



Judul Seminar Proposal:

Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme di Masa Covid-19 terhadap Keputusan Membeli Pengguna di Tokopedia

Tugas Akhir Skripsi/Tugas Akhir Selain Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Eric

NIM : 1810411252



JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA 2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Eric
NIM : 1810411252
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Maret 2023

Yang menyetujui,



Eric

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Eric

N I M : 1810411252

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme di Masa Covid-19 terhadap Keputusan Membeli di Tokopedia pada Pengguna Tokopedia

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I



Dr. Ana Kuswanti, M.Si

Penguji I



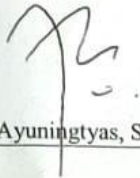
Dr. Ilona Vicenovie O.S

Penguji II



Dra. Aniek Irawatie, M.Si

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 19 Januari 2023

Abstrak

Pandemic Covid-19 juga berdampak di Indonesia, yang disebabkan oleh virus dapat menyerang kekebalan tubuh dan mudah menyebar. Pandemi ini mampu mengubah gaya hidup masyarakat terutama dalam memenuhi kebutuhannya. Pada masa pandemi Covid-19 juga mengakibatkan persentase belanja masyarakat semakin tinggi. Meskipun masyarakat kehilangan pekerjaan dan mahasiswa yang tidak mendapatkan uang saku setiap bulan mereka mampu membeli kebutuhan, dan hanya mengikuti trend yang terjadi saat masa pandemi Covid-19. Semakin sering seseorang menghabiskan waktunya dirumah, mereka cenderung untuk mengakses *online shop*, menjadikan peningkatan pada perilaku pembelian yang mengakibatkan adanya pembelian secara cepat dan tiba-tiba (*impulsif*), begitu juga sebaliknya semakin jarang seseorang menghabiskan waktunya untuk mengakses *online shop* mengakibatkan keputusan membeli yang akan menjadikan adanya pembelian secara cepat dan tiba-tiba (*impulsif*). Teori yang digunakan adalah Teori integrasi informasi (*information integration theory*) dan konsistensi, teori ini merupakan teori yang berada pada kelompok pemikiran atau tradisi sibernika, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel data melalui kuesioner Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana semakin tinggi pengaruh gaya hidup hedonisme maka akan diikuti oleh semakin tingginya keputusan membeli di Tokopedia pada pengguna Tokopedia, dengan kontribusi sebesar 62,0%, sedangkan sisanya sebesar 38,0% merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti diluar penelitian.

Kata Kunci : Covid 19, *Online Shop*, Hedonisme, Tokopedia

Abstract

The Covid-19 pandemic has also had an impact on Indonesia, which is caused by a virus that can attack the immune system and spread easily. This pandemic has been able to change people's lifestyles, especially in meeting their needs. During the COVID-19 pandemic, it also resulted in a higher percentage of public spending. Even though people have lost their jobs and students don't get pocket money every month, they are able to buy necessities and only follow the trend that occurred during the COVID-19 pandemic. The more often someone spends their time at home, they tend to access the online shop, increasing their buying behavior, which results in quick and sudden (impulsive) purchases, and vice versa, the less often someone spends time accessing the online shop, resulting in a buying decision that will result in purchases quickly and suddenly (impulsive). The theory used is the theory of information integration (information integration theory) and consistency, this theory is a theory that is in a group of thoughts or cybernic traditions, and uses quantitative research methods by taking data samples through questionnaires. The results showed that the hedonistic lifestyle had a significant positive effect on purchasing decisions, where the higher the influence of the hedonistic lifestyle, the higher the decision to buy at Tokopedia for Tokopedia users, with a contribution of 62.0%, while the remaining 38.0% is the influence or contribution of other variables not examined outside the study.

Keywords : covid 19, online shop, hedonism, tokopedia

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Mahasiswa sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eric

NIM : 1810411252

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Berdasarkan untuk perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme di Masa Covid-19 terhadap Keputusan Membeli di Tokopedia pada Pengguna Tokopedia Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Januari 2023

Yang Menyatakan



Eric

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga karya ini telah mencapai proses penyempurnaan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan Februari tahun 2022 adalah “Pengaruh Covid 19 Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Membeli pada pengguna di Tokopedia”

Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Ana Kuswanti dan Ibu Aniek selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat, Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada ayah, ibu dan adik serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 19 Juni 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name 'Eric' written in a stylized, cursive script.

Eric

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I.	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.4.2 Manfaat Akademis.. ..	8
1.4.3 Manfaat Teoritis.	8
1.5 Sistematika Penulisan.	8
BAB II.	10
TINJAUAN PUSTAKA.. ..	10
2.1 Penelitian Terdahulu.	10
2.2 Konsep Penelitian.	13
2.2.1 Gaya Hidup Semasa Covid.	13
2.2.2 Media Online.	14
2.2.3 Media Sosial	15
2.2.4 Keputusan Pembelian.	16
2.2.5 E-commerce.	18
2.2.6 Tokopedia.....	20

2.2.7 Hedonisme.	22
2.3 Teori Penelitian.	23
2.4 Tabel Operasional	24
2.5 Kerangka Pemikiran.	25
2.6 Hipotesis.	27
BAB III.	28
METODOLOGI PENELITIAN..	28
3.1 Objek Penelitian.	28
3.1.1 Populasi	28
3.1.2 Sampel	28
3.2 Pendekatan Penelitian.	30
3.3 Jenis Penelitian.	30
3.4 Metode Penelitian.	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.	31
3.6 Sumber Data.	32
3.6.1 Data Primer	32
3.6.2 Data Sekunder	32
3.7 Teknik Analisis Data.	32
3.7.1 Uji Validitas.	33
3.7.2 Uji Reliabilitas.	35
3.7.3 Uji Korelasi Product Moment	37
3.7.4 Analisis Regresi Sederhana.	38
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi	39
3.7.6 Uji Hipotesis.	39
3.8 Tabel Rencana Waktu.....	40

BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	42
4.1.1 Gaya Hidup Hedonisme Selama Covid-19	42
4.1.2 Keputusan Membeli di Tokopedia	43
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Identitas Responden	44
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X1 : Gaya Hidup Hedonisme	45
4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel X : Terpaan Media Sosial Instagram @ecommurz	46
4.2.4 Analisis Pernyataan Variabel Y : Keputusan Pembelian	57
4.3 Hasil Analisis Data	68
4.3.1 Hasil Analisis Data	68
4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi (R)	68
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi	70
4.3.4 Pengujian Hipotesis (Uji t)	71
4.4 Pembahasan	72
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80
5.1 Saran Praktis	80
5.2 Saran Akademis	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.	Data Similarweb Januari-Juni 2021.	5
Tabel 2.	Data Similarweb Januari-Juni 2021.	20
Tabel 3.	Operasional Variabel X..	24
Tabel 4.	Operasional Variabel Y..	25
Tabel 5.	Skala Likert	32
Tabel 6.	Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Hedonisme.	34
Tabel 7.	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.	35
Tabel 8.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.	36
Tabel 9.	Uji Reliabilitas Variabel X..	37
Tabel 10.	Uji Reliabilitas Variabel Y..	37
Tabel 11.	Koefisien Determinasi	39
Tabel 12.	Waktu Penelitian.	40
Tabel 13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	44
Tabel 14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.	45
Tabel 15.	Pernyataan X1.	47
Tabel 16.	Pernyataan X2.	47

Tabel 17. Pernyataan X3.	48
Tabel 18. Pernyataan X4.	48
Tabel 19. Pernyataan X5.	49
Tabel 20. Pernyataan X6.	49
Tabel 21. Pernyataan X2	50
Tabel 22. Pernyataan X3	51
Tabel 23. Pernyataan X4.	51
Tabel 24. Pernyataan X5.	52
Tabel 25. Pernyataan X6.	53
Tabel 26. Pernyataan X7	54
Tabel 27. Pernyataan X8	55
Tabel 28. Pernyataan X9	56
Tabel 29. Pernyataan Y1	57
Tabel 30. Pernyataan Y2.	58
Tabel 31. Pernyataan Y3	59
Tabel 32. Pernyataan Y4.	60
Tabel 33. Pernyataan Y5.	61
Tabel 34. Pernyataan Y6.	62
Tabel 35. Pernyataan Y7.	63
Tabel 36. Pernyataan Y8	63
Tabel 37. Pernyataan Y9.....	64
Tabel 38. Pernyataan Y10	64
Tabel 39. Pernyataan Y11	65
Tabel 40. Pernyataan Y12	66
Tabel 41. Pernyataan Y13.....	66

Tabel 42. Pernyataan Y14	67
Tabel 43. Pernyataan Y15.....	67
Tabel 44. Kriteria Koefisien Korelasi.....	68
Tabel 45. Analisis Uji Koefisien Korelasi.....	69
Tabel 46. Analisis Uji Koefisien Regresi Sederhana.....	70
Tabel 47. Koefisien Determinasi (R-square).....	71

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.	Tren Belanja Online.	6
Gambar 2.	Kategori Produk Laris di Tokopedia.	6
Gambar 3.	Tren Belanja Online.....	21
Gambar 4.	Kategori Produk Laris di Tokopedia.....	21
Gambar 5.	Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 6.	Statistik Marketplace di Indonesia.....	42
Gambar 7.	Logo Tokopedia.....	43