

PENGARUH KELOMPOK PERSAHABATAN DAN KELOMPOK DUNIA MAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

**(Survei pada Mahasiswa Strata-1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas
Brawijaya Malang yang Melakukan Pembelian dipengaruhi melalui Media
Sosial Instagram)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**Moch. Zulkifli Machmud
125030201111025**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINSTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
MALANG
2016**

MOTTO

Dalam Hari Selalu ada Kesempatan
Dalam Hari Selalu ada Kemungkinan

(Iwan Fals)

Carilah Peluang Diantara Kemungkinan
Pandai-Pandailah Memilih Kesempatan

Kepada yang tercinta
Bapak, Ibu, dan Adikku
Lalu, Teman-Teman Sejawatku,

terima kasih atas segala do'a, dukungan dan dorongan dalam
segala proses pengerjaan tugas akhir ini.

See You on Top!

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang melakukan pembelian dipengaruhi melalui Media Sosial Instargam Instagram)

Disusunoleh : Moch. Zulkifli Machmud

NIM : 125030201111025

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi/Minat : Manajemen Pemasaran

Malang, 1 Agustus 2016

Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota

Dr. Drs. Edy Yulianto, MP

NIP. 19600728 198601 1 001

Dr. Sunarti, S.SOS MAB

NIP. 19740717 199802 2 001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

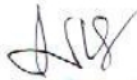
Hari : Kamis
Tanggal : 18 Agustus 2016
Jam : 09.30
Skripsi atas nama : Moch. Zulkifli Machmud
Judul : Pengaruh Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Strata-1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang melakukan Pembelian melalui Instagram)

dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,



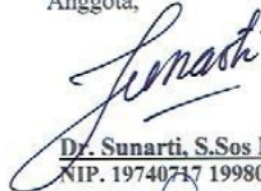
Dr. Drs. Edy Yulianto, MP
NIP. 19600728 198601 1 001

Anggota,



Andriani Kusumawati, S.Sos; Msi, DBA
NIP. 19600728 198601 1 001

Anggota,



Dr. Sunarti, S.Sos MAB
NIP. 19740717 199802 2 001

Anggota,



M. Kholid Mawardi, S.Sos., MAB, Ph. D
NIP. 19751220 200501 1 002

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003. Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 2 Agustus 2016

Nama : Moch. Zulkifli Machmud

NIM : 125030201111025

RINGKASAN

Moch Zulkifli Machmud, 2016, **Pengaruh Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Melakukan Pembelian dipengaruhi melalui Media Sosial Instagram)**. Dr. Drs. Edy Yulianto, MP, Dr. Sunarti, S.SOS, MAB. 102 Hal. + xiv.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan: (1) pengaruh variabel Kelompok Persahabatan terhadap variabel Keputusan Pembelian; (2) pengaruh variabel Kelompok Dunia Maya terhadap variabel Keputusan Pembelian; (3) pengaruh variabel Kelompok Persahabatan dan variabel Kelompok Dunia Maya secara bersama-sama terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Melakukan Pembelian melalui Media Sosial Instagram, dengan teknik *purposive sampling*, menggunakan rumus Machin dan Champbell diambil sampel sebesar 106 orang responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data secara deskriptif dan regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) variabel Kelompok Persahabatan (X_1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,581; (2) variabel Kelompok Dunia Maya (X_2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,483; (3) variabel Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya (X_1) dan (X_2) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,235.

Kata kunci: kelompok persahabatan, kelompok dunia maya, keputusan pembelian

SUMMARY

Moch Zulkifli Machmud, 2016, *Effect of Friendship Group and Virtual Group against Purchase Decision (Survey on the Student of Administration Science Faculty Brawijaya University Malang who Make Purchases via Social Media Instagram)*. Dr. Drs. Edy Yulianto, MP, Dr. Sunarti, S.SOS, MAB. 102 Pages. + xiv.

This study aims to identify and explain: (1) the effect of Friendship Group variable to Buying Decision variable; (2) the effect of Virtual Group variable to Buying Decision variable; (3) the effect of Friendship Group variable and Virtual Group variable as an simultaneous to Buying Decision variable

This research is explanatory research using quantitative approach. The population in this study are Student of Administration Science Faculty of Brawijaya University who Make Purchases via Social Media Instagram with purposive sampling, using the formula of Machin and Champbell taken sample of 106 respondents. Methods of data collection using questionnaires. Data analysis techniques using descriptive analysis and linear regression analysis.

The result for this research are: (1) Friendship Group variable (X_1) have a significant influence on the Buying Decision variable (Y) equal to 0,581; (2) Virtual Group variable (X_2) have a significant influence on Buying Decision variable (Y) equal to 0,483; (3) Friendship Group variable (X_1) and Virtual Group variable (X_2) have a significant influence as an simultaneous on the Buying Decision variables equal to 0,235 (Y).

Key words : friendship group, virtual group, buying decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam yang tiada henti memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kelompok Persahabatan dan Kelompok Dunia Maya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Melakukan Pembelian Dipengaruhi Melalui Media Sosial Instagram)”

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Universitas Brawijaya Malang. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya;
2. Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya;
3. Dr. Wilopo, M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya;
4. Mokhammad Kholid Mawardi, S.Sos., M.AB., Ph.D selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya;
5. Dr. Drs. Edy Yulianto, MP selaku Ketua Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memotivasi serta memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
6. Dr. Sunarti, S.SOS, MAB selaku Anggota Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memotivasi, dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
7. Keluarga tercinta yang selalu mendorong saya untuk cepat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman Geng B.A.C.O.L. dan Geng Boker sebagai penghibur saat bingung

9. Amanda Mahardika Jelita, selaku partner yang luar biasa
10. Rekan-rekan Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya yang telah memberikan motivasi dan petunjuk untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu terselesainya penulisan skripsi yang tidak dapat peneliti sebut satu persatu.

Peneliti tentu menyadari akan segala keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, sehingga peneliti tentu mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, Juli 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

MOTTO	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penulisan.....	8
D. Manfaat Penulisan.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	11
B. Tinjauan Teoritis	
1. Pemasaran.....	24
2. Perilaku Konsumen.....	24
3. Kelompok Referensi/Acuan	25
4. Keputusan Pembelian.....	33
5. Pemasaran Online dan Media Sosial.....	41
C. Hubungan Antar Variabel.....	42
D. Kerangka Berpikir.....	44
E. Hipotesis.....	45
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Lokasi Penelitian.....	47
C. Variabel dan Skala Pengukuran	
1. Variabel Penelitian.....	48
2. Definisi Operasional Variabel	50
3. Skala Pengukuran.....	51
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	
1. Populasi.....	52
2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	52
E. Teknik Pengumpulan Data	
1. Sumber Data.....	56
2. Metode Pengumpulan Data.....	57

3. Instrumen Penelitian.....	57
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
G. Teknik Analisis Data	
1. Analisis Deskriptif	61
2. Uji Asumsi Klasik	62
3. Analisis Regresi Berganda.....	63
F. Hasil Uji Asumsi Klasik	
1.Uji Normalitas.....	64
2.Uji Multikolinieritas.....	67
3.Uji Heterokedastitas.....	68
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	70
1.Sejarah Fakultas Ilmu Administrasi.....	70
2.Visi Dan Misi Fakultas Ilmu Administrasi.....	71
3.Program Studi Fakultas Ilmu Administrasi.....	71
B. Gambaran Umum Responden.....	72
C. Hasil Analisi Deskriptif.....	78
D. Analisis Regresi Berganda.....	90
E. Pembahasan.....	95
BAB V : KESIMPULAN	
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	101

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal.
1.	Tabel 2.1 Pemetaan Penelitian Terdahulu	18
2.	Tabel 3.1 Variabel, Indikator dan <i>Item</i> Penelitian.....	50
3.	Tabel 3.2 Skala Pengukuran Kuisisioner	52
4.	Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kelompok Persahabatan	59
5.	Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kelompok Dunia Maya	60
6.	Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian	61
7.	Tabel 3.6 Hasil Uji Normalitas Data.....	65
8.	Tabel 3.7 Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
9.	Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	73
10.	Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
11.	Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	74
12.	Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Program Studi.....	75
13.	Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Pendapatan.....	76
14.	Tabel 4.6 Gambaran Responden Lama Menggunakan Instagram	77
15.	Tabel 4.7 Gambaran Responden Yang Memberikan Informasi	78
16.	Tabel 4.8 Kriteria Interpretasi Rata-Rata Skor Jawaban	79
17.	Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Kelompok Persahabatan	80
18.	Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Kelompok Dunia Maya	82
19.	Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Keputusan Pembelian	85
20.	Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	91
21.	Tabel 4.13 Tabel Koefisien Korelasi	93

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal.
1.	Gambar 1.1 Data Pertumbuhan <i>Social Buyers</i> di Indonesia	5
2.	Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	34
3.	Gambar 2.2 Langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	38
4.	Gambar 2.3 Model Hipotesis Penelitian	44
5.	Gambar 3.1 Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	66
6.	Gambar 3.2 Hasil Uji Heterokedastitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal.
1.	Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	104
2.	Lampiran 2 Tabulasi Identitas Responden	107
3.	Lampiran 3 Tabel Skor Jawaban Responden	112
4.	Lampiran 4 Frekuensi Jawaban Responden	115
5.	Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	122
6.	Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	129
7.	Lampiran 7 Uji Regresi Berganda	134