

FEAR OF MISSING OUT, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING DI AM : PM COFFEE SURABAYA

SKRIPSI



Oleh:
MUHAMMAD KERIL DYMAL ABRAR
NPM: 18024010137

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

FEAR OF MISSING OUT, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING DI AM : PM COFFEE SURABAYA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis**



Oleh:

MUHAMMAD KERIL DYMAL ABRAR

NPM: 18024010137

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

**FEAR OF MISSING OUT, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING DI AM:PM COFFEE
SURABAYA**

Oleh :

MUHAMMAD KERIL DYMAL ABRAR

18024010137

Telah diterima pada tanggal
24 Juli 2025

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Utama


Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P.
NPT. 20119660830250

Pembimbing Pendamping


Dita Atasa, S.P., M.P.
NPT. 20219950221236

Mengetahui
Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

**FEAR OF MISSING OUT, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING DI AM:PM COFFEE
SURABAYA**

Oleh :

MUHAMMAD KERIL DYMAL ABRAR
NPM : 18024010137

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada hari Kamis tanggal 24 Juli 2025

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama


Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P.
NPT. 20119660830250

Pembimbing Pendamping


Dita Atasa, S.P., M.P.
NPT. 20219950221236

Mengetahui:

Dekan Fakultas Pertanian


Prof. Dr. In Wanti Mindari, MP
NIP. 19631208 199003 2001

Koordinator Program Studi
Agribisnis


Dr. Ir. Nuriyah Yulianti, MP
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Keril Dymal Abrar

NPM : 18024010137

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 24 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Keril Dymal Abrar
NPM. 18024010137

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “*Fear of Missing Out, Electronic Word of Mouth*, dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* di *AM:PM Coffee* Surabaya”.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dan memberikan arahan serta dukungan dalam penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya sebagai penulis dengan penuh hormat mengucapkan terima kasih atas kesempatan, arahan serta bimbingannya selama ini kepada Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P. selaku dosen pembimbing utama dan Dita Atasa, S.P., M.P. selaku dosen pembimbing pendamping. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM. selaku Ketua Jurusan Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh dosen dan tenaga pendidik di Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Orangtua penulis yang selalu memberikan doa, nasihat, dukungan dan kesabarannya selama ini.

6. Sahabat-sahabat yang saya cintai atas dukungan dan motivasi yang diberikan kepada saya.

Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada penulisan yang sempurna. Oleh karena itu penulisan Skripsi ini tentu masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Penulis mengharapkan kritik dan saran agar Skripsi ini bisa menjadi lebih baik.

Surabaya, Juli 2025

Penulis

***FEAR OF MISSING OUT, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING DI AM:PM COFFEE
SURABAYA***

Muhammad Keril Dymal Abrar, Taufik Setyadi, Dita Atasa

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana *Fear of Missing Out*, *Electronic Word of Mouth*, dan *Store Atmosphere* mempengaruhi pembelian impulsif di AM: PM Coffee Surabaya. Peneliti menggunakan strategi *non-probability sampling* dalam penelitian ini. Studi ini menggunakan analisis SEM-PLS dengan pendekatan SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai R-square adalah 0,644. *Fear of Missing Out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse buying*. Konsumen melakukan pembelian secara impulsif karena takut kehilangan atau melewati sesuatu yang dianggap penting atau menarik. *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* di AM : PM Coffee. Informasi produk yang didapat melalui media sosial baik berupa konten maupun ulasan positif dapat mendorong seseorang untuk melakukan pembelian secara impulsif. *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse buying*. Suasana nyaman yang diberikan AM : PM Coffee mendorong konsumen untuk membeli produk tambahan yang tidak direncanakan sebelumnya.

Kata Kunci : *Coffee Shop Fear of Missing Out, Electronic Word of Mouth, Store Atmosphere, Impulse Buying*

**FEAR OF MISSING OUT, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, AND STORE
ATMOSPHERE AGAINST IMPULSE BUYING AT AM:PM COFFEE
SURABAYA**

Muhammad Keril Dymal Abrar, Taufik Setyadi, Dita Atasa

ABSTRACT

The purpose of this study is to see how Fear of Missing Out, Electronic Word of Mouth, and Store Atmosphere influence impulsive buying at AM: PM Coffee Surabaya. Researchers used a non-probability sampling strategy in this study. This study used SEM-PLS analysis with the SmartPLS approach. The results of this study show that the R-square value is 0.644. Fear of Missing Out has a positive and significant effect on Impulse buying. Consumers make impulsive purchases because they are afraid of losing or missing something that is considered important or interesting. Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on Impulse Buying at AM: PM Coffee. Product information obtained through social media, both in the form of content and positive reviews, can encourage someone to make impulsive purchases. Store Atmosphere has a positive and significant effect on Impulse Buying. The comfortable atmosphere provided by AM: PM Coffee encourages consumers to buy additional products that were not previously planned.

Keywords : *Coffee Shop Fear of Missing Out, Electronic Word of Mouth, Store Atmosphere, Impulse Buying*

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	21
2.2.1 <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>	21
2.2.2 Perilaku Konsumen	23
2.2.3 <i>Impulse Buying</i>	29

2.2.4 <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i>	34
2.2.5 <i>Store Atmosphere</i>	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	48
III. METODE PENELITIAN	49
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	49
3.2 Penentuan Responden.....	49
3.3 Pengumpulan Data	51
3.3.1. Pengumpulan Data Primer	51
3.3.2. Pengumpulan Data Sekunder	53
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	53
3.5 Analisis Data.....	55
3.5.1. Uji Kualitas Data.....	55
3.5.2. Analisis Deskriptif	56
3.5.3. SEM-PLS.....	56
3.5.4. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	57
3.5.5. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	59
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum.....	63
4.2 Karakteristik Konsumen	64
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2 Responden Berdasarkan Umur	66
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	66
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	67

4.3 Hasil Uji Analisis Data.....	67
4.3.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	67
4.3.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	71
4.4 Pengujian Hipotesis.....	73
4.4.1 Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	74
4.4.2 Pengaruh EWOM terhadap <i>Impulse Buying</i>	76
4.4.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	77
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Data Jumlah <i>Coffee Shop</i> di Surabaya 2017-2020.....	3
1.2	Kuliner Kopi di Kawasan Monumen Bambu Runcing Surabaya	5
3.1	Skala Pengukuran.....	52
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	54
4.1	Harga Produk AM : PM Coffee Surabaya.....	63
4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.3	Responden Berdasarkan Umur	66
4.4	Responden Berdasarkan Pendidikan	66
4.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.6	Nilai <i>Outer Loading</i>	68
4.7	Nilai <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	69
4.8	Nilai <i>Composite Reliability</i>	70
4.9	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	71
4.10	Nilai <i>R Square</i>	72
4.11	Uji Hipotesis	73
4.12	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator <i>Fear of Missing Out</i>	74
4.13	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i>	76
4.14	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator <i>Store Atmosphere</i>	78

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1	Konten yang Menunjukkan Menu <i>Dessert</i> di Berbagai <i>Coffee Shop</i> ..	4
2.1	Kerangka Pemikiran.....	47
3.1	Diagram Jalur <i>Partial Least Square</i>	61

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	87
2.	Jawaban Responden	94
3.	Hasil Uji Analisa Data SEM PLS	98