

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu .....	9
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Bagi Peneliti.....	10
1.5.2 Bagi Institusi .....	10
1.5.3 Bagi Perusahaan .....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
2.1 Perilaku Konsumen .....	12
2.2 Minat Beli.....	16
2.2.1 Pengertian Minat Beli .....	16
2.2.2 Tahapan Minat Beli.....	17
2.2.3 Faktor Yang Membentuk Minat Beli .....	18
2.2.4 Indikator Minat Beli.....	18
2.3 Fear of Missing Out (FOMO).....	19
2.3.1 Pengertian Fear of Missing Out (FOMO).....	19
2.3.2 Indikator Fear of Missing Out (FOMO).....	20

2.4	Store Atmosphere .....	20
2.4.1	Pengertian Store Atmosphere.....	20
2.4.2	Indikator Store Atmosphere .....	21
2.5	Penelitian Terdahulu.....	23
2.6	Kerangka Pikir.....	24
2.6	Hipotesis.....	25
2.6.1	Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO) Terhadap Minat Beli .....	25
2.6.2	Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli .....	26
2.6.3	Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO) Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli .....	27
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	28
3.2	Sumber Data .....	28
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	28
3.4	Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1	Populasi .....	29
3.4.2	Sampel.....	29
3.5	Variabel Penelitian .....	30
3.5.1	Variabel Penelitian Independen .....	30
3.5.2	Variabel Penelitian Dependen.....	30
3.6	Definisi Operasional Variabel .....	31
3.7	Uji Persyaratan Instrumen .....	32
3.7.1	Uji Validitas .....	32
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	32
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data.....	33
3.8.1	Uji Normalitas Sampel.....	33
3.8.2	Uji Linieritas Sampel .....	33
3.8.3	Uji Multikolinieritas.....	34
3.9	Metode Analisis Data .....	34
3.9.1	Regresi Linier Berganda .....	34
3.10	Pengujian Hipotesis .....	35
3.10.1	Uji Parsial (Uji t).....	35
3.10.2	Uji Simultan (Uji F) .....	36
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1	Deskripsi Data .....	37
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	41
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	41
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	42
4.3	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data .....	43
4.3.1	Hasil Uji Normalitas Sampel .....	43

4.3.2 Hasil Uji Linieritas Sampel .....	43
4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas .....	44
4.4 Hasil Analisis Data .....	44
4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	44
4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	46
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	46
4.5 Pembahasan .....	47
4.5.1 Pembahasan Fear Of Missing Out (FOMO) Terhadap Minat Beli	47
4.5.2 Pembahasan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli.....	48
4.5.3 Pembahasan Fear Of Missing Out (FOMO) Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli .....	49
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran .....	51
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	51
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya .....	52

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	23
3.1 Skala Pengukuran.....	29
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.3 Interpretasi Nilai r.....	32
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
4.3 Hasil Jawaban Responden Fear Of Missing Out (FOMO).....	38
4.4 Hasil Jawaban Responden Store Atmosphere.....	39
4.5 Hasil Jawaban Responden Minat Beli.....	40
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel .....	41
4.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel.....	42
4.8 Hasil Uji Normalitas .....	43
4.9 Hasil Uji Linearitas .....	43
4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
4.11 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	44
4.12 Hasil Uji Hasil Uji Model Summary.....	45
4.13 Hasil Uji Hasil Uji Parsial (Uji t).....	46
4.14 Hasil Uji Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	47

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Grafik Sepuluh Daftar Provinsi Dengan Produksi Kopi Terbesar Di Indonesia Tahun 2022.....	2
1.2 Persentase Kopi Nako Berdasarkan Kota.....	4
2.1 Kerangka Pikir .....	24
2.2 Kerangka Konsep Penelitian .....	25

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>I</b>	Kuesioner Penelitian
<b>Lampiran</b>	<b>II</b>	Hasil Jawaban Kuisisioner
<b>Lampiran</b>	<b>III</b>	Hasil Uji Deskriptif
<b>Lampiran</b>	<b>IV</b>	Hasil Uji Validitas
<b>Lampiran</b>	<b>V</b>	Hasil Uji Reliabilitas
<b>Lampiran</b>	<b>VI</b>	Hasil Uji Normalitas
<b>Lampiran</b>	<b>VII</b>	Hasil Uji Linearitas
<b>Lampiran</b>	<b>VIII</b>	Hasil Uji Multikolinearita
<b>Lampiran</b>	<b>IX</b>	Hasil Uji Regresi Berganda