

**HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI MATERIALISTIS DAN
PERILAKU KONSUMSI *ONLINE* YANG MENCOLOK: PERAN
MEDIASI PERILAKU NARSISTIK DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Andrea Angelina Wahyu Yermia

200325672

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI MATERIALISTIS DAN
PERILAKU KONSUMSI *ONLINE* YANG MENCOLOK: PERAN
MEDIASI PERILAKU NARSISTIK DI INSTAGRAM**



Disusun oleh:

Andrea Angelina Wahyu Yermia

200325672

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. Jarot Priyogutomo', written over a faint background.

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

28 Mei 2024

SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI MATERIALISTIS DAN PERILAKU KONSUMSI *ONLINE* YANG MENCOLOK: PERAN MEDIASI PERILAKU NARSISTIK DI INSTAGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh

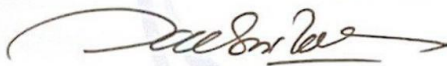
Andrea Angelina Wahyu Yermia

200325672

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 4 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

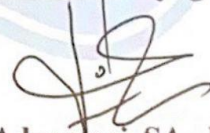


Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.



Api Adyantari, SA., MBA.

Yogyakarta, Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN


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

**HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI MATERIALISTIS DAN PERILAKU
KONSUMSI *ONLINE* YANG MENCOLOK: PERAN MEDIASI PERILAKU
NARSISTIK DI INSTAGRAM**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri. Pertanyaan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,



Andrea Angelina Wahyu Yermia

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, berkat, hikmat, karunia serta kelimpahan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul **“HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI MATERIALISTIS DAN PERILAKU KONSUMSI *ONLINE* YANG MENCOLOK: PERAN MEDIASI PERILAKU NARSISTIK DI INSTAGRAM”** yang diajukan sebagai syarat untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selaku penulis dalam penelitian ini ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu, mendukung, dan mendoakan kesuksesan penulis, diantaranya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan hikmat dan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan selesai tepat waktu.
2. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. selaku dosen pembimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini. Beliau dengan sabar, baik hati, dan mudah untuk ditemui dalam bimbingan dan memberikan banyak proses pengajaran dalam bimbingan skripsi hingga penulis mendapatkan gelar sarjana.
3. Seluruh Dosen pengajar FBE UAJY, yang pernah mengajar penulis selama 4 tahun masa studi, sehingga ilmu dan materi pembelajaran dapat diterapkan pada studi ini.
4. Andrea Angelina Wahyu Yermia, yang berhasil melewati dan keluar dari zona nyaman untuk memberikan performa yang terbaik sehingga penelitian ini dapat selesai tepat waktu sesuai dengan harapan.
5. Orang tua saya dan yang selalu memberikan semangat dan selalu mendoakan penulis dalam setiap langkah, terimakasih kepada kakak penulis tercinta yang sudah mendukung dan memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini.
6. Sahabat terbaik penulis Diandra, Savira, Ivella, Amel, Lala, Priska, Elva, Elvania, Karen, dan Avenina yang selalu membantu serta memberikan dukungan sehingga skripsi penulis dapat diselesaikan dengan baik.

7. Kepada seluruh teman-teman yang dalam proses penyusunan penelitian ini membantu penulis dalam berdiskusi, yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu.
8. Seluruh responden penelitian yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu proses penelitian.

Demikian, penelitian skripsi ini dibuat dengan sebaik mungkin, apabila terdapat kekurangan, akan sangat terbuka terhadap kritik dan saran. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Andrea Angelina Wahyu Yermia', written in a cursive style.

Andrea Angelina Wahyu Yermia

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Orientasi Materialistis.....	6
2.1.2 Perilaku Konsumsi <i>Online</i> yang Mencolok.....	8
2.1.3 Perilaku Narsistik.....	9
2.2 Penelitian Sebelumnya	12
2.3 Kerangka Penelitian	18
2.4 Hipotesis.....	18
BAB III	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Objek, Subjek, dan Lokasi Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	22

3.4	Teknik Pengumpulan Data	23
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	23
3.6	Metode Pengukuran Data.....	25
3.7	Metode Analisis Data	26
3.8	Metode Pengujian Instrumen	26
3.9	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	27
3.9.1	Uji Validitas	27
3.9.1.1	Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	27
3.9.1.2	Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	28
3.9.2	Uji Reliabilitas	28
3.10	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	28
3.10.1	<i>R-Square</i>	28
3.10.2	<i>Prediction Relevance (Q-Square)</i>	29
3.10.3	<i>Path Coefficient</i>	29
3.11	Pengujian Hipotesis.....	29
3.12	Pengujian Variabel Mediasi.....	30
BAB IV		32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Hasil Statistika Deskriptif	32
4.1.1	Pertanyaan Filter Responden	32
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Demografi	33
4.1.3	Statistika Deskriptif Variabel	35
4.1.3.1	Analisis Deskriptif Variabel Orientasi Materialistis	35
4.1.3.2	Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Konsumsi <i>Online</i> yang Mencolok.....	36
4.1.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Narsistik	37
4.2	Hasil Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	38
4.2.1	Analisis Uji Validitas Konvergen (<i>convergent validity</i>)	38
4.2.2	Analisis Uji Validitas Diskriminan (<i>discriminant validity</i>)	40
4.2.3	Analisis Uji Reliabilitas	41
4.3	Hasil Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	42
4.3.1	Analisis <i>R-Square</i> Model dan <i>Q-Square</i> Model	42
4.3.2	Analisis <i>Path Coefficients</i>	44
4.4	Pengujian Hipotesis.....	44

4.4.1	Pengaruh Orientasi Materialistis terhadap Perilaku Konsumsi <i>Online</i> yang Mencolok di Instagram.....	45
4.4.2	Pengaruh Orientasi Materialistis terhadap Perilaku Narsistik	45
4.4.3	Pengaruh Perilaku Narsistik terhadap Perilaku Konsumsi <i>Online</i> yang Mencolok di Instagram.....	46
4.4.4	Pengaruh Mediasi Perilaku Narsistik terhadap Hubungan Antara Orientasi Materialistis dan Perilaku Konsumsi <i>Online</i> yang Mencolok di Instagram.....	46
4.5	Pembahasan Hipotesis.....	48
4.5.1	Pengaruh Orientasi Materialistis terhadap Perilaku Konsumsi <i>Online</i> yang Mencolok di Instagram.....	48
4.5.2	Pengaruh Orientasi Materialistis terhadap Perilaku Narsistik	48
4.5.3	Pengaruh Perilaku Narsistik terhadap Perilaku Konsumsi <i>Online</i> yang Mencolok di Instagram.....	49
4.5.4	Pengaruh Mediasi Perilaku Narsistik terhadap Hubungan Antara Orientasi Materialistis dan Perilaku Konsumsi <i>Online</i> yang Mencolok di Instagram.....	49
BAB V		51
PENUTUP		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Implikasi Manajerial	52
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	53
5.4	Saran Penelitian Selanjutnya.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....		55
LAMPIRAN I		60
KUESIONER PENELITIAN		60
LAMPIRAN II.....		63
DAFTAR RESPONDEN DAN JAWABAN KUESIONER		63
LAMPIRAN III.....		80
HASIL OLAH DATA SEM PLS		80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia	1
Gambar 2.1 Model Penelitian	18
Gambar 3.1 Jalur Pengaruh Mediasi.....	30
Gambar 3.2 Pola Konsistensi Mediasi dan Non Mediasi	32
Gambar 4.1 Aktivitas yang Banyak dilakukan di Instagram	35
Gambar 4.2 Model Kerangka SEM PLS	38
Gambar 4.3 Model Struktural PLS Algorithm.....	42
Gambar 4.4 Model Struktural <i>Blindfolding</i>	43
Gambar 4.5 Model Struktural <i>Bootstrapping</i>	44

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Sebelumnya	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional	23
Tabel 3.2 Skor Skala Likert dalam Setiap Pernyataan	25
Tabel 3.3 Pembagian Kelas Interval	26
Tabel 4.1 Jumlah Responden Pengguna Aktif Instagram	32
Tabel 4.2 Jumlah Responden yang Tertarik Pada Konten Barang Mewah	33
Tabel 4.3 Jumlah Responden yang Pernah Mengunggah Foto di Instagram.....	33
Tabel 4.4 Karakteristik Demografi Responden.....	34
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Orientasi Materialistis.....	36
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Konsumsi Online yang Mencolok.....	37
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Narsistik	37
Tabel 4.8 Nilai Outer Loading (Loading Factor)	39
Tabel 4.9 Average Variance Extracted	40
Tabel 4.10 Nilai Cross Loading	40
Tabel 4.11 Tabel Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.12 R-Square dan Q-Square	42
Tabel 4.13 Path Coefficients	44
Tabel 4.14 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	45
Tabel 4.15 Uji Hipotesis Peran Mediasi	46
Tabel 4.16 Kesimpulan dari Hasil Pengujian Hipotesis.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	59
KUESIONER PENELITIAN	59
LAMPIRAN II.....	62
DAFTAR RESPONDEN DAN JAWABAN KUESIONER	62
LAMPIRAN III.....	79
HASIL OLAH DATA SEM PLS	79

HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI MATERIALISTIS DAN PERILAKU KONSUMSI *ONLINE* YANG MENCOLOK: PERAN MEDIASI PERILAKU NARSISTIK DI INSTAGRAM

Disusun oleh:

Andrea Angelina Wahyu Yermia

200325672

Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari orientasi materialistis terhadap perilaku konsumsi *online* yang mencolok dan melihat peran dari mediasi perilaku narsistik di Instagram. Objek dalam penelitian ini adalah Instagram dengan total responden sebanyak 160 responden, namun hanya 147 responden yang memenuhi kriteria dan menjadi sumber data untuk penelitian. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan skala *Likert 7* poin, yang disebarakan secara *online* dalam bentuk kuesioner *online* menggunakan Google Forms. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dalam menganalisis data berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS. Berdasarkan penelitian ini didapati yang pertama, bahwa orientasi materialistis memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumsi *online* yang mencolok dan terhadap perilaku narsistik di Instagram. Kedua didapati bahwa perilaku narsistik berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi *online* yang mencolok di Instagram. Dan yang terakhir mengkonfirmasi bahwa perilaku narsistik berperan dalam memediasi hubungan positif antara orientasi materialistis dan perilaku konsumsi *online* yang mencolok di Instagram. Dari hasil penelitian ini dapat menjadi literatur dalam memahami dinamika perilaku konsumen di era digital.

Kata kunci: Orientasi Materialistis, Perilaku Konsumsi *Online* yang Mencolok, Perilaku Narsistik