3	2	5	362	4.26	.819
Valid N (listwise)	85						

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Pada tabel 4.64 di atas menunjukkan item dari pernyataan Y10, dapat dilihat bahwa jumlah sampel (*n*) dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden, rentang (*Range*) dari nilai terendah hingga nilai tertinggi adalah sebanyak 3, nilai terendah (*Minimum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y10 sebesar 2, nilai tertinggi (*Maximum*) berdasarkan jawaban responden pada pernyataan Y10 sebesar 5, skor (*Sum*) yang diperoleh sebesar 362 dengan nilai rata – rata (*Mean*) dari jawaban responden 4,26 dan nilai standar deviasi (*Std.Deviation*) sebesar 0,819.

Nilai rata – rata (*Mean*) dalam pernyataan ini memberikan nilai lebih tinggi daripada nilai standar deviasi (*Mean* 4,26 > 0,819 *Std.Deviation*) sehingga

penyebaran data dalam pernyataan Y10 dapat dikatakan relatif konsisten serta tidak menimbulkan bias pada data. Untuk melihat lebih mendalam tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 65 Rekapitulasi Pernyataan Y10

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Skor</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase Responden (%)</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5	40	47,1	200
Setuju	4	29	34,1	116
Netral	3	14	16,5	42
Tidak Setuju	2	2	2,4	4
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		85	100	362

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Melalui tabel 4.65 di atas, menunjukkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Berdasarkan pernyataan “Saya merasa iPhone dapat memberi saya peluang untuk menjadi lebih produktif dalam melakukan pekerjaan ataupun hobi.” terdapat 40 responden dengan persentase 47,1% yang

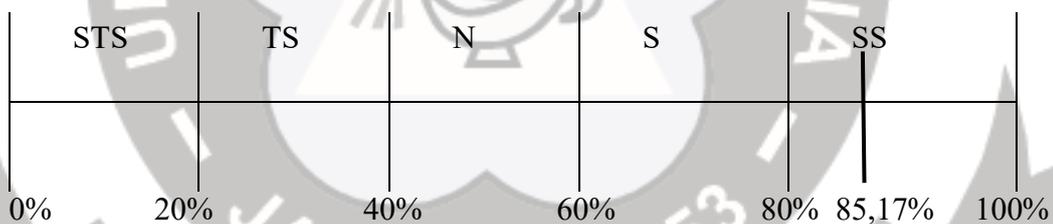
menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut, 29 responden dengan persentase 34,1% yang menjawab setuju dengan pernyataan tersebut, 14 responden dengan persentase 16,5% yang menjawab netral, dan 2 responden dengan persentase 2,4% yang menjawab tidak setuju pada pernyataan tersebut. Dengan data tersebut, mendapatkan total skor sebesar 362. Kemudian, skor akan dihitung guna mendapatkan hasil rata – rata yang dimasukkan kedalam tingkat persetujuan dibawah ini :

Tingkat Persetujuan :

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk seluruh item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{362}{5 \times 85} \times 100\% = 85,17\%$$

Visualisasi dari hasil tingkat persetujuan dapat dilihat dari gambar 4.31 :



Gambar 4. 31 Visualisasi Hasil Tingkat Persetujuan Y10

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan dari hasil tingkat persetujuan yang dapat dilihat pada gambar 4.31 di atas, tanggapan responden mengenai pernyataan “Saya merasa iPhone dapat memberi saya peluang untuk menjadi lebih produktif dalam melakukan pekerjaan ataupun hobi” memperoleh nilai rata – rata 85,17%, dimana persentase ini berada pada segmen sangat setuju. Sehingga, hal ini mengartikan bahwa responden menyetujui jikalau responden merasa iPhone dapat memberi responden peluang untuk menjadi lebih produktif dalam melakukan pekerjaan ataupun hobi.

Dari hasil yang diperoleh berdasarkan pendapat responden melalui pernyataan pada indikator perilaku dalam memanfaatkan barang dan jasa. Pendapat yang memiliki nilai tertinggi ada pada pernyataan “Saya merasa iPhone dapat memberi saya peluang untuk menjadi lebih produktif dalam melakukan pekerjaan ataupun hobi” dengan persentase sebesar 85,17%

Tabel 4. 66 Rekapitulasi Keseluruhan Variabel Y Perilaku Pembelian

No.	Pernyataan	Skor					Skor	Range	Mean	Std. Deviasi
		1	2	3	4	5				
1.	Y1	0	1	15	32	37	360	3	4,24	0,781
2.	Y2	0	2	9	30	44	371	3	4,36	0,769
3.	Y3	0	1	3	36	45	380	3	4,47	0,628
4.	Y4	0	2	8	17	58	386	3	4,54	0,765
5.	Y5	2	3	6	36	38	360	4	4,24	0,908
6.	Y6	2	1	5	38	39	366	4	4,31	0,831
7.	Y7	4	2	17	26	36	343	4	4,04	1,074
8.	Y8	0	2	14	32	37	359	3	4,22	0,807
9.	Y9	2	3	16	33	31	343	4	4,04	0,957
10.	Y10	0	2	14	29	40	362	3	4,26	0,819

N : 85

Sumber : Diolah oleh penulis , 2025

Pada tabel 4.67 dibawah ini, merupakan hasil rata – rata tanggapan responden dari setiap item pernyataan yang ada pada variabel Perilaku Pembelian (Y) :



Tabel 4. 67 Rata – Rata Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pembelian (Y)

No.	Item Pernyataan	Mean Pernyataan Y	Rata – Rata Tingkat Persetujuan Responden (%)	
			Peritem	Perindikator
Perilaku Dalam Memilih Barang Dan Jasa Sebelum Membeli				
1.	Saya cenderung mencari tahu informasi mengenai iPhone yang sedang viral saat ini melalui konten ulasan pengguna.	4,24	84,70	87,13
2.	Sebelum membeli produk iPhone, saya akan membandingkan terlebih dahulu produk iPhone dengan produk pesaingnya.	4.36	87,29	
3.	Saya akan menonton dan membaca ulasan pengguna iPhone sebelum memutuskan untuk membelinya.	4.47	89,41	
Perilaku Dalam Membeli Barang Dan Jasa				
4.	Saya cenderung membeli iPhone sesuai dengan yang saya inginkan dan butuhkan.	4,54	90,82	87,21
5.	Saya memilih membeli iPhone di gerai yang di rekomendasikan oleh teman, keluarga maupun orang lain.	4,24	84,70	
6.	Saya akan mencari tahu dan meminta rekomendasi tipe iPhone dari teman, keluarga maupun orang lain.	4,31	86,11	

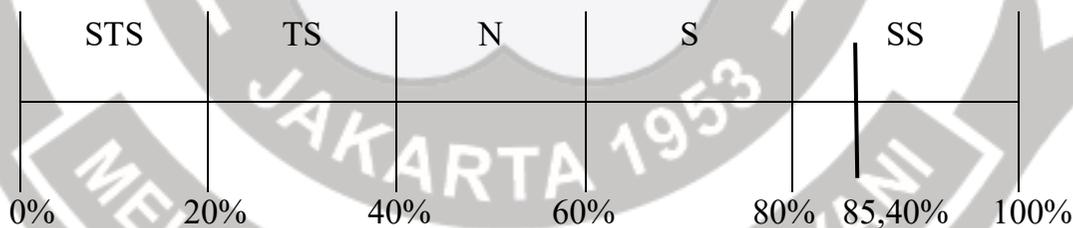
No.	Item Pernyataan	Mean Pernyataan Y	Rata – Rata Tingkat Persetujuan Responden (%)	
			Peritem	Perindikator
Perilaku Dalam Menggunakan Barang Dan Jasa				
7.	Saya menggunakan iPhone karena iPhone merupakan produk yang terkenal dan menjadi trend di kalangan masyarakat.	4,04	80,70	82,58
8.	Saya menjadi lebih percaya diri ketika saya menggunakan iPhone, karena dapat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan – pekerjaan saya.	4,22	84,47	
Perilaku Dalam Memanfaatkan Barang Dan Jasa				
9.	Menurut saya, iPhone tidak hanya menjadi alat komunikasi saja, namun juga menjadi simbol gaya hidup modern dan status sosial yang tinggi.	4,04	80,70	82,93
10.	Saya merasa iPhone dapat memberi saya peluang untuk menjadi lebih produktif dalam melakukan pekerjaan ataupun hobi.	4,26	85,17	
Total rata – rata tanggapan responden terhadap Perilaku Pembelian (Y)		4,27	85,40	85,40

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.67, hasil dari rata – rata tanggapan responden mengenai variabel Perilaku Pembelian (Y) adalah sebesar 85,40%. Dimana dapat dilihat pada gambar 4.32 persentase 85,40% ini berada pada interval 80% - 100% dengan keterangan sangat setuju.

Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Perilaku Pembelian (Y) pada Apple iPhone sangat baik, dikarenakan rata – rata responden memiliki tanggapan setuju akan indikator; perilaku dalam memilih barang dan jasa sebelum membeli, perilaku dalam membeli barang dan jasa, perilaku dalam menggunakan barang dan jasa, dan perilaku dalam memanfaatkan barang dan jasa. yang ada pada variabel Perilaku Pembelian (Y).

Indikator dengan rata – rata tanggapan responden tertinggi adalah indikator; perilaku dalam membeli barang dan jasa, dengan persentase rata – rata 87,21% dan menggunakan pernyataan “Saya cenderung membeli iPhone sesuai dengan yang saya inginkan dan butuhkan” dengan persentase sebesar 90,82%. Sedangkan, indikator dengan rata – rata tanggapan responden yang paling rendah ada pada indikator; perilaku dalam menggunakan barang dan jasa, dengan jumlah persentase rata – rata 82,58% dan menggunakan pernyataan “Saya menggunakan iPhone karena iPhone merupakan produk yang terkenal dan menjadi trend di kalangan masyarakat” dengan persentase 80,70%.



Gambar 4. 32 Interval Rata – Rata Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pembelian (Y)

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

### 4.2.3 Hasil Uji Korelasi *Rank Spearman* Antara *User Generated Content* (X1) Dengan Perilaku Pembelian (Y)

Guna menganalisis hubungan antara UGC(X1) dengan Perilaku Pembelian (Y) pada produk Apple iPhone di Jakarta Selatan, penulis melakukan pengujian dengan menggunakan formula *rank spearman* pada *software* SPSS versi 29. Hasil dari pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.68 Berikut ini :

Tabel 4. 68 Pengujian *Rank Spearman* *User Generated Content* (X1)

			USER GENERATED CONTENT (X1)	FEAR OF MISSING OUT (X2)	PERILAKU PEMBELIAN (Y)
Spearman's rho	USER GENERATED CONTENT (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.423**	.529**
		Sig. (2-tailed)	.	<,001	<,001
		N	85	85	85
	FEAR OF MISSING OUT (X2)	Correlation Coefficient	.423**	1.000	.728**
		Sig. (2-tailed)	<,001	.	<,001
		N	85	85	85
	PERILAKU PEMBELIAN (Y)	Correlation Coefficient	.529**	.728**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	.
		N	85	85	85

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Dari tabel 4.68 di atas, dapat dilihat bahwa hasil dari pengujian nilai koefisien korelasi *rank spearman* pada variabel *User Generated Content* (X) terhadap Perilaku Pembelian (Y) sebesar 0,529. Dimana jika disertakan kedalam tabel kriteria penilaian *Rank Spearman* yang dapat dilihat pada tabel 4.66, akan memberikan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 69 Interpretasi Hasil Pengujian Korelasi *Rank Spearman User Generated Content (X1)* dengan Perilaku Pembelian (Y)

Interval Koefisien	Ukuran Hubungan	Hasil Korelasi
0,80 – 1,000	Sangat Kuat	
0,60 – 0,799	Kuat	
0,40 – 0,599	Sedang	0,529
0,20 – 0,399	Rendah	
0,00 – 0,199	Sangat Rendah	

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.69, hasil perhitungan melalui SPSS menunjukkan bahwa variabel UGC(X1) memiliki arah hubungan yang positif dan nilai signifikansi  $0.01 < 0.05$  maka terdapat hubungan yang signifikan. Nilai koefisien korelasi yang dihasilkan oleh variabel UGC(X1) adalah sebesar 0,529 dimana nilai ini berada pada interval 0,40 – 0,599 yang berarti bahwa terdapat hubungan yang sedang atau cukup.

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan *User Generated Content(UGC)(X1)* dengan perilaku pembelian (Y) berada pada hubungan yang cukup kuat.

#### 4.2.4 Hasil Uji Korelasi *Rank Spearman* Antara *Fear Of Missing Out (X2)* Dengan Perilaku Pembelian (Y)

Guna menganalisis hubungan antara FOMO(X2) dengan Perilaku Pembelian (Y) pada produk Apple iPhone di Jakarta Selatan, penulis melakukan pengujian dengan menggunakan formula *Rank Spearman* pada *software* SPSS versi 29. Hasil dari pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.11 Berikut ini :

Tabel 4. 70 Hasil Pengujian Korelasi *Rank Spearman Fear Of Missing Out (X2)*

			USER GENERATED CONTENT (X1)	FEAR OF MISSING OUT (X2)	PERILAKU PEMBELIAN (Y)
Spearman's rho	USER GENERATED CONTENT (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.423**	.529**
		Sig. (2-tailed)		<,001	<,001
		N	85	85	85
	FEAR OF MISSING OUT (X2)	Correlation Coefficient	.423**	1.000	.728**
		Sig. (2-tailed)	<,001		<,001
		N	85	85	85
	PERILAKU PEMBELIAN (Y)	Correlation Coefficient	.529**	.728**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	
		N	85	85	85

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Dari tabel 4.70 di atas dapat dilihat bahwa hasil dari pengujian nilai koefisien korelasi *Rank Spearman* pada variabel *Fear Of Missing Out (X2)* terhadap Perilaku Pembelian (Y) sebesar 0,728. Dimana jika disertakan kedalam tabel kriteria penilaian *Rank Spearman* yang dapat dilihat pada tabel 4.68, akan memberikan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 71 Interpretasi Hasil Pengujian Korelasi *Rank Spearman Fear Of Missing Out (X2)* dengan Perilaku Pembelian (Y)

Interval Koefisien	Ukuran Hubungan	Hasil Korelasi
0,80 – 1,000	Sangat Kuat	
0,60 – 0,799	Kuat	0,728
0,40 – 0,599	Sedang	
0,20 – 0,399	Rendah	
0,00 – 0,199	Sangat Rendah	

Sumber : Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.71, hasil perhitungan melalui SPSS menunjukkan bahwa variabel *Fear Of Missing Out* (X2) memiliki arah hubungan yang positif dan nilai signifikansi  $0.01 < 0.05$  maka terdapat hubungan yang signifikan. Nilai koefisien korelasi yang dihasilkan oleh variabel FOMO(X2) adalah sebesar 0,728 dimana nilai ini berada pada interval 0,60 – 0,799 yang berarti bahwa terdapat hubungan yang kuat.

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan *Fear Of Missing Out* (X2) dengan perilaku pembelian (Y) memiliki hubungan yang kuat.

#### 4.2.5 Uji Hipotesis

##### 4.2.5.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk menguji hipotesis dalam suatu penelitian mengenai pengaruh atau hubungan dari masing – masing variabel independen atau variabel bebas secara parsial terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

Hasil dari pengujian hipotesis parsial (uji t) dengan menggunakan *software* SPSS versi 29 guna mengetahui korelasi secara parsial dari masing – masing variabel independen atau variabel bebas secara parsial terhadap variabel dependen atau variabel terikat dapat dilihat pada tabel 4.72 berikut ini :

Tabel 4. 72 Hasil Uji t *User Generated Content* (X1), *Fear Of Missing Out* (X2) Terhadap Perilaku Pembelian (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3901.693	2500.307		1.560	.122
	TOTAL X1 (UGC)	.557	.097	.398	5.765	<.001
	TOTAL X2 (FOMO)	.610	.073	.576	8.339	<.001

a. Dependent Variable: TOTAL Y (PERILAKU PEMBELIAN)

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis parsial (uji t) yang dapat dilihat pada tabel 4.72 di atas, menunjukkan bahwa :

1. *User Generated Content* (UGC)(X1)

Berikut merupakan kriteria daripada uji parsial atau uji t :

- a. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.

$H_0$  : Tidak terdapat korelasi antara variabel UGC secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian

- b. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

$H_a$  : Terdapat korelasi antara variabel UGC secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian

Dari hasil pada tabel 4.72 di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung pada UGC(X1) sebesar 5.765 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga terdapat korelasi antara variabel *User Generated Content* (X1) secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian (Y)

$H_a$  : Terdapat hubungan antara variabel *User Generated Content* (X1) secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian (Y).

2. *Fear Of Missing Out* (FOMO)(X2)

Berikut merupakan kriteria daripada uji parsial atau uji t :

- a. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.

$H_0$  : Tidak terdapat korelasi antara variabel FOMO secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian

- b. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Ha : Terdapat korelasi antara variabel FOMO secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian

Dari hasil pada tabel 4.72 di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung pada FOMO(X2) sebesar 8,339 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Sehingga, terdapat korelasi antara variabel FOMO(X2) secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian

Ha : Terdapat hubungan antara variabel *Fear Of Missing Out* (X2) secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian (Y).

#### 4.2.5.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh dari seluruh variabel independen atau variabel bebas secara bersama- sama terhadap variabel independen atau variabel terikat. Hasil dari pengujian hipotesis simultan (Uji F) dengan menggunakan *software* SPSS versi 29 guna mengetahui korelasi secara simultan atau bersama – sama dari seluruh variabel independen atau variabel bebas terhadap variabel dependen atau variabel terikat dapat dilihat pada tabel 4.73 berikut ini :

Tabel 4. 73 Hasil Uji F *User Generated Content* (X1) Dan *Fear Of Missing Out* (X2) Terhadap Variabel Perilaku Pembelian (Y)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1969208947.4	2	984604473.72	81.451	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	991236479.81	82	12088249.754		
	Total	2960445427.2	84			

a. Dependent Variable: TOTAL Y (PERILAKU PEMBELIAN)

b. Predictors: (Constant), TOTAL X2 (FOMO), TOTAL X1 (UGC)

Sumber : Output SPSS versi 29, 2025

Berikut merupakan kriteria dari uji simultan atau uji F :

- a. Apabila nilai signifikan  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima  
 $H_0$  : Tidak terdapat hubungan antara UGC dan FOMO secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian.
- b. Apabila nilai signifikan  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.  
 $H_a$  : Terdapat hubungan antara UGC dan FOMO secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian.

Dari hasil pada tabel 4.73 di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung pada UGC(X1) dan FOMO(X2) sebesar 81,451 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga, terdapat korelasi antara variabel *User Generated Content* (X1) dan *Fear Of Missing Out* (X2) secara signifikan terhadap variabel perilaku pembelian (Y).

#### 4.2.6 Analisis Hasil Uji Hipotesis

##### A. Hubungan Antara *User Generated Content* (UGC)(X1) Dengan Perilaku Pembelian (Y)

Seorang pemasar harus menggabungkan metode pemasaran secara tradisional dengan metode secara *online* atau digital untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mereka dengan lebih sesuai dan akurat (Bala & Verma, 2018). Hal ini berarti perusahaan atau pemasar di masa digital ini harus menggunakan strategi pemasaran secara menyeluruh, dengan menggabungkan pendekatan secara *online* dan *offline* guna mencapai hasil yang lebih optimal dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka. UGC menunjukkan bahwa konsumen cenderung akan lebih percaya pada konten ulasan yang dibuat oleh pengguna lain yang telah membeli dan menggunakan barang atau jasa karena ulasan yang dibuat cenderung jujur dan asli. Sehingga, apabila

terdapat lebih banyak konten ulasan yang dibuat oleh pengguna lain serta melebihi ekspektasi, hal ini akan dapat merubah perilaku pembelian seseorang. Hal ini didukung juga dengan hasil dari penelitian sebelumnya yang berjudul “*Examining The Influence Of User Generated Content On Purchase Intention : An Experimental Study Of Digital Marketing Training Participant*” oleh (Pasaribu et al., 2024) dimana menyatakan bahwa UGC memiliki pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap niat pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien *Rank Spearman* antara UGC(X1) dengan perilaku pembelian (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar **0,529** yang mana nilai ini berada pada interval 0,40 – 0,599 (Sedang). Serta dari hasil uji hipotesis parsial (Uji t) menunjukkan nilai t hitung sebesar 6.120 dengan signifikansi  $0,001 < \alpha < 0,05$ , dimana memiliki arti bahwa terdapat hubungan antara UGC(X1) dengan perilaku pembelian (Y).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, terdapat arah hubungan positif yang sedang atau cukup antara UGC(X1) dan perilaku pembelian (Y). Apabila semakin banyak konten ulasan pengguna lain yang diunggah pada media sosial, maka akan semakin mempengaruhi perilaku pembelian Apple iPhone di Jakarta Selatan.

#### **B. Hubungan Antara *Fear Of Missing Out* (FOMO)(X2) Dengan Perilaku Pembelian (Y)**

Dikala teknologi yang semakin berkembang, media sosial semakin meluas, FOMO(X2) juga semakin menyerang seseorang. FOMO merupakan suatu keadaan dimana seorang individu merasakan kegelisahan setelah melihat, menonton, mendengar, ataupun mengecek media sosial dan menyaksikan aktivitas menyenangkan yang dilakukan oleh teman ataupun orang lain diluar sana, serta akan menimbulkan keinginan yang besar untuk mengikuti atau tetap terhubung dengan aktivitas yang sedang dilakukan oleh orang lain di media sosial. Seorang individu yang mengalami FOMO bisa saja membeli barang atau jasa dengan alasan bahwa mereka khawatir akan kehilangan peluang maupun keuntungan yang dimiliki oleh orang lain yang telah membeli barang atau jasa tadi. Hal seperti ini dapat terjadi walaupun

sebenarnya individu tersebut tidak membutuhkan barang atau jasa yang telah dibeli (Prasetyo & Nuswantoro, 2024). Sehingga, apabila semakin besar perasaan FOMO pada seseorang, maka akan semakin besar juga perilaku pembelian mereka. Hal ini didukung juga dengan pernyataan dari penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh FOMO dan *Influencer* Terhadap Peningkatan Penjualan Produk *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Udinus)” oleh (Mayasari & Aryanto, 2023) dimana pada hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *Influencer* berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penjualan. Berdasarkan dari hasil perhitungan koefisien *Rank Spearman* antara FOMO(X2) dengan perilaku pembelian (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar **0,728** yang mana nilai ini berada pada interval 0,60 – 0,799 (kuat). Serta dari hasil uji hipotesis parsial (Uji t) menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,476 dengan signifikansi  $0,001 < \alpha < 0,05$ , dimana memiliki arti bahwa terdapat hubungan yang kuat antara FOMO(X2) terhadap perilaku pembelian (Y).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, terdapat arah hubungan positif yang kuat antara FOMO(X2) dengan perilaku pembelian (Y). Apabila semakin besar perasaan FOMO yang ada didalam diri seseorang, maka akan semakin besar juga perilaku pembelian pada Apple iPhone di Jakarta Selatan.

### **C. Hubungan Antara *User Generated Content* (UGC)(X1) dan *Fear Of Missing Out* (FOMO)(X2) Dengan Perilaku Pembelian (Y)**

*User Generated Content* (UGC) merupakan konten ulasan yang dibuat langsung oleh pengguna atau pemakai suatu barang maupun jasa berdasarkan pengalaman pribadi mereka kemudian dituangkan kedalam sebuah media berupa video, gambar, audio, data, ataupun tulisan serta nantinya akan diunggah kesuatu *platform* media sosial guna memberikan informasi serta menjadi referensi bagi para penontonnya (Bahtar & Muda, 2016). UGC ini dapat menimbulkan perasaan kekurangan, ketakutan, kecemasan yang seringkali disebut dengan FOMO. Seseorang dengan

FOMO cenderung akan mengalami emosi negatif apabila keinginan mereka untuk mendapatkan aktivitas atau pengalaman yang mereka lihat di internet tidak terpenuhi (Alfina et al., 2023). Dengan semakin banyaknya unggahan UGC di media sosial, dapat menimbulkan perasaan FOMO didalam diri seorang individu. Sehingga kedua hal ini dapat dengan cepat merubah perilaku pembelian seorang individu. Dimana berdasarkan hasil uji hipotesis simultan (Uji F) didapatkan nilai F hitung sebesar 81.451 dengan nilai signifikansi  $0,001 < \alpha < 0,05$ . Dimana hal ini memiliki arti bahwa terdapat hubungan antara UGC dan FOMO(X2) terhadap perilaku pembelian (Y).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, terdapat arah hubungan positif yang signifikan antara UGC(X1) dan FOMO(X2) dengan perilaku pembelian (Y). Apabila semakin banyak konten ulasan pengguna yang diunggah ke media sosial, maka semakin besar pula perasaan ketakutan, kecemasan, kekhawatiran dan perasaan ingin terus terhubung dengan orang lain yang ada didalam diri seseorang. Sehingga, kedua hal tersebut dapat dengan cepat merubah perilaku pembelian seseorang pada Apple iPhone di Jakarta Selatan.

### **4.3 Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan masalah yang diuraikan sebagai berikut :

#### **1. Keterbatasan pada Sampel**

Pada penelitian ini hanya menggunakan 85 responden. Dikarenakan sampel yang ada pada penelitian ini jumlahnya terbatas, maka penelitian ini juga memiliki keterbatasan terkait generalisasi.

#### **2. Keterbatasan Pada Waktu**

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam segi waktu. Dimana kurun waktu meneliti yang relatif singkat, yaitu penelitian dimulai pada bulan September 2024 sampai dengan Januari 2025. Sehingga, mengalami keterbatasan dalam pengumpulan data yang lebih besar.

### 3. Keterbatasan Pada Biaya

Penelitian ini mengalami keterbatasan dalam hal biaya. Dimana keterbatasan anggaran biaya penelitian membatasi penggunaan instrumen pengumpulan data yang lebih maju, luas dan dengan sampel yang lebih besar.

### 4. Keterbatasan Pada Variabel

Penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel penelitian UGC(X1), FOMO(X2) dan Perilaku Pembelian (Y).

#### 4.4 Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial merupakan dampak daripada temuan dalam penelitian. Implikasi manajerial ini dapat membantu manajer perusahaan Apple untuk merencanakan strategi kedepannya dan mengambil keputusan yang tepat guna meningkatkan kinerja maupun penjualan pada perusahaan Apple. Implikasi manajerial yang ditemukan didalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian ini membahas tentang UGC, FOMO dan perilaku pembelian. UGC merupakan konten ulasan yang dibuat oleh pengguna yang telah membeli dan menggunakan Apple iPhone, yang diunggah pada media sosial guna memberikan informasi kepada orang lain. Hal ini nantinya akan memunculkan rasa ingin tahu seseorang yang melihat dan menonton konten tersebut. Jika semakin banyak konten ulasan yang dibuat oleh pengguna Apple iPhone diunggah pada media sosial dan menunjukkan bahwa *smartphone* tersebut memiliki spesifikasi tinggi serta semakin banyak orang yang memiliki dan menggunakan Apple iPhone, hal ini dapat menimbulkan perasaan ingin memiliki Apple iPhone tersebut. Dari perasaan ingin ini akan menimbulkan perasaan takut, khawatir, cemas dan perasaan gengsi apabila tidak memiliki Apple iPhone seperti yang dimiliki oleh teman maupun keluarga. Perasaan inilah yang dapat mendorong seseorang untuk segera memiliki Apple iPhone. Didalam penelitian ini variabel FOMO memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap perilaku pembelian pada produk Apple iPhone jika dibandingkan dengan variabel UGC yang memiliki kontribusi yang lebih kecil.

Sehingga, manajemen perusahaan Apple harus meningkatkan keunggulan pada iPhone. Keunggulan tersebut dapat berupa; peningkatan spesifikasi iPhone, inovasi pada *design* iPhone agar tidak cenderung monoton dan memberikan keunikan ataupun ciri khas tersendiri yang hanya ada pada Apple iPhone saja. Ketiga hal tersebut diharapkan dapat menarik lebih banyak pengguna yang membuat konten ulasan untuk diunggah pada media sosial yang kemudian dapat memunculkan perasaan ingin memiliki *smartphone* Apple iPhone tersebut.

