

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara gaya hidup Hedonis dan *Fear of Missing Out (FOMO)* terhadap keputusan pembelian iPhone pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh yang menggunakan iPhone. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen yaitu Uji Validitas dan Uji Reabilitas. Selanjutnya dilakukan Teknik analisis data dengan Uji Asumsi Klasik, yaitu Uji Hipotesis SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup Hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone dengan nilai T hitung sebesar $10.048 > T \text{ table } 1.984$ dan $\text{Sig.} < 0.001$, begitu juga dengan *Fear of Missing Out (FOMO)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone dengan nilai T hitung sebesar $8.286 > T \text{ table } 1.984$ dan $\text{Sig.} < 0.001$. Secara simultan, gaya hidup Hedonis dan *Fear of Missing Out (FOMO)* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian iPhone pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh F hitung sebesar $1424.150 > F \text{ table } 3.090$ dengan nilai signifikansi sebesar < 0.001 . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian iPhone pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh dipengaruhi oleh kecenderungan gaya hidup Hedonis serta tingginya rasa takut, cemas dan khawatir tertinggal dari tren (*Fear of Missing Out*), sehingga kedua variabel tersebut menjadi faktor penting dalam mendorong mahasiswa untuk memilih dan membeli iPhone.

Kata Kunci: Gaya Hidup Hedonis, Fear of Missing Out (FOMO), Keputusan Pembelian, iPhone, Mahasiswa.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of hedonistic lifestyle and Fear of Missing Out (FOMO) on iPhone purchasing decisions among students of the Faculty of Social and Political Sciences, Malikussaleh University. The study uses a quantitative approach with a survey method. The sampling technique used is purposive sampling with a sample size of 100 respondents determined using the Slovin formula. Data were collected through distributing questionnaires to active students of the Faculty of Social and Political Sciences, Malikussaleh University who use iPhones. The data analysis method used in this study is Instrument Testing, namely Validity Test and Reliability Test. Furthermore, the data analysis technique was carried out with the Classical Assumption Test, namely the SPSS 27 Hypothesis Test. The results of the study indicate that hedonistic lifestyle has a positive and significant effect on iPhone purchasing decisions with a calculated T value of $10.048 > T$ table 1.984 and $\text{Sig.} < 0.001$, and Fear of Missing Out (FOMO) also had a positive and significant effect on iPhone purchasing decisions with a calculated T value of $8.286 > T$ table of 1.984 and $\text{Sig.} < 0.001$. Simultaneously, a hedonistic lifestyle and Fear of Missing Out (FOMO) simultaneously influenced iPhone purchasing decisions among students of the Faculty of Social and Political Sciences, Malikussaleh University. The calculated F value was $1424.150 > F$ table of 3.090 with a significance value of < 0.001 . Thus, it can be concluded that iPhone purchasing decisions among students of the Faculty of Social and Political Sciences, Malikussaleh University are influenced by a tendency towards a hedonistic lifestyle and high levels of fear, anxiety, and worry about being left behind (Fear of Missing Out). These two variables are important factors in encouraging students to choose and purchase an iPhone.

Keywords: *Hedonistic Lifestyle, Fear of Missing Out (FOMO), Purchasing Decisions, iPhone, Students.*