

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VIA
MEDIA SOSIAL DI SOLORAYA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

AINUN PAHALANI

B 100160300

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi telah membaca skripsi dengan judul:

ANALISI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VIA MEDIA SOSIAL DI SOLORAYA

Yang ditulis dan disusun oleh:

AINUN PAHALANI

B100160300

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 24 April 2020

Pembimbing



(Drs. Moechammad Nasir, MM)

NIK: 561

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AINUN PAHALANI
NIM : B100160300
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK VIA MEDIA SOSIAL DI SOLORAYA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 24 April 2020

Yang membuat pernyataan

(AINUN PAHALANI)

MOTTO

“Cukup Allah yang menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik pelindung”.

(Q.S. Ali-Imron: 173)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”.

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

“Siapapun yang menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, maka Allah akan memberikan kemudahan jalanya menuju surga”.

(H.R Muslim)

“Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfatkanmu (dipotong)”.

(H.RMuslim)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya ini teruntuk:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Suri tauladan nabi Muhammad SAW, semoga sholawat serta salam selalu tercurah kepada beliau, keluarga dan para sahabatnya.
3. Ibu dan ayah tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, serta doa yang tiada henti.
4. Almamater UMS tercinta.

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah untuk menganilis faktor-faktor yang mempengaruhi *Lifestyle*, Variasi Produk, Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan diambil dalam pembelian produk *via* media sosial dengan mempertimbangkan *Lifestyle*, Variasi Produk, dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan berupa data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian produk melalui media sosial di Soloraya, sedangkan teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan metode *Purposive sampling* yaitu 100 responden dengan kriteria pengguna media sosial dan bisa menggunakan media sosial untuk pembelian produk di Soloraya. Penelitian ini menggunakan metode analisis data SmartPLS 3.0. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1) Variabel *lifestyle* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *via* media sosial di Soloraya. 2) Variabel variasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *via* media sosial di Soloraya. 3) Variabel kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *via* media sosial di Soloraya.

Kata Kunci : *Lifestyle*, Variasi Produk, Kenyamanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to annul the factors that influence Lifestyle, Product Variation, Convenience of Purchasing Decisions. The results of this study are expected to be a guideline for determining the steps to be taken in purchasing products via social media by considering Lifestyle, Product Variation, and Convenience of Purchasing Decisions. This type of research uses quantitative research and is in the form of primary data. The population in this study are all consumers who purchase products through social media at Soloraya, while the sampling technique is using the purposive sampling method that is 100 respondents with criteria for social media users and can use social media to purchase products at Soloraya. This research uses SmartPLS 3.0 data analysis method. Based on the results of this study it can be concluded that 1) Lifestyle variables have a significant positive effect on product purchasing decisions via social media at Soloraya. 2) Variable product variations have a significant positive effect on product purchasing decisions via social media at Soloraya. 3) The comfort variable has a significant positive effect on product purchasing decisions via social media at Soloraya.

Keywords: *Lifestyle, Product Variation, Convenience, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan anugerah-Nya. Tak lupa Sholawat serta salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk *Via Media Sosial Di Soloraya*” dengan lancar. Penulisan ini disusun dalam rangka memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Strata 1 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama proses penyusunan ini, penulis mendapat ANALIkan bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, untuk semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala Rahmat, Nikmat, dan Ridho-Nya yang selalu diberikan kepada penulis.
2. Nabi Muhammad SAW yang di yaumul akhir nanti InsyaAllah memberikan syafaatnya kepada seluruh kaumnya.
3. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Imronudin, S.E., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak Drs. Moechammad Nasir, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak Lukman Hakin, S.E., M.Si. selaku pembimbing akademis penulis.

8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan dalam kelancaran dalam urusan administrasi.
9. Kedua orangtua tercinta, Bapak Farid Sujarwo dan Ibu Rukati yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, semangat serta motivasi bagi penulis.
10. Keluarga besar yang memberikan keceriaan dan semangat secara langsung maupun tidak langsung.
11. Teman-teman seperjuangan, serta semua sahabat dan teman-teman dekat yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Amin.

Surakarta, 24 April 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Teori	9
1. Perilaku konsumen	9
2. Keputusan pembelian	14
3. <i>Lifestyle</i>	14
4. Variasi Produk.....	15
5. Kenyamanan.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Hipotesis.....	19
D. Kerangka Pemikiran	22

BAB III	METODE PENELITIAN	23
	A. Jenis Penelitian.....	23
	B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
	C. Data dan Sumber Data.....	25
	D. Metode Pengumpulan Data	26
	E. Populasi dan Sampel	27
	F. Metode Analisis Data	28
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
	A. Deskripsi Responden.....	35
	1. Deskripsi jenis kelamin responden.....	36
	2. Deskripsi Usia Responden	36
	3. Deskripsi Pekerjaan Responden	37
	4. Deskripsi Domisili Responden	37
	5. Deskripsi pendapatan responden	38
	6. Diskripsi Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk di Media Sosial	38
	7. Diskripsi Jenis Belanja Online	39
	B. Uji Asumsi Klasik	39
	1. Uji Normalitas	39
	2. Uji multikolinearitas.....	40
	3. Uji Heterokedastisitas	40
	C. Hasil Analisis Data	41
	1. Hasil Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	42
	2. Model Struktural (<i>inner model</i>).....	45
	D. Pembahasan	48
	1. Pengaruh <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian	49
	2. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan pembelian	50
	3. Pengaruh Kenyamanan Terhadap keputusan Pembelian	50
BAB V	PENUTUP	51
	A. Kesimpulan.....	51

B. Keterbatasan Penelitian	51
C. Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.2	Karakteristik Usia Responden	36
Tabel 4.3	Karakteristik Pekerjaan Responden	37
Tabel 4.4	Karakteristik Deskripsi Domisili Responden	37
Tabel 4.5	Karakteristik Pendapatan Responden	38
Tabel 4.6	Karakteristik Seberapa Sering melakukan Pembelian Produk di Media Sosial	38
Tabel 4.7	Karakteristik Jenis Belanja Online	39
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	40
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Tabel 4.11	Hasil validitas <i>Convergent Loading Factor</i>	42
Tabel 4.12	Hasil Validitas <i>Discriminant Average Variance Extracted</i> (AVE)	44
Tabel 4.13	<i>Composite Reliability</i>	44
Tabel 4.14	R Square.....	46
Tabel 4.15	Nilai <i>Effect Size</i>	46
Tabel 4.16	Hasil <i>Path Coefficients</i>	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1	<i>Outer model</i>	42
Gambar 4.2	<i>Inner Model</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner untuk Responden
- Lampiran 2 Deskripsi Responden
- Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 4 *Outer Model*
- Lampiran 5 *Inner Model*
- Lampiran 6 Tabulasi Data