

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN *HALAL AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE DECISION* KONSUMEN
MUSLIM PRODUK *JAPANESE FOOD* KUFUKU RAMEN DAN *STEAK*
DI RANTAU PRAPAT**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*



Oleh

**ZULFAN MUNAWIR RITONGA
NIM.2116030004**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
1447 H / 2026 M**

HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi dengan judul "Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan Halal Awareness Terhadap Purchase Decision Konsumen Muslim Japanese Food Kufuku Ramen dan Steak di Rantauprapat" yang disusun oleh Zulfan Munawir Ritonga, NIM.2116030004, telah diuji dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Iman Bonjol Padang, pada Selasa, 12 Februari 2026 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana program strata (S1) pada program studi manajemen bisnis syariah.

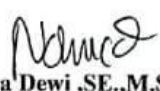
Padang, 10 Februari 2026

Persetujuan tim penguji

Ketua


Prof. Dra. Hufwati, M. Hum., Ph.D
NIP.196401131993032002

Sekretaris


Novia Citra Dewi, SE., M. Si., Ak. CA
NIP.198811222023212037

Anggota

Penguji 1

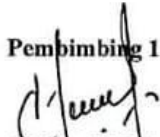

Dr. Roni Adespa, SE., M. M
NIP.198311112015031001

Penguji 2

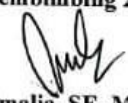

Novia Citra Dewi, SE., M. Si., Ak. CA
NIP.198811222023212037

Pembimbing

Pembimbing 1


Prof. Dra. Hufwati, M. Hum., Ph.D
NIP.196401131993032002

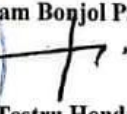
Pembimbing 2


Helmalia, SE., MM
NIP.198305122009122006

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Imam Bonjol Padang


Prof. Dr. Testru Hendra, M. Ag
NIP.197606042003121001



PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) dan Halal Awareness Terhadap Purchase Decision Konsumen Muslim Produk Japanese Food Kufuku Ramen dan Steak di Rantauprapat"** adalah benar hasil karya saya, sudah diuji tes plagiasi dan bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi ataupun karya yang sudah diduplikasi dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar keserjanaan UIN Imam Bonjol Padang ataupun di perguruan tinggi lainnya. Kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinil, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar keserjanaan saya.

Padang, 12 Februari 2026

Menyatakan



Zulfan Munawir Ritonga

NIM.2116030004

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Halal Awareness Terhadap Purchase Decision Konsumen Muslim Produk Japanese Food Kufuku Ramen Dan Steak Di Rantau Prapat”. Penelitian ini di susun oleh Zulfan Munawir Ritonga (NIM 2116030004). Program studi Manajemen Bisnis Syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam, Universitas Islam negeri Imam Bonjol Padang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya tren konsumsi kuliner Jepang di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda, yang dipengaruhi oleh perkembangan media sosial serta meningkatnya kesadaran keagamaan dalam memilih produk makanan. Dalam konteks tersebut, keputusan pembelian konsumen Muslim tidak hanya dipengaruhi faktor psikologis seperti Fear of Missing Out (FOMO), tetapi juga oleh tingkat kesadaran halal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan Halal Awareness terhadap Purchase Decision konsumen Muslim pada produk Japanese Food Kufuku Ramen dan Steak Rantau Prapat. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert kepada responden Muslim yang pernah membeli produk Kufuku Ramen dan Steak minimal satu kali. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan melalui teknik accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Fear of Missing Out (FOMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim. Sebaliknya, Halal Awareness terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, FOMO dan Halal Awareness berpengaruh terhadap Purchase Decision. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesadaran halal merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim dibandingkan faktor psikologis seperti FOMO. Dengan demikian, aspek kehalalan menjadi pertimbangan utama dalam perilaku konsumsi, meskipun konsumen berada dalam tekanan tren sosial.

Kata kunci: *Fear Of Missing Out (Fomo), Halal Awareness, Purchase Decision Konsumen*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayahNya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan Halal Awareness terhadap Purchase Decision Konsumen Muslim Produk Japanese Food Kufuku Ramen dan Steak Rantau Prapat". Tidak lupa pula shalawat dan salam peneliti sampaikan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya untuk menuju kebahagiaan di dunia dan di akhirat, berkat kemudahan dan izin Allah SWT serta bantuan dari semua pihak akhirnya penelitian skripsi ini bisa diselesaikan. Peneliti melakukan penelitian ini dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di prodi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

Dalam penelitian skripsi ini peneliti menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, bantuan, do'a serta bantuan dari berbagai pihak. Melalui kata pengantar ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini kepada:

Tersirat terima kasih Bidadari surgaku Ibu Siti Aminah, ibu tunggal yang

hebat luar biasa yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat menghadapi kerasnya dunia ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk beliau. Terima kasih sudah melahirkan, berjuang sekuat tenaga untuk memberikan kehidupan yang layak untuk saya, kerja keras dan menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan bisa berada di posisi ini. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena beliau. Tolong hidup lebih lama didunia ini, izinkan saya mengabdikan dan membalas segala pengorbanan yang ibu lakukan selama ini.

Kepada kakak tercinta, Siti jawiyah Ritonga. Terimakasih sudah selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk adik-adikmu, termasuk penulis. Kasih sayang dan dukungan mu sangat berarti dalam perjalanan ini. Skripsi ini mungkin tertulis atas nama penulis, tetapi di dalamnya ada pengorbanan kakak yang tak pernah meminta balasan Kehadiranmu adalah kekuatan yang tak tergantikan bagi penulis. I love you more. Kepada adik ku, Robiatul adawiyah Ritonga. Terimakasih telah menjadi sumber kebahagiaan dan semangat dalam setiap langkah penulis. Dik, Hiduplah lebih baik dari kakak dan abang mu ini. Teruslah berjuang dan jadilah pribadi yang selalu membawa kebanggaan bagi keluarga. I love you more

1. Rektor UIN Imam Bonjol Padang, Ibu Prof. Dr. Martin Kustati, M.Pd., beserta seluruh jajaran Wakil Rektor UIN Imam Bonjol Padang.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Testru Hendra, M.Ag, beserta seluruh jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

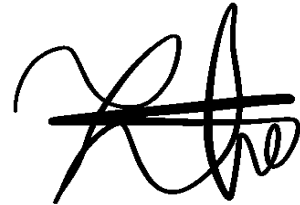
3. Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Ibuk Hesti Maria Putri, M.M.dan Sekretaris Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Bapak Andre Wiratha,M. M
4. Ibuk Prof. Dra. Hulwati, M.Hum., P.D selaku Pembimbing I dan Ibuk Helmalia,SE.MM., selaku Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, arahan, serta sumbangan pikiran yang terbaik sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Bapak Riandi Mahardika Adif, MM dan Bapak Dr. Alfi Syukri Rahma,S E, M.M.,CCMs selaku penguji yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
7. Bapak/Ibu Pegawai Akademik dan Kemahasiswaan (AKAMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
8. Pimpinan serta seluruh karyawan dan karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
9. Kepada teman-teman terdekat, Sandi Trilasmana , Tito Putra Honesti dan Alfa Roihan Nasution yang telah memberikan semangat dan dorongan moral dalam proses penyelesaian penelitian ini.
10. Seluruh sahabat lainnya, khususnya teman seperjuangan pada Prodi Manajemen Bisnis Syariah serta rekan-rekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 21 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang selalu memberikan semangat, masukan, dan dukungan sehingga peneliti

dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

11. Kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, yaitu para wisatawan wisata religi Potang Balimau Kec. Pangkalan Koto Baru.
12. Dan terima kasih untuk diri sendiri, yang telah sabar dan tetap bertahan dalam melewati semua rintangan hingga sampai di titik ini.

Padang 9 Februari 2026

Penulis

A handwritten signature in black ink, featuring a stylized 'Z' and 'M' followed by 'Ritonga'.

Zulfan Munawir Ritonga

2116030004

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Social Identity Theory	14
B. <i>PURCHASE DECISION</i>	16
C. <i>FEAR OF MISSING OUT</i> (FOMO)	19
D. <i>HALAL AWARENESS</i>	22
E. Penelitian Terdahulu	27
F. <i>Hubungan Antar Variabel</i>	35
G. Kerangka berfikir.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	46
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
C. Variabel Penelitian.....	47
D. Populasi dan Sample.....	53
E. Jenis dan Sumber Data.....	56
F. Teknik Pengumpulan Data	57
G. Teknik Analisis Data	58
H. Uji Hipotesis (Bootstrapping).....	65
BAB IV PEMBAHASAN	66
A. Gambaran lokasi penelitian	66
B. Gambaran Umum Responden.....	68

C. Deskripsi Variabel Penelitian	73
D. Evaluasi Model menggunakan uji SEM	77
E. Analisis Model Struktural (Inner Model)	87
F. Uji Hipotesis (Bootstrapping)	93
G. Hasil dan Pembahasan	95
BAB V PENUTUP	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data peningkatan Produk Kufuku Ramen dan Steak 2025	3
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	68
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung	73
Tabel 4. 6 Tingkat Pencapaian Responden.....	74
Tabel 4. 7 Variabel Fear of Missing Out (FOMO).....	75
Tabel 4. 8 Variabel Halal Awareness	76
Tabel 4. 9 Variabel Purchase Decision.....	77
Tabel 4. 10 Uji Convergent Validity	80
Tabel 4. 11 Nilai Average Variant Extracted	81
Tabel 4. 12 Cross Loading.....	82
Tabel 4. 13 Fornell-Lacker Creterion	84
Tabel 4. 14 Composite reliability	86
Tabel 4. 15 Cronbach Alpha.....	86
Tabel 4. 16 R-Square.....	88
Tabel 4. 17 Nilai Q- Square (Q2)	89
Tabel 4. 18 F-Square	90
Tabel 4. 19 Path Coefficient.....	91
Tabel 4. 20 Goodnes of fit (GOF)	93
Tabel 4. 21 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	94
Tabel 4. 22 Uji Hipotesis.....	95
Tabel 4. 23 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung Variabel FM ->PD.....	95
Tabel 4. 24 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung HA -> PD	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Kufuku Ramen dan Steak Rantauprapat.....	67
Gambar 4. 2 Model Struktural (Outer Model)	79