

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar nilai pengaruh FoMO, Sales Promotion dan Metode Pembayaran secara simultan terhadap Impulsif Buying produk Iphone di Kota Bandung. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif. Penelitian ini, mulai dari bulan November 2023 hingga Januari 2024 di Kota Bandung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan studi Pustaka. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, analisis goodness of Fit (GoF), inner model; koefisien jalur; R square (R²); dan terakhir pengujian hipotesis. Hasil pengujian hipotesis yakni Pengaruh Fear of Missing Out (FoMo), Sales Promotion dan Metode Pembayaran terhadap Implusive Buying menunjukkan p value sebesar 0,000 kurang dari 0,05 yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari Fear of Missing Out (FoMo), Sales Promotion dan Metode Pembayaran secara simultan terhadap Implusive Buying. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga kepada masyarakat Indonesia terutama kota Bandung untuk menghindari faktor FoMO, sales promotion, atau tipe transaksi agar tidak konsumtif dalam membeli suatu produk iPhone

Kata Kunci: Fear of Missing Out, Sales Promotion, Metode Pembayaran, Impulsif Buying.