

DAFTAR PUSTAKA

- Alzubaidi, K., & Angawi, M. (2023). Electronic Monitoring as an Alternative to Custodial Penalties. In *Studies in Systems, Decision and Control* (Vol. 488, pp. 332–338). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. https://doi.org/10.1007/978-3-031-39158-3_31
- Christian, M., Gularso, K., Utomo, P., Yulita, H., Wibowo, S., Sunarno, S., & Melati, R. (2023). Generation YZ's E-Healthcare Use Factors Distribution in COVID-19's Third Year: A UTAUT Modeling. *Journal of Distribution Science*, 21(7), 117–129. <https://doi.org/10.15722/jds.21.07.202307.117>
- Christian, M., Wibowo, S., Yulita, H., Melati, R., Sunarno, S., & Perдини, F. T. (2023a). Two phases of online food delivery app users' behavior in Greater Jakarta during the second year of the COVID-19 pandemic: Perceptions of food safety and hygiene. *Environmental Health Engineering and Management*, 10(3), 249–259. <https://doi.org/10.34172/EHEM.2023.28>
- Christian, M., Wibowo, S., Yulita, H., Melati, R., Sunarno, S., & Perдини, F. T. (2023b). Two phases of online food delivery app users' behavior in Greater Jakarta during the second year of the COVID-19 pandemic: Perceptions of food safety and hygiene. *Environmental Health Engineering and Management*, 10(3), 249–259. <https://doi.org/10.34172/EHEM.2023.28>
- Eka Yuliana Rahman, & Aim Abdulkarim. (2024). Increasing Cultural Literacy in Social Studies Learning Through an Inquiry Reflective Thinking Approach. *JURNAL PENDIDIKAN IPS*, 14(1), 155–163. <https://doi.org/10.37630/jpi.v14i1.1631>
- George E. Belch, & Michael A. Belch. (2018). *ADVERTISING AND PROMOTION AN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS PERSPECTIVE* (11e ed.). McGraw-Hill Education.
- Habib, S., & Almamy, A. (2025). Impact of FOMO on social media engagement and impulse buying of lifestyle products: mediation analysis. *Journal of Innovative Digital Transformation*, 2(2), 176–195. <https://doi.org/10.1108/jidt-01-2025-0004>
- Indriyarti, E. R., Christian, M., Yulita, H., Aryati, T., & Arsjah, R. J. (2023). Digital Bank Channel Distribution: Predictors of Usage Attitudes in Jakarta's Gen Z. *Journal of Distribution Science*, 21(2), 21–34. <https://doi.org/10.15722/jds.21.02.202302.21>
- Jeremy Harris Lipschultz. (2020). Jeremy Harris Lipschultz - Social Media Measurement and Management_ Entrepreneurial Digital Analytics (2019,

- Routledge) - libgen.li. *Social Media Measurement and Management Entrepreneurial Digital Analytics*.
- Naresh K. Malhotra. (2020). *Naresh K. Malhotra - Marketing research _an applied orientation (2020) - libgen.li*.
- Noval Lutfianto. (2025, March 25). *Padel Sportainment Kian Mewabah, Jakarta Miliki 55 Padel Court*. G-Sport.Id.
- Patricia Leavy. (2023). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. The Guilford Press.
- Patrick J. McGinnis. (2020). *Patrick J. McGinnis - Fear of Missing Out _ Practical Decision-Making in a World of Overwhelming Choice (2020, Sourcebooks) - libgen.li*.
- Priyono. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Sánchez-Alcaraz, B. J., & Courel-Ibáñez, J. (2022). The Role of Padel in Improving Physical Fitness and Health Promotion: Progress, Limitations, and Future Perspectives—A Narrative Review. In *International Journal of Environmental Research and Public Health* (Vol. 19, Issue 11). MDPI. <https://doi.org/10.3390/ijerph19116582>
- Uma Sekaran, & Roger Bougie. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th Edition)*. John Wiley & Sons Ltd.
- Wijaya, B., & Yulita, H. (2020). IJMM Ilomata International Journal of Management Effect of Emotional Experience, Electronic Word of Mouth, Reputation, Customer Satisfaction on Loyalty (Empirical Study: Lion Air). *Ilomata International Journal of Management*, 1(4), 215–227. <https://www.ilomata.org/index.php/ijmm>
- Wjaya, G. P., & Yulita, H. (2022). Pengaruh Konten Marketing, E-WoM, dan Citra Merek di Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl. *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 133. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i2.3772>
- Yarsasi, S., Tahyudin, I., & Hariguna, T. (2025). Analisis Validitas dan Reliabilitas Kuesioner dengan Metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling pada Aplikasi SMARTPLS. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 5(7), 1905–1913. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.885>
- Yewangoe, A. A. . (2014). *Living in the world that is fit for habitation : CCI's ecumenical and religious relationships*. Institut Dian/Interfidei.

LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin

cek turnitin			
ORIGINALITY REPORT			
13%	11%	8%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.ub.ac.id Internet Source	1%	
2	huggingface.co Internet Source	1%	
3	library.moestopo.ac.id Internet Source	1%	
4	text-id.123dok.com Internet Source	<1%	
5	123dok.com Internet Source	<1%	
6	ejournal2.undip.ac.id Internet Source	<1%	
7	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	<1%	
8	www.pekerjadata.com Internet Source	<1%	
9	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%	
10	repository.upi.edu Internet Source	<1%	
11	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1%	
12	www.repository.stiegici.ac.id Internet Source	<1%	
13	Prisca Yaputri, Innocentius Bernarto. "PENGARUH MOTIVASI KERJA, KEPUASAN	<1%	


Lampiran B. Konsultasi Form

FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR



Semester : 9
 Nama Mahasiswa : Grace
 NIM : 00000055551
 Nama Dosen Pembimbing : Dr. Henilia Yulita

Tanggal Konsultasi	Agenda/Pokok Bahasan	Saran Perbaikan	Paraf Dosen Pembimbing
September 18, 2025	Bimbingan pertama membahas mengenai topik apa yang mau diangkat untuk diteliti.	Mengganti judul dan topik dari seminar proposal.	
September 25, 2025	membahas jurnal penelitian terdahulu	Cara mencari jurnal yang cepat dan efektif.	
October 09, 2025	membahas bab 1-3	Cara mengerjakan bab 3 yang benar.	
October 23, 2025	membahas bab 3 (responden dan wawancara)	Responden alangkah baiknya mencari komunitas atau bisa ganti ke domisili tertentu.	
November 07, 2025	membahas mengenai indikator pernyataan penelitian	indikator dan pernyataan penelitian harus sesuai	
November 20, 2025	membahas mengenai populasi dan sampel responden	Menjelaskan perbedaan populasi dan sampel.	
November 28, 2025	membahas mengenai hasil responden	Tampilkan bukti responden	

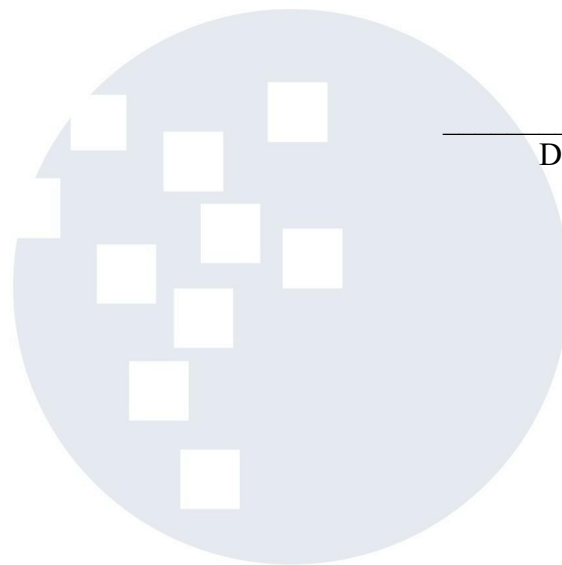
December 11, 2025	pembahasan bab 4	Pengerjaan bab 4	

Catatan : Form ini wajib dibawa pada saat konsultasi & dilampirkan di dalam skripsi/TA

Tangerang, 15 Desember 2025



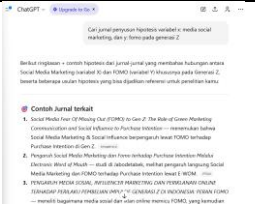
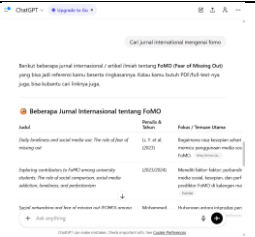

Dr. Henilia Yulita

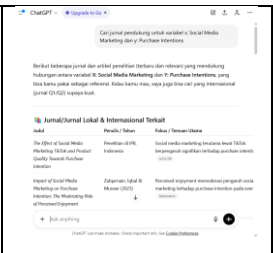
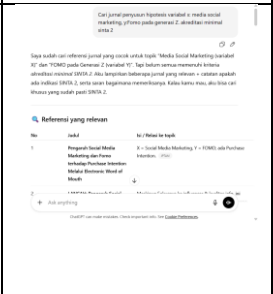
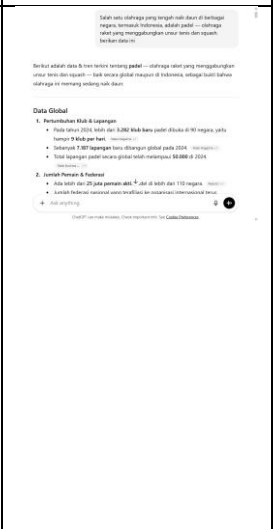



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Lampiran C Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial FORMULIR PENGGUNAAN PERANGKAT KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Nama Lengkap : Grace
 NIM : 00000055551
 Email : grace4@student.umn.ac.id
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul : Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap *Purchase Intention* dengan Mediasi FOMO pada Olahraga Padel di Pekanbaru

No	Nama Tool	Alamat Web/Url	Prompt	Tanggal Akses	Media Output
1	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Tuliskan <i>prompt</i> yang diajukan ke ChatGPT <Ide penulisan topik kajian film Indonesia>	Tuliskan tanggal saat respons dibuat karena ChatGPT adalah teknologi yang terus berkembang	Tampilkan respons dari ChatGPT (dapat berupa hasil screen shoot)
2	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Cari jurnal penyusun hipotesis variabel x: media social marketing, dan y: fomo pada generasi Z		
3	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Cari jurnal internasional mengenai fomo		
4	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Cari jurnal penyusun hipotesis variabel x: fomo, dan y: purchase intention		

5	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Cari jurnal pendukung untuk variabel x: Social Media Marketing dan y: Purchase Intentions	
6	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Cari jurnal penyusun hipotesis variabel x: media social marketing, y:Fomo pada generasi Z. akreditasi minimal sinta 2	
7	ChatGPT	https://chatgpt.com/	Salah satu olahraga yang tengah naik daun di berbagai negara, termasuk Indonesia, adalah padel — olahraga raket yang menggabungkan unsur tenis dan squash. berikan data ini	
8	ChatGPT	https://chatgpt.com/	jelaskan mengenai social media marketing dan uraikan dimensinya untuk penelitian kuantitatif. berikan sumber dari buku Lipschultz, J. H. (2025). Social Media Measurement and Management:	

			Entrepreneurial Digital Analytics, 2nd Edition.		
9	ChatGPT	https://chatgpt.com/	jenis kelamin, usia, pekerjaan/status, pendidikan terakhir, pendapatan per bulan, dan apakah responden pernah mendengar mengenai padel. BUATKAN PIE CHART DALAM BENTUK PERSENTASE		

Pernyataan Penelitian

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS(5)
Identitas dan Karakteristik Responden						
1	Jenis Kelamin					
2	Umur					
3	Pekerjaan / Status					
4	Pendidikan Terakhir					
5	Pendapatan per Bulan					
6	Apakah Anda pernah mendengar padel					
7	Apakah Anda tinggal di Pekanbaru					
Social media marketing						
1	Saya mengetahui keberadaan olahraga padel dari media sosial (Instagram) di Pekanbaru.					

2	Konten media sosial (Instagram) padel membantu saya memahami apa itu olahraga padel.					
3	Media sosial (Instagram) padel membuat saya semakin familiar dengan fasilitas yang ditawarkan.					
4	Saya sering menyukai (like) pada konten media sosial (Instagram) tentang padel di Pekanbaru.					
5	Saya tertarik mengikuti event padel yang diumumkan di social media (Instagram) klub padel pku.					
6	Konten di media sosial (Instagram) mempengaruhi minat saya untuk mencoba olahraga padel di Pekanbaru.					
7	Saya merasa pendapat pemain padel di media sosial (Instagram) mempengaruhi persepsi saya.					
8	Saya pernah membicarakan padel kepada teman setelah melihat konten media sosial (Instagram) di Pekanbaru.					
	FOMO					
1	Saya merasa tidak enak jika teman-teman pergi bermain padel tanpa saya.					
2	Saya sering mengecek media sosial (Instagram) untuk melihat siapa yang sedang bermain padel.					
3	Saya merasa tertinggal jika ada pertemuan padel saya tidak ikut.					

4	Saya ingin bermain padel karena kebanyakan teman saya juga bermain padel.					
5	Saya merasa kurang nyaman jika saya tidak mengikuti tren padel saat ini.					
6	Saya ikut bermain padel untuk tetap menjadi bagian dari kelompok sosial saya.					
7	Saya merasa padel dapat membantu meningkatkan citra diri saya.					
8	Saya khawatir ketinggalan kesempatan jaringan sosial jika saya tidak ikut bermain padel.					
9	Saya merasa orang-orang yang bermain padel terlihat lebih produktif dibandingkan yang tidak.					
Purchase Intention						
1	Saya berniat untuk mencoba bermain padel di Pekanbaru dalam waktu dekat.					
2	Saya berencana menyewa lapangan padel setelah melihat informasi di media sosial (Instagram).					
3	Saya memiliki keinginan untuk bermain padel setelah melihat aktivitas orang lain di media sosial (Instagram).					
4	Padel menjadi salah satu pilihan olahraga yang saya pertimbangkan untuk dilakukan.					
5	Jika saya ingin berolahraga, saya akan mempertimbangkan bermain padel sebagai alternatif.					

6	Saya memasukkan padel ke dalam daftar olahraga yang ingin saya coba ketika mencari aktivitas bersama teman.					
7	Saya bersedia mencoba bermain padel meskipun belum pernah mencobanya sebelumnya.					
8	Saya merasa tertarik untuk mencoba padel setelah melihat konten tentang padel di media sosial (Instagram).					
9	Saya bersedia meluangkan waktu untuk mencoba bermain padel di Pekanbaru.					
10	Rekomendasi teman di media sosial (Instagram) mempengaruhi keinginan saya untuk bermain padel.					
11	Ulasan teman di media sosial (Instagram) meningkatkan niat saya bermain padel.					
12	Konten influencer mengenai padel mempengaruhi saya untuk mencoba olahraga tersebut.					

Jawaban Responden

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	

Smart PLS

	FOMO	Purchase Intention	Social Media Marketing
Purchase Intention 11		0.772	
Purchase Intention 12		0.750	
Purchase Intention 2		0.758	
Purchase Intention 3		0.726	
Purchase Intention 4		0.748	
Purchase Intention 5		0.741	
Purchase Intention 6		0.742	
Purchase Intention 7		0.651	
Purchase Intention 8		0.743	
Purchase Intention 9		0.759	
Social Media Marketing 1			0.438
Social Media Marketing 2			0.547
Social Media Marketing 3			0.526
Social Media Marketing 4			0.742
Social Media Marketing 5			0.734
Social Media Marketing 6			0.707
Social Media Marketing 7			0.705
Social Media Marketing 8			0.734

Dikarenakan adanya nilai dibawah 0,7 maka variabel harus dihapus.

	FOMO	Purchase Intention	Social Media Marketing
FOMO 8	0.857		
FOMO 9	0.792		
Purchase Intention 1		0.793	
Purchase Intention 10		0.731	
Purchase Intention 11		0.780	
Purchase Intention 12		0.755	
Purchase Intention 2		0.758	
Purchase Intention 3		0.726	
Purchase Intention 4		0.754	
Purchase Intention 5		0.740	
Purchase Intention 6		0.749	
Purchase Intention 8		0.746	
Purchase Intention 9		0.753	
Social Media Marketing 4			0.769
Social Media Marketing 5			0.766
Social Media Marketing 6			0.712
Social Media Marketing 7			0.713
Social Media Marketing 8			0.737

Gambar diatas variabel sudah tidak ada lagi yang tidak valid dan sudah siap untuh dioleh ke tahap berikutnya.