

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN *SELF CONTROL*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI TUKU SURABAYA
TIMUR MERR
SKRIPSI**



Oleh :

Nana Wilia Anjelita

NPM : 21042010273

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSISAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN *SELF CONTROL*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI TUKU SURABAYA
TIMUR MERR**

Disusun Oleh :
NANA WILIA ANJELITA
NPM. 21042010273

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN *SELF CONTROL*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI TUKU SURABAYA
TIMUR MERR**

Disusun Oleh :

NANA WILIA ANJELITA
21042010273

Telah Dipertahankan Dihadapkan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
pada Tanggal 4 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji

1 Ketua


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196460291990032000

2 Sekretaris


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3 Anggota


Indah Respati K. S.sos, M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nana Wilia Anjelita
NPM : 21042010273
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* 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/Tesis/Desertasi 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, 5 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Nana Wilia Anjelita
NPM. 21042010273

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyusun laporan berjudul “Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *Self Control* terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Tuku Surabaya Timur Merr”. Penelitian ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan program Strata 1 jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan serta memberikan kontribusi yang berharga. Bantuan dari berbagai pihak tersebut memiliki peran penting dalam memastikan kelancaran penyusunan laporan ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam, terutama kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si., selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dukungan, serta masukan yang sangat berarti bagi penulis. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan apresiasi kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Bapak Dr. Acep Samsudin., S.Sos., MM., MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Seluruh dosen di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, yang telah memberikan pengetahuan dan pembelajaran yang sangat berarti selama masa studi penulis.
4. Orang tua penulis, Bapak Redy Wiyono, S.Pd, M.Pd dan Ibu Trismiari S.Pd yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti, baik secara materiil maupun moril, yang menjadi sumber semangat penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
5. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan, ide, dan bantuan dalam berbagai situasi selama masa studi dan penyusunan laporan ini.
6. Seluruh responden dan pihak yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat bermanfaat bagi penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa depan. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan wawasan baru bagi pembaca.

Surabaya, November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran	18
2.2.2 Fear of Missing Out (FOMO)	24
2.2.3 Self Control	28
2.2.4 Keputusan Pembelian	31
2.2.5 Hubungan antar Variabel	39
2.3 Kerangka Berpikir	41
2.4 Hipotesis	43
BAB III	45
METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Tabel	46
3.2.1 Definisi Operasional	46
3.2.2 Pengukuran Variabel	50
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	51
3.3.1 Populasi	51
3.3.2 Sampel	52

3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	52
3.4	Pengumpulan Data	53
3.4.1	Jenis Data	53
3.4.2	Sumber Data.....	53
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	54
3.5	Analisis Data	55
3.5.1	Uji Validitas.....	55
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	55
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	56
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda	59
3.6	Uji Hipotesis	60
3.6.1	Uji Simultan (Uji F).....	60
3.6.2	Uji Parsial (Uji t)	61
3.7	Jadwal Penelitian.....	64
BAB IV		65
HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.1	Sejarah Perusahaan	65
4.1.2	Logo Kopi Tuku	65
4.1.3	Visi dan Misi	66
4.2	Penyajian Data	69
4.2.1	Karakteristik Responden.....	69
4.3	Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	73
4.3.1	Deskripsi Analisis Variabel FOMO (<i>Fear of Missing Out</i>) (X1)	74
4.3.2	Deskripsi Analisis Variabel <i>Self Control</i> (X2).....	76
4.3.3	Deskripsi Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y2)	79
4.4	Uji Instrumen Penelitian	82
4.4.1	Uji Validitas.....	82
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	83
4.5	Uji Asumsi Klasik	84
4.5.1	Uji Normalitas	84
4.5.2	Uji Autokorelasi	85

4.5.3	Uji Heteroskedasitas	86
4.5.4	Uji Multikolinearitas.....	87
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
4.7	Pengujian Hipotesis	89
4.7.1	Uji t (Uji Parsial)	89
4.7.2	Uji F (Uji Simultan).....	90
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.8.1	Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) dan <i>Self Control</i> terhadap Keputusan Pembelian Kendala dalam Penelitian	91
4.8.2	Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) terhadap Keputusan Pembelian.....	92
4.8.3	Pengaruh <i>Self Control</i> terhadap Keputusan Pembelian	93
4.9	Persamaan terhadap Penelitian Terdahulu	95
	Tabel 4.18.....	95
	BAB V	101
	PENUTUP.....	101
5.1	Kesimpulan	101
5.2	Saran	101
	DAFTAR PUSTAKA	103
	DAFTAR LAMPIRAN.....	107
	Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Produksi Kopi di Indonesia Periode (2020/2022)	4
Tabel 1.2 Data Konsumsi Kopi di Indonesia	6
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	51
Tabel 4.1	70
Tabel 4.2	70
Tabel 4.3	71
Tabel 4.4	72
Tabel 4.5	73
Tabel 4.6	74
Tabel 4.7	77
Tabel 4.8	79
Tabel 4.9	82
Tabel 4.10.....	83
Tabel 4.11.....	84
Tabel 4.12.....	85
Tabel 4.13.....	86
Tabel 4.14.....	87
Tabel 4.15.....	88
Tabel 4.16.....	89
Tabel 4.17.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra Survei	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 3.1 Kurva Uji F	61
Gambar 3.2 Kurva Uji t	63
Gambar 4.1.....	65
Gambar 4.2.....	67
Gambar 3.1 Kurva Uji F	61
Gambar 3.2 Kurva Uji t	63
Gambar 4.13.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	108
----------------------------	-----

ABSTRAK

NANA WILIA ANJELITA, 21042010273, Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *Self Control* terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Tuku Surabaya Timur Merr.

Pertumbuhan industri kopi di Indonesia telah memunculkan persaingan yang semakin kompetitif, sehingga perusahaan diperlukan untuk memahami faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan *self control* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Kopi Tuku Surabaya Timur Merr. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian memperlihatkan FOMO tidak memiliki berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan *Self Control* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan, kedua variabel independen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa dorongan mengikuti tren melalui media sosial tidak selalu dapat memperkuat intensi pembelian, sementara kontrol diri yang tinggi menurunkan perilaku pembelian. Implikasi penelitian memberikan masukan bagi pemasar dalam merancang strategi promosi yang mempertimbangkan aspek psikologis dan perilaku konsumen

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, *Fear of Missing Out* (FOMO), *Self Control*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

NANA WILIA ANJELITA, 21042010273, The Influence of Fear of Missing Out (FOMO) and Self Control on Purchasing Decisions at Kopi Tuku, East Surabaya Merr.

The growth of the coffee industry in Indonesia has led to increasingly intense competition, requiring companies to understand the psychological factors that influence consumer behavior in the process of making purchasing decisions. This study aims to analyze the influence of Fear of Missing Out (FOMO) and self-control on purchasing decisions among consumers of Kopi Tuku in Surabaya Timur Merr. The research employed a quantitative associative approach with a sample of 100 respondents obtained through accidental sampling techniques. Data were collected using Likert scale questionnaires and analyzed through multiple linear regression. The results of the study show that FOMO does not have a significant effect on purchasing decisions, while self-control has a significant influence. Simultaneously, both independent variables have an effect on purchasing decisions. These findings indicate that the urge to follow trends through social media does not always strengthen purchase intentions, while higher self-control reduces purchasing behavior. The implications of this research provide insights for marketers in designing promotional strategies that take into account psychological aspects and consumer behavior.

Keyword: Consumer Behavior, Fear of Missing Out (FOMO), Self Control, Purchase Decision.