

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL KONSUMEN
TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PRODUK
BOOST JUICE DI KOTA JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Oleh

PIYURIFITI PRUFITIA



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**

PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL KONSUMEN
TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PRODUK
BOOST JUICE DI KOTA JAKARTA SELATAN

Oleh:

PIYURIFITI PRUFITIA
NIM : 23020322140154

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Agribisnis pada Program Studi S-1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Piyurifiti Prufitia
NIM : 23020322140154
Program Studi : S1-Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul: **Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Konsumen Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Produk *Boost Juice* di Kota Jakarta Selatan** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari Pembimbing, yaitu: **Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.** dan **Muthia Auralia, M.Sc.**

Apabila dikemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik, maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S-1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Juni 2026

Penulis,



(Piyurifiti Prufitia)

Pembimbing Utama

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota

Muthia Auralia, M.Sc.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL KONSUMEN TERHADAP PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PRODUK *BOOST JUICE* DI KOTA JAKARTA SELATAN

Nama Mahasiswa : PIYURIFITI PRUFITIA

Nomor Induk Mahasiswa : 23020322140154

Program Studi/Departemen : S-1 AGRIBISNIS / PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

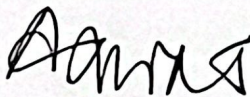
Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 11 JUN 2026

Pembimbing Utama



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Pembimbing Anggota




Muthia Auralia, M.Sc.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc.

Ketua Departemen



Ahmad N. Al-Baari, S.Pt., M.P., Ph.D.

RINGKASAN

PIYURIFITI PRUFITIA. 23020322140154. 2026. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Konsumen Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Produk *Boost Juice* di Kota Jakarta Selatan (Pembimbing: **KUSTOPO BUDIRAHARJO** dan **MUTHIA AURALIA**)

Konsumen *impulsive buying* cenderung memiliki rasa ketertarikan secara tiba-tiba terhadap suatu produk. *Boost Juice* merupakan produk agribisnis yang menyajikan minuman jus dan *smoothie* menggunakan buah premium dan campuran bahan yang unik. *Boost Juice* menerapkan strategi pemasaran yang baik dengan menggunakan desain visual gerai yang berwarna dan menarik perhatian konsumen, serta kemasan produk *Boost Juice* yang populer sebagai identitas merek produk. Hal ini mendorong seluruh pengunjung mal tertarik untuk membeli produk sehingga dapat memicu terjadinya *impulsive buying*. Salah satu kota yang berpotensi adanya perubahan perilaku konsumen adalah Kota Jakarta Selatan. Perubahan perilaku konsumen terjadi karena adanya faktor yang memengaruhi *impulsive buying*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal meliputi emosi, kontrol diri, *fear of missing out*, gaya hidup, dan faktor eksternal meliputi atribut produk, promosi produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen terhadap perilaku *impulsive buying* produk *Boost Juice* di Kota Jakarta Selatan. Metode penentuan lokasi dalam penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan banyaknya jumlah *Boost Juice Store* di Kota Jakarta Selatan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2026. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data dilakukan secara primer dan sekunder. Metode pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *quota sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengujian melalui uji kelayakan instrumen, uji normalitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis meliputi uji parsial (*t-test*), uji simultan (*F-test*), dan uji koefisien determinasi (R^2 -*test*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen *impulsive buying* dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, dan tingkat pendapatan, sedangkan perilaku konsumen *impulsive buying* dikelompokkan berdasarkan alasan pembelian, frekuensi pembelian, jumlah pembelian, frekuensi konsumsi, dan jumlah konsumsi. Hasil analisis regresi linear berganda pada uji parsial (*t-test*), variabel *fear of missing out*, gaya hidup, atribut produk, dan promosi memiliki nilai $Sig. < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ sehingga terdapat pengaruh positif, pada uji simultan (*F-test*) terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antar variabel dependen dan variabel independen, dan pada uji koefisien determinasi (R^2 -*test*) menunjukkan bahwa nilai *Adjust R Square* sebesar 0,381 yang berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas dengan persentase sebesar 38,1% variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen di dalam model, sementara sisanya sebesar 61,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

KATA PENGANTAR

Impulsive buying merupakan perubahan perilaku konsumen secara impulsif terhadap pembelian yang didasarkan pada faktor tertentu. Konsumen *impulsive buying* cenderung memiliki rasa ketertarikan secara tiba-tiba terhadap suatu produk. *Boost Juice* merupakan produk agribisnis yang menyajikan minuman jus dan *smoothie* menggunakan buah premium dan campuran bahan yang unik. *Boost Juice* menerapkan strategi pemasaran yang baik dengan menggunakan desain visual gerai yang berwarna dan menarik perhatian konsumen, serta kemasan *Boost* yang populer sebagai identitas merek produk. Hal ini mendorong seluruh pengunjung mal tertarik untuk membeli produk sehingga dapat memicu terjadinya *impulsive buying*. Salah satu kota yang berpotensi adanya perubahan perilaku konsumen adalah Kota Jakarta Selatan. Perubahan perilaku konsumen terjadi karena adanya faktor yang memengaruhi *impulsive buying*.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas seluruh rahmat dan hidayat-Nya yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Konsumen Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Produk *Boost Juice* di Kota Jakarta Selatan” dengan lancar dan tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai Salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Agribisnis pada Program Studi S-1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dengan tulus kepada:

1. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ketua Program Studi S-1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam persiapan, pelaksanaan, dan penyusunan penelitian.
2. Muthia Auralia, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam persiapan, pelaksanaan, dan penyusunan penelitian.
3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian.
4. Ahmad N. Al-Baari, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian.
5. Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis dan Ketua Panitia Ujian Akhir Program Studi S1-Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan dalam penelitian.
6. Prof. Dr. Titik Ekowati, M.Sc. selaku Dosen Wali Program Studi S-1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan dalam penelitian.
7. Papa dan Mama tercinta dan tersayang, M. Yusuf B. Ismail dan Santi Widaryanti yang selalu ada untuk penulis dalam berbagai hal dan selalu

memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan yang sangat banyak terhadap apapun yang penulis lakukan semasa kuliah hingga proses penyusunan skripsi selesai.

8. Adik tercinta dan tersayang, Bayu Khrisna yang selalu ada di samping penulis untuk mendukung, mengingatkan, bertukar pikiran, serta selalu bisa menjadi apapun yang penulis butuh kan mulai dari teman, sahabat, adik, bahkan sosok kakak sekalipun dengan memberikan kasih sayang dan dukungan yang sangat banyak kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
9. Keluarga besar dan saudara-saudara terkasih dan tersayang, yang senantiasa mendoakan hal-hal baik selama penulis kuliah hingga proses penyusunan skripsi selesai.
10. Teman terdekat, Farhan, Timo, dan Aulia yang selalu membantu dan menemani penulis selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi selesai.
11. Teman terdekat, Dila, Dinda, Aulia, dan Fira yang selalu melakukan kegiatan bersama selama masa awal perkuliahan.
12. Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Peternakan dan Pertanian (BEM FPP) 2023-2024 telah memberikan kesempatan penulis untuk berbagi pengalaman organisasi selama masa kuliah.
13. Asrama Ekotif, Calista, Intan, Nabila, Kinan, dan Mayaka yang selalu menemani selama di Bidang Ekotif BEM FPP, yang selalu memiliki *life story update* setiap ada kesempatan untuk bertemu hingga saat ini dan semoga sampai seterusnya.

14. Ekotif Cangtip, Kak Mute, Kak Dita, Kak Hesty, Kak Btari, Kak Syahla, Kak Lutfi, Calista, Intan, Nabila, Kinan, dan Mayaka yang selalu menemani selama penulis menjadi bagian dari bidang Ekotif BEM FPP 2023.
15. Seluruh teman kelas Agribisnis C yang selalu menemani di kelas selama masa kuliah.
16. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dan menyempatkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
17. Seseorang yang jauh di sana, sudah menyempatkan waktunya untuk menemani penulis selama satu tahun terakhir perkuliahan dan memberikan semangat serta dukungan hingga proses penyusunan skripsi selesai.
18. Teman-teman lainnya dan seluruh pihak yang terlibat banyak dalam proses penyusunan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Semarang, Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR ILUSTRASI	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Produk <i>Boost Juice</i>	7
2.2. Perilaku Konsumen	7
2.3. Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	8
2.4. Faktor Internal Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	11
2.5. Faktor Eksternal Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	15
2.6. Penelitian Terdahulu	18
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	23
3.2. Hipotesis Penelitian.....	25
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.4. Metode Penelitian.....	26
3.5. Analisis Data	34
3.6. Batasan Konsep dan Pengukuran Variabel	42
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.2. Karakteristik Konsumen <i>Impulsive Buying</i>	49

4.3. Perilaku Konsumen <i>Impulsive Buying</i>	54
4.4. Pengaruh Faktor Internal Terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	60
4.5. Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i>	66
4.6. Uji Kelayakan Instrumen	72
4.7. Uji Normalitas	75
4.8. Uji Asumsi Klasik	76
4.9. Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
4.10. Uji Hipotesis.....	82
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	90
5.1. Simpulan	90
5.2. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	107
RIWAYAT HIDUP	148

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	19
2. Instrumen Skala <i>Likert</i>	34
3. Pengukuran Variabel	45
4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	50
5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	51
6. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan	52
7. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan	53
8. Distribusi Frekuensi Konsumen Terhadap Variabel <i>Impulsive Buying</i> (Y)	54
9. Perilaku Konsumen Berdasarkan Alasan Pembelian	56
10. Perilaku Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian	57
11. Perilaku Konsumen Berdasarkan Jumlah Pembelian	58
12. Perilaku Konsumen Berdasarkan Frekuensi Konsumsi	59
13. Perilaku Konsumen Berdasarkan Jumlah Konsumsi	60
14. Distribusi Frekuensi Konsumen Terhadap Variabel Emosi (X ₁)	61
15. Distribusi Frekuensi Konsumen Terhadap Variabel Kontrol Diri (X ₂)	62
16. Distribusi Frekuensi Konsumen Terhadap Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (X ₃)	64
17. Distribusi Frekuensi Konsumen Terhadap Variabel Gaya Hidup (X ₄)	65
18. Distribusi Frekuensi Konsumen Terhadap Variabel Atribut Produk (X ₅)	67

19. Distribusi Frekuensi Konsumen Terhadap Variabel Promosi (X ₆)	68
20. Distribusi Frekuensi Konsumen Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X ₇)	70
21. Distribusi Frekuensi Konsumen Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (X ₈)	71
22. Hasil Uji Validitas Data	73
23. Hasil Uji Reliabilitas Data	74
24. Hasil Uji Normalitas Data	75
25. Hasil Uji Multikolinearitas Data	77
26. Hasil Uji Heteroskedastisitas Data	78
27. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	80
28. Hasil Uji Parsial (<i>t-test</i>) Data	83
29. Hasil Uji Simultan (<i>F-test</i>) Data	88
30. Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R²-test</i>) Data	88

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor		Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Penelitian	23
2.	Sebaran Angket Berdasarkan Rata-rata Kunjungan Konsumen di Gerai <i>Boost Juice</i> Kota Jakarta Selatan	48
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Data menggunakan <i>Scatter Plot</i>	79

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian	107
2. Daftar Kuesioner Penelitian	108
3. Data Identitas Responden Penelitian	113
4. Data Hasil Kuesioner Penelitian	128
5. Hasil Uji Kelayakan Instrumen Data	143
6. Hasil Uji Normalitas Data	148
7. Hasil Uji Asumsi Klasik Data	149
8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	151
9. Hasil Uji Hipotesis Data	152