PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *ONLINESHOP* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Studi kasus apartemen green pramuka jakarta)

SKRIPSI

ARFIYAN HIDAYATULLAH

21160000262

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2021

PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *ONLINESHOP* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Studi kasus apartemen green pramuka jakarta)

SKRIPSI

ARFIYAN HIDAYATULLAH

21160000262

SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya Karya Ilmiah dengan judul:

PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *ONLINESHOP* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Studi kasus apartemen green pramuka jakarta)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesi (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagimana mestinya.

Jakarta, 27 Februari 2021

ARFIAN HIDAYATULLAH

NPK 2116000262

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *ONLINESHOP* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Studi kasus apartemen green pramuka jakarta)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Indra Sakti SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai Karya Ilmiah di program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta

Jakarta, Februari 2021

Menyetujui	Mengetahui
Pembimbing,	Kepala Prodi S-1 Manajemen
Dr Indra Sakti SE.,MM	Muhammad Ramaditya BBA,.M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *ONLINESHOP* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Studi kasus apartemen green pramuka jakarta)

Telah diuji dalam suatu sidang karya ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 27 februari 2021 dengan nilai **A**

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1. ..... ; Muhammad Ramaditya BBA,.M.Sc
   (Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2 ..... ; Dr. Indra Sakti SE., MM
   (Pembimbing)
3..... ; Drs. Yusuf Suhardi MSi., MM
   (Anggota Penguji)
4..... ; Sri Handoko Sakti SE., MMTr
   (Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Serjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya Ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapet diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Indra Sakti SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

2. Bapak Drs. Yusuf Suhardi Msi., MM dan bapak Sri Handoko Sakti SE., MMTr Selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang

3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

4. Bapak Muhammad Ramaditya BBA,.M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

5. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini.

6. Pihak Apartemen Green Pramuka, Jakarta telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti lakukan

7. Kedua orangtua yang tak pernah putus memberikan doa, khususnya ibu dan bapak serta adik-adikku yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang membangkitkan saya untuk terus berjuang.

8. Dany putra, Nisi silviani dan teman Warlan yang telah membantu dan telah mendukung agar tetap semangat selama ini.

9. Seluruh teman-teman STEI program Strata-1 Manajemen angkatan 2016 terima kasih untuk momen kebersamaan terbaik selama di STEI.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan / kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan karya ilmiah ini.

Jakarta, Februari 2021

ARFIAN HIDAYATULLAH

NPK 21160000262

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arfiyan Hidayatullah
NPM : 21160000262
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi penggembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif *(Non-exclusive Royalty-free Right)*** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *ONLINESHOP* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

(Study kasus apartemen green pramuka jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 27 Februari 2021

Yang menyatakan,

ARFIAN HIDAYATULLAH

Arfian Hidayatullah
21160000262
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Dr. Indra Sakti SE,MM

PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ONLINESHOP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF L (studi kasus apartemen green pramuka jakarta)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor mempengaruhi perilaku konsumtif pengguna instgram. Dimana perilaku konsumtif sebagai variabel dependen, sedangkan kemudahan, Kualitas Informasi, dan Gaya Hidup sebagai variabel independen. Populasi dalam penelitian ini masyarakat yang tinggal di lingkup Apartemen Green Pramuka Jakarta sebanyak 7650. Penelitian ini mengggunakan metode survey analisis kuantitatif. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purpose sampling. Metode analisis data adalah uji validitas, uji realibilitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi (KD), uji t, uji f dengan menggunakan SPSS versi 26.00.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t secara parsial, menunjukan bahwa pengaruh kemudahan secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan dengan perilaku konsumtif. Pengaruh kualitas informasi bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas informasi terhadap perilaku konsumtif. Pengaruh gaya hidup bahwa secara parsial terdapat penggaruh yang signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Pengujian hipotesis uji f secara simultan terdapat pengaruh kemudahan, kualitas informasi, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna instgram sebagai media onlineshop. Pada penelitian ini variabel kualitas informasi memiliki pegaruh paling dominan terhadap variabel perilaku konsumtif.

Kata Kunci : Kemudahan, Kualitas Informasi, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif

Arfian Hidayatullah
21160000262
Program Studi S-1 Manajemen

Supervisor :
Dr. Indra Sakti SE, MM

PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ONLINESHOP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (studi kasus apartemen green pramuka jakarta)

ABSTRACT

This study aims to determine the factors affecting the consumptive behavior of users of the program. Where consumptive behavior as the dependent variable, while convenience, Information Quality, and Lifestyle as independent variables. The population in this study were 7650 people living in the scope of the Green Pramuka Apartment, Jakarta. This study used a quantitative analysis survey method. Data collection using a questionnaire as many as 100 respondents. The sampling technique used was purpose sampling. The data analysis method is validity test, reliability test, multiple regression analysis, coefficient of determination (KD), t test, f test using SPSS version 26.00.

Based on the results of testing the partial t-test hypothesis, it shows that the effect of partial convenience has a significant effect between convenience and consumptive behavior. The effect of information quality is that partially there is a significant influence between the quality of information on consumptive behavior. The influence of lifestyle that partially there is a significant influence of lifestyle on consumptive behavior.

Simultaneous testing of the f-test hypothesis shows that convenience, information quality, and lifestyle have a significant effect on the consumptive behavior of users of the instgram as an online shop media. In this study, the variable of information quality has the most dominant influence on the variable of consumptive behavior.

Keywords : ***Convenience, Quality of Information, Lifestyle, Consumptive Behavior***

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL …….…… i

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.……...
Error! Bookmark not defined.

PERSETUJUAN PEMBIMBING .....
i**Error! Bookmark not defined.**

HALAMAN PENGESAHAN ……... iv

KATA PENGANTAR v

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI iiiii

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN .....
Error! Bookmark not defined.

1.1. Latar belakang Masalah ……..……...
Error! Bookmark not defined.

1.2. Perumusan Masalah ……...…….
Error! Bookmark not defined.

1.3. Tujuan Penelitian …….
Error! Bookmark not defined.

1.4. Manfaat Penelitian ……...
Error! Bookmark not defined.

BAB II KAJIAN PUSTAKA .....
Error! Bookmark not defined.

2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu …….…..
Error! Bookmark not defined.

2.2. Landasan Teori …….....
Error! Bookmark not defined.

2.2.1 Pengertian Pemasaran …….
Error! Bookmark not defined.

2.2.2 Konsep Manajemen Pemasaran ……...
Error! Bookmark not defined.

2.2.3 Model Pemasaran …….....
Error! Bookmark not defined.

2.2.4 Pemasaran Internet ……..
Error! Bookmark not defined.

2.2.5 Online Shop ……...
Error! Bookmark not defined.

2.2.6 Pengertian kemudahan …….……..... 27

2.2.7 Faktor Faktor Kemudahan …….…
Error! Bookmark not defined.

2.2.8 Indikator Kemudahan ……....
Error! Bookmark not defined.

2.2.9 Pengertian Kualitas Informasi ……..…….
Error! Bookmark not defined.

2.2.10 Dimensi Kualitas Informasi …….
3**Error! Bookmark not defined.**

2.2.11 Indikator Kualitas Informasi ……....
3**Error! Bookmark not defined.**

2.2.12 Pengertian Gaya Hidup…….
Error! Bookmark not defined.

2.2.13 Faktor Faktor Gaya Hidup ……..…… 36

2.2.14 Indikator Gaya Hidup …….....…… 37

2.2.15 Pengertian Perilaku Konsumtif …….....…. 38

2.2.16 Faktor Faktor Perilaku komsumtif …….....…. 39

2.2.14 Indikator Perilaku Konsumtif …….....…. 40

2.3. Keterkaitan Antar Variabel ……...
Error! Bookmark not defined.

2.3.1 Keterkaitan Kemudahan Terhadap *Perilaku konsumtif* ….....
Error! Bookmark not defined.

2.3.2 Keterkaitan Kualitas Informasi terhadap Perilaku konsumtif ……...
Error! Bookmark not defined.

2.3.3 Keterkaitan Gaya hidup Terhadap *Perilaku konsumtif* .....
Error! Bookmark not defined.

2.4. Hipotesis Penelitian ……..
Error! Bookmark not defined.

2.5. Kerangka Konseptual ……... 38

BAB III METODE PENELITIAN 39

3.1. Strategi dan Metode Penelitian …….....
Error! Bookmark not defined.

3.2. Populasi dan Sampel …….....
Error! Bookmark not defined.

3.2.1 Populasi Penelitian ……...
Error! Bookmark not defined.

3.2.2 Sampel Penelitian …….
Error! Bookmark not defined.

3.3. Metode Pengumpulan Data …….
Error! Bookmark not defined.

3.4. Operasionalisasi Variabel ……....
Error! Bookmark not defined.

3.4.1 Skala dan Angka Penafsiran …….
Error! Bookmark not defined.

3.4.2 Indikator dan Sub Indikator Antar Variabel……..
Error! Bookmark not defined.2

3.5. Pengujian Instrumen Penelitia……..
5**Error! Bookmark not defined.**

3.5.1 Uji Validitas…….……
5**Error! Bookmark not defined.**

3.5.1 Uji Realibilitas…..…….…… 55

3.6. Metode Analisi Data ……...
Error! Bookmark not defined.

3.6.1 Pengoalahan Data ……....
Error! Bookmark not defined.

3.6.1 Penyajian Data …….……....
Error! Bookmark not defined.

3.7. Metode Analisis Statistik Data ..……..……...
Error! Bookmark not defined.

3.7.1 Analisis Regresi Berganda ……..…….....
Error! Bookmark not defined.

3.7.1 Koefisien Determinasi KD ……..…….....
Error! Bookmark not defined.

3.6.1 Uji Hipotesis …….…….....
Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....
Error! Bookmark not defined.

4.1. Deskripsi Perusahaan ……
Error! Bookmark not defined.

4.2. Deskripsi Responden …….…….....
Error! Bookmark not defined.

4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ……....
Error! Bookmark not defined.

4.2.2 Responden Berdasarkan Usia ……
Error! Bookmark not defined.

4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan ……...
Error! Bookmark not defined.

4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian ……...…….
Error! Bookmark not defined.

4.3.1 Uji Validitas ……..
Error! Bookmark not defined.

4.3.2 Uji Reliabilitas ……..
Error! Bookmark not defined.

4.4. Analisis Statistik Data ……..
Error! Bookmark not defined.

4.4.1 Analisis Regresi Berganda ……... 72

4.4.2 Koefisien Determinasi KD ……..……...…….....
Error! Bookmark not defined.

4.4.3 Mengukur Pengaruh Parsial Koefisien Determinasi ……. 74

4.4.4 Pengujian Hipotesis (uji t) …….
7**Error! Bookmark not defined.**

4.4.5 Pengujian Hipotesis (uji f) ……..……. 77

4.5. Pembahasan Hasil Analisis Data …….
Error! Bookmark not defined.

4.5.1 Pengaruh Kemudahan terhadap perilaku konsumtif……..
Error! Bookmark not defined.8

4.5.2 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap perilaku konsumtif ……...
Error! Bookmark not defined.

4.5.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif …….....
Error! Bookmark not defined.

4.6.4 Pengaruh Kemudahan, Kualitas Informasi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif ……..…….....
Error! Bookmark not defined.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN ..... Error! Bookmark not defined.

5.1. Kesimpulan …….
Error! Bookmark not defined.

5.2. Saran ……..…….……
Error! Bookmark not defined.

5.3. Keterbatasan Penelitian ……..……
Error! Bookmark not defined.

DAFTAR REFERENSI ……..…….. 85

LAMPIRAN ……. 88

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 15

Tabel 3.1. Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuesioner ……. 51

Tabel 3.2. Variabel, Indikator, Sub Indikator Antar Variabel …….. 52

Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ……... 65

Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia ……... 66

Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan …….. 66

Tabel 4.4. Validitas instrument per butir untuk variabel kemudahan (X1)…… 70

Tabel 4.5. Validitas instrument per butir untuk Kualitas Informasi (X2) …….. 70

Tabel 4.6. Validitas instrument per butir untuk Gaya Hidup (X3) ……..... 71

Tabel 4.7. Validitas instrument per butir untuk Perilaku Komsumtif (Y) ……. 71

Tabel 4.8. Hasil uji reliabilitas instrumen variabel Kemudahan (X1),

Kualitas Informasi (X2), Gaya Hidup (X3) dan Perilaku Konsumtif (Y) …….. 72

Tabel 4.9. Hasil Analisa Regresi Berganda Kemudahan, kualitas informasi, Gaya Hidup dengan Perilaku konsumtif ……. 73

Tabel 4.10. Koefisien Determinasi antara Kemudahan, kualitas informasi dan Gaya Hidup dengan perilaku konsumtif …… 73

Tabel 4.11. Pengaruh parsial kemudahan dengan perilaku konsumtif …….. 74

Tabel 4.12. Pengaruh parsial kualitas informasi dengan perilaku konsumtif … 74

Tabel 4.13. Pengaruh parsial Gaya Hidup dengan perilaku konsumtif ……. 75

Tabel 4.14. Hasil uji-t antara Kemudahan, kualitas informasi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif ……. 75

Tabel 4.15. Hasil Hipotesis Secara Simultan (uji F) antara Kemudahan, Kualitas informasi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif …… 77

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1. Perkembangan instagram pada tahun 2020…….. 2

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran …… 45

Gambar 4.1. Diagram skala likert variabel kemudahan ……... 67

Gambar 4.2. Diagram skala likert variabel kualitas informasi ……... 68

Gambar 4.3. Diagram skala likert variabel gaya hidup ……... 68

Gambar 4.5. Diagram skala likert variabel perilaku konsumtif …….. 69

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian 88

Lampiran 2. Tabulasi Untuk Variabel Kemudahan 94

Lampiran 3. Tabulasi Untuk Variabel Kualitas Informasi 97

Lampiran 4. Tabulasi Untuk Variabel Gaya Hidup 101

Lampiran 5. Tabulasi Untuk Variabel Perilaku Konsumtif 104

Lampiran 6. Pengelolahan Data Uji Validitas
Per Variabel Kemudahan (X1) …… 108

Lampiran 7. Pengelolahan Data Uji Validitas
Per Kualitas Informasi (X2) …….. 109

Lampiran 8. Pengelolahan Data Uji Validitas
Per Variabel Gaya Hidup (X3) ……... 110

Lampiran 9. Pengelolahan Data Uji Validitas Per Variabel Perilaku Konsumtif (Y) ……...… 111

Lampiran 10. Hasil Uji Realibilitas Kemudahan ……..... 112

Lampiran 11. Hasil Uji Realibilitas Kualitas Informasi …….. 112

Lampiran 12. Hasil Uji Realibilitas Gaya Hidup …… 113

Lampiran 13. Hasil Uji Realibilitas Perilaku Konsumtif ...…… 113

Lampiran 14. Hasil Koefisien Determinasi antara Kemudahan, kualitas informasi dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif …….. 114

Lampiran 15. Hasil Analisis Mengukur Pengaruh Parsial Koefisien Determinasi …….. 114

Lampiran 16. Hasil Pengujian hipotesis (Uji t) ……..... 115

Lampiran 17. Hasil Hipotesis Secara Simultan (uji F) ……... 115

Lampiran 18. Surat Keterangan Riset ……..... 116

Lampiran 19. Daftar Riwayat Hidup ……..... 117