## DAFTAR ISI

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI** ..... **i**
**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI** ..... **ii**
**SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI** ..... **iii**
**PEDOMAN TRANSLITERASI** ..... **iv**
**ABSTRAK** ..... **v**
**RIWAYAT HIDUP PENELITI** ..... **vi**
**MOTTO HIDUP PENULIS** ..... **vii**
**KATA PENGANTAR** ..... **viii**
**DAFTAR ISI** ..... **xi**
**DAFTAR TABEL** ..... **xiv**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xv**
**BAB I PENDAHULUAN** ..... **1**
A. Latar Belakang Penelitian ..... 1
B. Identifikasi Masalah ..... 13
C. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah ..... 14
D. Rumusan Masalah ..... 15
E. Tujuan Penelitian ..... 15
F. Manfaat Penelitian ..... 16
G. Jadwal Penelitian ..... 17
H. Sistematik Penulisan Skripsi ..... 17
**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** ..... **19**
A. Konsep dan Teori ..... 19
1. Manajemen ..... 19
2. Manajemen Pemasaran ..... 22
3. *Content Marketing* ..... 25
4. *Impulsive Buying* ..... 27
5. *Fear Of Missing Out* (FOMO) ..... 29
B. Kajian Penelitian Terdahulu ..... 32

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

C. Kerangka Berpikir ..... 36
D. Hipotesis ..... 41
**BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 42**
A. Metode dan Pendekatan ..... 42
B. Jenis dan Sumber Data ..... 42
1. Jenis Data ..... 43
2. Sumber Data ..... 43
C. Populasi dan Sampel ..... 45
1. Populasi ..... 45
2. Sampel ..... 46
D. Variabel Penelitian ..... 46
1. Variabel Independen (X) ..... 47
2. Variabel Z ..... 48
3. Variabel Dependen (Y) ..... 50
E. Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian ..... 52
F. Teknik Pengumpulan Data ..... 53
1. Studi Lapangan ..... 54
2. Studi Kepustakaan ..... 55
G. Teknik Analisis Data ..... 55
1. Uji Statistik Deskriptif ..... 56
2. Analisis Model Pengukuran (Outer Model) ..... 57
3. Analisis Model Struktural (*Inner* Model) ..... 59
4. Uji Hipotesis ..... 59
5. Uji Efek Mediasi ..... 61
**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 62**
A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian ..... 62
B. Analisis Statistik Deskriptif ..... 65
C. Pengujian dan Hasil Analisis ..... 68
D. Pembahasan ..... 84
1. Pengaruh *Content Marketing* terhadap *Impulse Buying* pada produk Pop Mart Kalangan Gen Z di Kota Bekasi ..... 84

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

2. Pengaruh *Content Marketing* terhadap *Fear of Missing Out* pada produk pop mart kalangan gen z di Kota Bekasi ..... 87
3. Pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Impulse Buying* pada Produk Pop Mart Kalangan Gen Z di Kota Bekasi ..... 94
4. Pengaruh *Content Marketing* terhadap *Impulse Buying* melalui *Fear of Missing Out* sebagai variabel mediasi pada produk pop mart kalangan gen z di Kota Bekasi ..... 98

**BAB V KESIMPULAN ..... 103**

A. Kesimpulan ..... 103
B. Saran ..... 104
C. Keterbatasan Penelitian ..... 107

**DAFTAR PUSTAKA ..... 109**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian ..... 17

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... 32

Tabel 3.1 Definisi Operasionalisasi ..... 52

Tabel 3.2 Skala Likert ..... 55

Tabel 4. 1 Hasil Pengumpulan Data ..... 66

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pernah Membeli Produk Pop Mart ..... 66

Tabel 4. 6 Hasil Outer Loading ..... 70

Tabel 4. 7 Hasil *Average Varlance Extracted* (AVE) ..... 72

Tabel 4. 8 Heterotrait Montrait Ratio (HTMT) ..... 73

Tabel 4. 9 Nilai Cronbach's Alpha ..... 74

Tabel 4. 10 *Composite Reliability* ..... 75

Tabel 4. 11 Hasil VIF ..... 77

Tabel 4. 12 *Hasil R-Square Adjust* ..... 78

Tabel 4. 13 Hasil Uji F-Square ..... 79

Tabel 4. 14 Uji Hipotesis melalui Path Coefficient Boostrapping ..... 81

Tabel 4. 15 Hasil Spesifik *Indirect Effect* ..... 83

SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia (Juli 2025) ..... 11

Gambar 1.2 Perkembangan Pendapatan Pop Mart ..... 12

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir ..... 40

Gambar 4. 1 Logo Pop Mart..... 64

Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..... 67

Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 68

Gambar 4. 4 Model PLS-SEM Algorithm ..... 69

Gambar 4. 5 Model Boostraping ..... 80

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG