

**ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
PADA PERILAKU KONSUMEN**



Disusun Oleh:

Nikolaus Sadewo Sugestianto

180324286

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA

YOGYAKARTA

2021/2022

**ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
PADA PERILAKU KONSUMEN**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Nikolaus Sadewo Sugestianto

180324286

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

JULI 2022

LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI
ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA PERILAKU
KONSUMEN




Disusun Oleh:

Nikolaus Sadewo Sugestianto

180324286

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Agnes Gracia Quita, S.E., M.Sc.

Lembar Pernyataan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA PERILAKU
KONSUMEN**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 2 Juli 2022

Yang Menyatakan,



Nikolaus Sadewo Sugestianto

SKRIPSI
ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA PERILAKU
KONSUMEN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nikolaus Sadewo Sugestianto

NPM: 18 03 24286

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 01 Agustus 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat
untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai
gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



**Mahestu N. Krisjanti, MSc. IB.,
Ph.D.**

Anggota Panitia Penguji



Th. Diah. Widiastuti, SE., M.Si



Agnes Gracia Quita, SE., M.Sc

Yogyakarta, 27 Oktober 2022

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.



Kata Pengantar

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan segala ciptaanNya. Saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial Pada Perilaku Konsumen sebagai objek penelitian. Penulisan penelitian ini dilakukan sebagai pemenuhan salah satu prasyarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses menulis tugas akhir ini, tidak terlepas dari pihak-pihak yang memberi dukungan, semangat dan pencerahan. Maka dari itu saya ingin menyampaikan rasa terima kasih saya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia yang diberikan kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Mama dan Papa yang telah memberi *support* dan motivasi selama proses menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Agnes Gracia Quita, S.E., M.Sc. yang telah memberikan dukungan dan semangat serta meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama proses menyelesaikan tugas akhir.
4. Carolina Agatha beserta keluarga yang merupakan kekasih yang bersedia menemani, memberi dukungan dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang senantiasa selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Demikian kata pengantar yang dapat penulis sampaikan. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, peluku bisnis, serta teman-teman mahasiswa.

Apabila dapat kekurangan dalam skripsi ini, maka diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Terima kasih sekali lagi bagi seluruh pihak yang terlihat. Tuhan memberati.

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PERSETUJUAN.....	II
LEMBAR PERNYATAAN	III
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR TABEL.....	IX
DAFTAR GAMBAR	X
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.5 RUANG LINGKUP DAN BATASAN PENELITIAN	7
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 TINJAUAN TEORI	9
2.1.1. <i>Media Sosial</i>	9
2.1.2. <i>Perilaku Konsumen</i>	10
2.2 PENELITIAN TERDAHULU.....	20
2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS	25
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 JENIS PENELITIAN	27
3.2 TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	27
3.3 POPULASI DAN SAMPEL	27
3.3.1 <i>Populasi</i>	27
3.3.2 <i>Sampel</i>	28
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	28
3.5 DEFINISI OPERASIONAL.....	29
3.6 METODE ANALISIS DATA.....	33
3.6.1 <i>Deskriptif</i>	33
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 PROFIL RESPONDEN	35
4.1.1 <i>Jenis Kelamin</i>	35
4.1.2 <i>Usia</i>	35

4.1.3	<i>Status Pekerjaan / Status Terkini</i>	36
4.2	ANALISIS DATA	37
4.2.1	<i>Penggunaan Internet dan Media Sosial</i>	37
4.2.2	<i>Dampak Media Sosial Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian</i>	37
4.2.3	<i>Jenis Media Sosial Yang digunakan</i>	41
4.2.4	<i>Mencari Informasi</i>	42
4.2.1	<i>Aktivitas di Media Sosial</i>	46
4.2.2	<i>Variabel Psikografis</i>	48
4.2.3	<i>Pembelian</i>	53
4.2.1	<i>Paska Pembelian</i>	54
BAB V	56
PENUTUP	56
5.1	KESIMPULAN	56
5.2	IMPLIKASI MANAJERIAL	58
5.3	SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

Daftar Tabel

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2 Definisi Operasional	29
Tabel 3 Jenis Media Sosial Yang Digunakan	42
Tabel 4 Keuntungan Menggunakan Media Sosial	43
Tabel 5 Sumber Pencarian Informasi Yang Paling Banyak Digunakan	44
Tabel 6 Variabel Psikografis	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

Daftar Gambar

Gambar 1 Data Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 2 Data penggunaan media sosial	4
Gambar 3 Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 4 Tahapan Pembelian Konsumen.....	18
Gambar 5 Diagram Jenis Kelamin	35
Gambar 6 Diagram Usia.....	36
Gambar 7 Diagram Status Pekerjaan	36
Gambar 8 Diagram Waktu Penggunaan Media Sosial.....	37
Gambar 9 Diagram Mencari info lebih lanjut sebelum membeli.....	40
Gambar 10 Diagram Membeli Sesuatu Yang Tidak Direncanakan.....	41
Gambar 11 Pendapat Tentang Media Sosial	45
Gambar 12 Diagram Sumber Informasi Yang Bisa Diandalkan.....	46
Gambar 13 Aktivitas Pengguna Media Sosial	47
Gambar 14 Tentang Ulasan/Review	48
Gambar 15 Hal Yang Menarik Perhatian di Media Sosial.....	49
Gambar 16 Motivasi Untuk Membeli Produk.....	50
Gambar 17 Pengaruh Perilaku Konsumen Karena Produk Viral.....	54
Gambar 18 Diagram Reaksi Ketidakpuasan	55

Daftar Lampiran

Lampiran Kuesioner	63
Lampiran Jawaban Kuesioner.....	74