

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *time scarcity* terhadap *impulse buying* melalui *Fear of Missing Out (FOMO)* sebagai variabel mediasi pada pengguna TikTok Shop dalam konteks *flash sale* produk *fashion*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna TikTok Shop di Indonesia yang pernah melakukan pembelian pada saat *flash sale*. Sampel penelitian ini berjumlah 121 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *time scarcity* berpengaruh terhadap *FOMO*, 2) *FOMO* berpengaruh terhadap *impulse buying*, 3) *time scarcity* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*, dan 4) *time scarcity* berpengaruh terhadap *impulse buying* melalui *FOMO* sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci : *Time Scarcity, Fear of Missing Out (FOMO), Impulse Buying, Flash Sale, Produk Fashion*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of time scarcity on impulse buying through Fear of Missing Out (FOMO) as a mediating variable among TikTok Shop users in the context of flash sale of fashion products. The population of this study consists of TikTok Shop users in Indonesia who have made purchases during flash sale events. The sample in this study consists of 121 respondents selected using a purposive sampling technique. This research employs a quantitative approach with data collected through a questionnaire. The data analysis technique used in this study is Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS software. The results of this study indicate that 1) time scarcity affects FOMO, 2) FOMO affects impulse buying, 3) time scarcity does not affect impulse buying, and 4) time scarcity affects impulse buying through FOMO as a mediating variable.

Keywords : *Time Scarcity, Fear of Missing Out (FOMO), Impulse Buying, Flash Sale, Fashion Products*