

**PENGARUH *VIRAL MARKETING*, *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO)
DAN *FLASH SALE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA BRAND
PRODUK KECANTIKAN PADA TIKTOKSHOP
(Survey pada Wanita Gen Z Kota Padang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Intake DIII Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Andalas



OLEH :

SITI ZATA YUNDI AMANI
2310526009

**PROGRAM STUDI S1 INTAKE DIII DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

**PROGRAM STUDI S1
DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

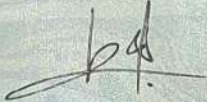
Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Siti Zata Yundi Amani
NIM : 2310526009
Jenjang Pendidikan : Sarjana
Departemen : Manajemen
Peminatan : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Viral Marketing, Fear Of Missing Out (Fomo)*
Dan *Flash Sale* Terhadap *Impulse Buying* Brand Produk
Kecantikan Pada Tiktokshop
(Survey Pada Wanita Gen Z Kota Padang)

Telah diuji dan disetujui skripsinya melalui seminar hasil pada 25 Agustus 2025.

Padang, 3 September 2025

Pembimbing


Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus (Adv), Ph.D
NIP. 198012112005012002

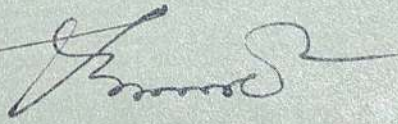
Mengetahui,

Ketua Departemen Manajemen

Ketua Program Studi S1

Manajemen Intake Diploma III


Prof. Dr. Donard Games, SE, M.Bus (Adv)
NIP. 198011122005011003


Syafrizal, SE, ME, Ph.D
NIP. 197205011997021002

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh *Viral Marketing*, *Fear of Missing Out* dan *Flash Sale* Terhadap *Impulse Buying* Pada Brand Produk Kecantikan Pada TiktokShop (Studi Kasus Pada Wanita Gen Z Kota Padang)**. Merupakan hasil karya sendiri, dan tidak terdapat sebagian atau keseluruhan dari tulisan yang memuat kalimat, ide, gagasan atau pendapat yang berasal dari sumber lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Adapun bagian-bagian yang bersumber dari karya orang lain dalam skripsi ini telah mencantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika dan kaidah penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan *plagiat* dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Padang, 03 September 2025

Yang memberi Pernyataan,

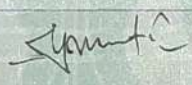
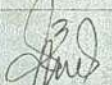


Siti Zata Yundi Amani
NIM. 2310526009

Pas foto 2x3 berwarna	No. Alumni Universitas	Siti Zata Yundi Amani	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/tgl lahir: Padang/23 Desember 2002 b) Nama Orang Tua: Kapt. Anum.Yandi Norsya c) Fakultas: Ekonomi dan Bisnis d) Departemen: Manajemen e) NIM: 2310526009 f) Tanggal Lulus: 25 Agustus 2025 g) Predikat Lulus: Dengan Pujian h) IPK: 3,61 i) Lama Studi: 2 tahun h) Alamat Orang Tua: Jln. Padang Pasir III No 2, Padang, Sumatera Barat		
Pengaruh <i>Viral Marketing</i>, <i>Fear of Missing Out</i> dan <i>Flash Sale</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> Pada Brand Produk Kecantikan Pada TiktokShop (Survey Pada Wanita Gen Z Kota Padang) Skripsi oleh : Siti Zata Yundi Amani Pembimbing : Dessy Kurnia Sari, SE, M.Bus (Adv), Ph.D			
ABSTRAK			
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh <i>Viral Marketing</i>, <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) dan <i>Flash Sale</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada brand produk kecantikan pada tiktokshop. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah wanita Generasi Z di Kota Padang yang pernah berbelanja produk kecantikan di tiktokshop. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 240 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah <i>probability sampling</i> dengan <i>purposive sampling</i> melalui penyebaran kuesioner. Pengelolaan data penelitian dilakukan dengan menggunakan SMART – PLS Versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Viral Marketing</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Impulse buying</i>, <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap <i>Impulse buying</i> dan <i>Flash Sale</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Impulse Buying</i>			
Kata kunci: <i>Viral Marketing</i> , <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO), <i>Flash Sale</i> , <i>Impulse Buying</i> .			

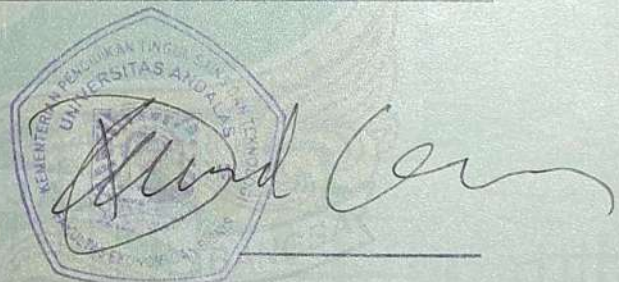
Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 25 Agustus 2025.

Abstrak telah disetujui oleh:

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama terang	Dessy Kurnia Sari., S.E, M.Bus., Ph.D	Yanti., S.E., M.M.	Laura Amelia Triani., S.E., M.M

Mengetahui,

Ketua Departemen Manajemen



Prof. Dr. Donard Games, SE, M.Bus (Adv)
NIP. 198011122005011003

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus:

Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama Tanda Tangan

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

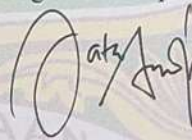
Saya mahasiswa universitas andalas yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Zata Yundi Amani
NIM : 2310526009
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Andalas hak atas publikasi online tugas akhir saya yang berjudul : ***“Pengaruh Viral Marketing, Fear of Missing Out dan Flash Sale Terhadap Impulse Buying Pada Brand Produk Kecantikan Pada TiktokShop.”*** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Universitas Andalas juga berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola, merawat, dan mempublikasikan karya saya tersebut diatas pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Padang, 03 September 2025

Yang memberi pernyataan



Siti Zata Yundi Amani
NIM. 2310526009