

**PENGARUH *FOMO*, *TREND HALAL LIFESTYLE*, DAN PENDAPATAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HALAL DI E-
COMMERC PADA GEN Z SURABAYA**

SKRIPSI

Fatimah Nur Laili Rohmatin

20211700229017



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2025

**PENGARUH *FOMO*, *TREND HALAL LIFESTYLE*, DAN PENDAPATAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HALAL DI *E-*
COMMERCE PADA GEN Z SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Fakultas Syariah Universitas KH Abdul Chalim
Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Fatimah Nur Laili Rohmatin

NIM 20211700229017

Pembimbing:

Nur Dinah Fauziah, M.E

NIDN. 2109049405

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2025

ABSTRAK

Rohmatin, Fatimah nur Laili, 2025. Pengaruh *FoMO*, *Trend Halal Lifestyle*, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Di E-Commerce Pada Gen Z Surabaya. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah, Universitas KH. Abdul Chalim Mojokerto. Dosen Pembimbing: Nur Dinah Fauziah, M.E.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas sehari-hari. Generasi Zilenial, sebagai kelompok yang sangat akrab dengan dunia digital, menunjukkan pola perilaku yang berbeda dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam hal berbelanja. Kota Surabaya, sebagai kota metropolitan menyediakan konteks ideal untuk mengkaji bagaimana faktor FoMo, trend halal lifestyle, dan pendapatan memengaruhi Keputusan generasi z dalam melakukan pembelian produk halal melalui platform digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *FoMO*, *trend halal lifestyle*, dan pendapatan terhadap keputusan pembelian produk halal di E-commerce pada generasi Z di Surabaya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan pemilihan sampel dilakukan secara purposive sampling, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden Gen Z yang aktif berbelanja produk halal secara daring. Analisis data dilakukan melalui uji asumsi klasik menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 29.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *FoMO*, *trend halal lifestyle*, dan Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal di E-commerce pada generasi Z di Surabaya. Hal ini bisa dibuktikan dengan masing-masing nilai t hitung sebesar 3.192, 4.611, dan 2.211 yang mana lebih besar daripada t tabel 1.985. Kemudian, variabel *FoMO*, *trend halal lifestyle*, dan pendapatan jika diuji secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk halal di *E-commerce* pada gen Z Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan nilai F hitung 17,709 lebih besar dari F tabel dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 yaitu $<0,001$.

Kata kunci: *FoMO*, *Trend Halal Lifestyle*, Pendapatan, Keputusan Pembelian, E-commerce

ABSTRACT

Rohmatin, Fatimah nur Laili, 2025. The Effect of FoMO, Halal Lifestyle Trends, and Income on Halal Product Purchase Decisions on E-Commerce among Gen Z in Surabaya. Thesis of Sharia Economic Study Program Faculty of Sharia, KH. Abdul Chalim Mojokerto. Supervisor: Nur Dinah Fauziah, M.E.

The development of information and communication technology has brought significant changes in various aspects of life, including daily activities. The Zilenial generation, as a group that is very familiar with the digital world, exhibits different behavioral patterns in various activities, including shopping. Surabaya, as a metropolitan city, provides an ideal context to examine how FoMO, halal lifestyle trends, and income influence the purchasing decisions of Generation Z in buying halal products through digital platforms.

This study aims to analyze the influence of FoMO, halal lifestyle trends, and income on the purchasing decisions of halal products on e-commerce platforms among Generation Z in Surabaya. The research method uses a quantitative approach with purposive sampling, and data was collected through questionnaires distributed to 100 Generation Z respondents who actively shop for halal products online. Data analysis was conducted through classical assumption tests using multiple linear regression methods with the assistance of SPSS version 29.

The research results show that the variables of FoMO, halal lifestyle trend, and income have a positive and significant effect on the purchase decisions of halal products on e-commerce among Generation Z in Surabaya. This is evidenced by the respective t-values of 3.192, 4.611, and 2.211, which are greater than the t-table value of 1.985. Furthermore, when tested simultaneously, the variables of FoMO, halal lifestyle trend, and income significantly affect the purchase decisions of halal products on e-commerce among Generation Z in Surabaya. This is proven by the F-value of 17.709, which is greater than the F-table value, with a significance level of less than 0.05, specifically <0.001 .

keywords: *FoMO, Trend Halal Lifestyle, income, purchase decision, E-commerce*

المخلص

رحمة، فاطمة نور ليلي. ٢٠٢٥. تأثير الخوف من فوات الشيء، واتجاه نمط الحياة الحلال، والدخل على قرار شراء المنتجات الحلال في الإلكترونية بين جيل زد في سورابايا. رسالة ماجستير، برنامج دراسة الاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة، جامعة خادم حسين عبد الشليم، المشرف الأكاديمي: نوردينة فوزية، ماجستير في الاقتصاد.

تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جلب تغييرات كبيرة في مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك الأنشطة اليومية. الجيل زيلينيل، باعتبارها مجموعة مألوفة جدا بالعالم الرقمي، يظهر أنماط سلوكية مختلفة في مختلف الأنشطة بما في ذلك التسوق. مدينة سورابايا، كونها مدينة متروبوليتانية، توفر سياقاً مثالياً لدراسة كيف تؤثر عوامل خوف واتجاه نمط الحياة الحلال، وادخل علي فقرارات الجيل زر في شراء، الخوف من فوات الشيء فقدان المنتجات الحلال عبر المنصات الرقيمة.

واتجاه نمط الحياة الحلال، الخوف من فوات الشيء تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير خوف فقدان الدخل على قرار شراء المنتجات الحلال في التجارة الإلكترونية لدى جيل زد في سورابايا. العينة الهادفة استخدم منهج البحث الكمي، وتم اختيار العينة بطريقة العينة الهادفة حيث جمعت البيانات بواسطة استبيان وزع على ١٠٠ من المستجيبين من العينة الهادفة جيل زد النشطين في شراء المنتجات الحلال عبر الإنترنت. تم تحليل البيانات باستخدام اختبار الفرضيات الكلاسيكية عبر نموذج الانحدار الخطي المتعدد بمساعدة برنامج الإصدار

واتجاه نمط الحياة الحلال، الخوف من فوات الشيء أظهرت نتائج الدراسة تن متغيرات خوف فقدان الدخل تؤثر بشكل إيجابي وذوالة إحصائية على قرار شراء المنتجات الحلال في المحسولة التي جدول التجارة الإلكترونية لدى جيل زد في سورابايا. ويمكن إثبات ذلك بقيم كانت ٣,١٩٢ و ٤,٦١١ و ٢,٢١١ على التوالي، والتي تجاوزت قيمة الجدول ١,٩٨٥ علاوة على ذلك، أجريت اختبار تأثير هذه المتغيرات بشكل متزامن فكان لها تأثير

دال إحصائيا على قرار شراء المنتجات الحلال في التجارة الإلكترونية لدى جيل زد في سورابابا، حيث المحسوبة

١٧,٧٠٩ اكلر من قيمة الجدول مع مستوى دلالة أقل من ٠,٠٥٥ ف كانت قيمة أي < ٠,٠٠١

أكلمات مفتتح: الخوف من فوات الشيء، اتجاه نمط الحياة الحلال، الدخل، قرار الشراء، التجارة الإلكترونية

