

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO), *VIRAL MARKETING*
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOPI PADA KOPI KENANGAN KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*



Oleh :

RESTI OKTARIANI

NIM . 2116030015

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

IMAM BONJOL PADANG

1447 H / 2025 M

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi yang judul "*Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO), Viral Marketing, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Pada Kopi Kenangan Kota Padang*" disusun oleh Resti Oktariani NIM.2116030015 telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang pada hari Selasa, 29 Juli 2025 dan dinyatakan Lulus dan dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program strata satu (S1) pada prodi Manajemen Bisnis Syariah.

Padang 05 Agustus 2025

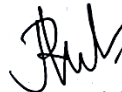
Tim Penguji

Ketua



Dr. Alfi Syukri Rama, S.E., M.M., CCMs., CPSp
NIP. 197509292000031005

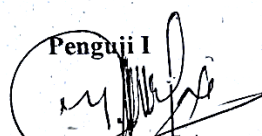
Sekretaris



Riandy Mardhika Adif, MM
NIP. 199303132019031013

Anggota

Penguji I



Dr. Aidil Novia, M.A
NIP. 197811072008011011

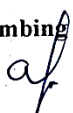
Penguji II



Riandy Mardhika Adif, MM
NIP. 199303132019031013

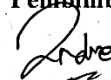
Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Alfi Syukri Rama, S.E., M.M., CCMs., CPSp
NIP. 197509292000031005

Pembimbing II

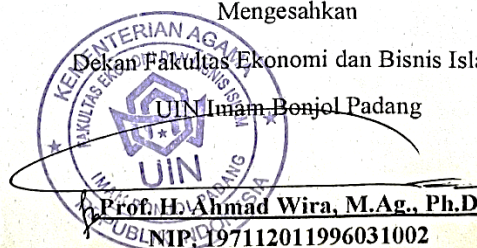


Andre Wiratha, M.M
NIP. 199001252023211019

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Imam Bonjol Padang



Prof. H. Ahmad Wira, M.Ag., Ph.D
NIP. 197112011996031002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini berjudul "*Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO), Viral Marketing dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Pada Kopi Kenangan Kota Padang*" yang disusun oleh Resti Oktariani NIM.2116030015 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan di setujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasyah Skripsi.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 28 April 2025

Pembimbing I



Dr. Alfi Syukri Rama, S.E., M.M., CCMs., CPSp
NIP.197509292000031005

Pembimbing II



Andre Wiratha, M.M
NIP.199001252023211019

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini yang berjudul “*Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO), Viral Marketing dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Pada Kopi Kenangan Kota Padang*” adalah benar hasil karya saya, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau karya yang sudah dipublikasikan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di UIN Imam Bonjol Padang ataupun diperguruan Tinggi lainnya. Kecuali bagian informasi telah di cantumkan sebagai semestinya. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinil maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar keserjanaan saya.

Padang 22 Juni 2025

Yang menyatakan,



Resti Oktariani
NIM. 2116030015

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO), *Viral Marketing* dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Pada Kopi Kenangan Kota Padang”** disusun oleh Resti Oktariani, Nim 2116030015 Prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Imam Bonjol Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO), *Viral Marketing*, dan Label Halal terhadap keputusan pembelian produk kopi pada Kopi Kenangan di Kota Padang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya tingkat konsumsi kopi, pesatnya perkembangan tren digital marketing, serta tingginya kesadaran konsumen Muslim terhadap kehalalan produk. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden, kemudian dianalisis dengan teknik Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,209. Sementara itu, *Viral Marketing* menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan dengan koefisien sebesar 0,151. Di sisi lain, Label Halal terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai koefisien sebesar 0,439. Implikasi dari hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Kopi Kenangan perlu memperkuat strategi yang berbasis pada FOMO dan komunikasi mengenai label halal. Selain itu, optimalisasi *Viral Marketing* melalui penyajian konten yang kreatif juga diperlukan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan strategi pemasaran di industri kopi modern, khususnya pada pasar dengan mayoritas konsumen Muslim.

Kata kunci: *Fear of Missing Out* (FOMO), *Viral Marketing*, Label Halal, Keputusan Pembelian, Kopi Kenangan.

HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah, 94: 5-6)

“Selama apak masih sehat, akan apak usahakan apapun untuk *ayuk*”

(Apak)

“it’s fine to fake it until you make it, until you do, until it’s true”

(Taylor Swift – *Snow On The Beach*)

“Tidak ada yang langsung mahir dalam hidup. Tidak apa-apa salah, karena ini adalah pertama kalinya kita hidup”

(Kdrama *When life gives you tangerines*)

KATA PENGANTAR



Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO), *Viral Marketing*, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Pada Kopi Kenangan Kota Padang.” Sholawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia menuju kebahagiaan dunia dan akhirat. Berkat kemudahan dan izin dari Allah SWT, serta dukungan dari berbagai pihak, akhirnya penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari pemenuhan tugas akhir sekaligus salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan studi di prodi Manajemen Bisnis Syariah.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian karya ini tidak akan tercapai tanpa doa, bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, termasuk keluarga, saudara, sahabat, dan teman-teman tercinta. Karya ini penulis persembahkan sebagai bentuk ungkapan terima kasih yang sederhana untuk Amak dan Apak. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga segala bentuk kebaikan yang diberikan dibalas dengan keberkahan dan pahala terbaik oleh Allah SWT.

Terimakasih yang terhingga kepada cinta pertama dan panutan penulis yaitu Apak Tamrin dan Amak Yusnidar, dua sosok yang paling berjasa dalam hidup saya—mereka yang selalu berjuang agar anak sulungnya ini bisa mengenyam pendidikan setinggi mungkin, meskipun mereka sendiri hanya memiliki kesempatan menempuh pendidikan hingga tingkat dasar. Untuk Apak, terimakasih atas setiap tetes keringat dan kerja kerasmu yang tak kenal lelah, yang telah engkau tukarkan menjadi nafkah demi mengantarkan anakmu sampai pada titik ini, terima kasih juga telah merawat dan menjaga sampai detik ini dengan sangat baik, pengorbanan dan keikhlasan yang tidak akan terbalaskan. Terkhusus pintu surgaku yaitu amak saya yang telah melahirkan, mencurahkan kasih sayang dan cinta tanpa batas, serta selalu menjadi pelabuhan paling hangat dan nyaman bagi penulis untuk kembali, terimakasih telah menjadi sumber kekuatan, inspirasi, dan telah mengajarkan kemandirian di hidup penulis. Terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati dalam hidupmu untuk anak-anakmu. Semoga Apak dan Amak sehat, panjang umur dan bahagia selalu. Tidak lupa penulis menyampaikan ucapan kepada nama-nama di bawah ini :

1. Rektor UIN Imam Bonjol Padang, Prof. Dr. Martin Kustati, M.Pd, beserta para Wakil Rektor UIN Imam Bonjol Padang.
2. Bapak Prof. H. Ahmad Wira, M.Ag. M.Si, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, bersama dengan jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
3. Bapak Dr. Roni Andespa, S.E, M.M., selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah dan Sekretaris Prodi, Ibu Faznil Husna S. Rasyad, MBA.

4. Dosen pembimbing Akademik (PA) Bapak Dr. Testru Hendra, M.Ag yang telah memberikan pengetahuan, arahan selama masa perkuliahan, hingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr.Alfi Syukri Rama,S.E.,M.M.,CCMs.,CPSp sebagai Dosen Pembimbing I dan Bapak Andre Wiratha, M.M selaku Dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan arahan, dorongan, bimbingan, bantuan dan petunjuk yang sangat bermanfaat kepada penulis sehingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak Dr. Aidil Novia, M.A sebagai penguji I dan Bapak Riandy Mardhika Adif, MM selaku penguji II yang memberikan umpan balik dan saran demi perbaikan skripsi ini.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Kopi Kenangan sebagai objek penelitian penulis. Kepada semua responden yang telah menyempatkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
9. Terimakasih kepada Keluarga besar alm. kakek M. Deri dan kakek Sukiman yang selalu mensupport dan memberikan semangat serta doa. Teristimewa kepada satu-satunya adik penulis, Muhammad Rafi yang telah memberikan banyak senyuman, tawa dan pengertian kepada penulis. Terimakasih sudah menjadi adik yang sangat luar biasa untuk

saya sehingga menjadi semangat untuk penulis segera menyelesaikan pendidikan penulis.

10. Kepada sahabat maupun teman penulis Siti Nur Aisyah, Alia Nur Insyaffitri, Tika Meliya Putri yang telah membersamai penulis dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini, terimakasih atas segala bentuk dukungan, semangat, motivasi, canda tawa dan tangis air mata yang kita lalui bersama-sama. Teruntuk Konten Viral Dian Utari, Nabila Fiona Aprilia, Yolanda, Nadya Putri Ilfa dan Fegita Sari. Terimakasih atas bantuan dan semangat selama penulisan skripsi ini dan kenangannya selama kita bersama-sama. Terimakasih atas candaan, cerita di pertengahan malam, terimakasih untuk semua kenangan diseluruh titik kota Padang, yang selalu menjadi *spotlight. See u on top guys, thanks for being playmate for the last 4 years.*
11. Teruntuk Sugiaty Tri Rizki, satu-satunya sahabat penulis dari bangku Sekolah Dasar hingga kini. Terimakasih sudah menjadi sahabat yang sangat baik bahkan seperti saudara. Selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama berada di perantauan ini.
12. Terima kasih kepada Rindi Okta Anggira S.E, yang telah menjadi bagian penting dalam masa perkuliahan saya. Terima kasih atas kontribusinya yang besar dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu maupun dukungan moral. Serta selalu siap menghibur, mendengarkan

keluhan, memberikan doa, dan selalu memberikan semangat untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

13. Teman seangkatan dan seperjuangan Manajemen Bisnis Syariah 21, terkhusus MBS A terimakasih atas pengalaman dan kenangannya selama di bangku perkuliahan yang akan selalu penulis kenang dalam hidup penulis.

14. Dan tentu, untuk diri sendiri: *you did it, Resti! Proud of you!*

Terimakasih telah bertanggung jawab dalam menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang telah diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Resti. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Akhir kata, penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat untuk kepentingan penelitian dan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang sesuai dengan fungsinya.

Padang, 04 Mei 2025

Penulis



Resti Oktariani
NIM 2116030015

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN KEORISINILAN.....	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Batasan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Manfaat Penelitian	13
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II	15
KAJIAN TEORI	15
A. Landasan teori	15

1. Customer Behavior	15
2. Keputusan Pembelian	18
3. Fear of Missing Out (FOMO).....	26
4. Viral Marketing.....	29
5. Label Halal.....	34
B. Penelitian Yang Relevan	37
C. Kerangka Berpikir	40
D. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III.....	47
METODOLOGI PENELITIAN	47
A. Pendekatan Penelitian	47
B. Variabel Penelitian	48
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	50
D. Populasi dan Sampel	51
BAB IV	66
HASIL DAN PEMBAHASAN	66
A. Gambaran Umum Kopi Kenangan.....	66
B. Karakteristik Responden	67
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	70
D. Hasil Analisis Data Penelitian.....	74
E. Pembahasan.....	89
F. Implikasi Penelitian.....	96

BAB V.....	99
PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan	99
B. Keterbatasan Penelitian	100
C. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award kategori Kedai Kopi periode 2020-2024.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3. 2 Penetapan Skala Likert	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang paling sering digunakan	70
Tabel 4. 6 TCR Variabel Keputusan Pembelian	72
Tabel 4. 7 TCR Variabel Fear of Missing Out (FOMO).....	73
Tabel 4. 8 TCR Variabel Viral Marketing	73
Tabel 4. 9 Variabel Label Halal	74
Tabel 4. 10 Uji <i>Covergent Validity</i>	76
Tabel 4. 11 Nilai <i>Average Variance Extraced</i>	77
Tabel 4. 12 <i>Forner Lacker Criterion</i>	78
Tabel 4. 13 <i>Cross Loading</i>	79
Tabel 4. 14 <i>Composite reliability</i>	81
Tabel 4. 15 <i>Cronbach's Alpha</i>	81
Tabel 4. 16 <i>R-Square</i>	82

Tabel 4. 17 <i>Q-Square</i>	84
Tabel 4. 18 Path Coefecient Jalur	85
Tabel 4. 19 Standardizet Root Mean Square Residual.....	86
Tabel 4. 20 Uji Hipotesis	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)	2
Gambar 1. 2 Testimoni Coffee Shop Kopi Kenangan viral pada Tiktok.....	5
Gambar 2. 1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	19
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	41
Gambar 4. 1 Uji PLS algorithm	75
Gambar 4. 2 Uji Bootsrapping	84