



**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN MERCHANDISE KPOP MELALUI
SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Widya Kartika

Oleh

Salma Rosyidana

111.18.044

PEMBIMBING

Martinus Rukismono, S.E., M.M

111.03.70.09.95.019

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

**SURABAYA
(2022)**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada tuhan yang maha esa atas rahmat dan pimpinan-Nya yang telah saya terima selama melaksanakan skripsi ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Merchandie Kpop Melalui Shopee”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk derajat Sarjana Manajemen (S.M) program Sastra (S-1) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya.

Selama penelitian dan penyusunan laporan dalam skripsi ini, banyak rintangan yang dihadapi penulis, dan tidak luput dari banyaknya kendala. Rintangan dan kendala ini bisa diatasi oleh penulis berkat adanya bantuan dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu dengan kerendahan hati dan adanya kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menyertai dan memberikan rahmat hikmah untuk penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
2. Kepada Ayah Rodhi Nahatiyasalva, Ibu Dewi Kusmolowati dan ke 4 Saudara penulis Feliza Abadiya Sari, Afiyah Romadhoni, Salma Rosyana, dan Muhammad Abdullah Haekal yang telah memberikan semangat, dukungan dan memberikan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
3. Kepada Saudara dan Teman - teman SMA saya yang telah mendukung dan memberikan semangat serta memberikan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian dengan baik.
4. Kepada Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M selaku ketua program studi manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya dan juga selaku Dosen Pembimbing II yang menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mendukung penulis serta memberikan kesempatan dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini sehingga dapat menyelesaikannya dengan baik.

5. Kepada Bapak Martinus Rukismono, SE., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Bapak Erwin Rediono Tan, MBA. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
7. Kepada Bapak Prof. Dr. Herman Budi Sasono, M.M, Bapak Muis Murtadho, S.E., M.M. dan seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah memberikan ilmunya selama penulis menempuh Pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya hingga selesai di tahap akhir penyusunan skripsi.
8. Kepada Bos saya Ibu Bea selaku bos Kerudung Gaby yang telah memberikan waktu, kesempatan, dan mendukung saya untuk bekerja dan mengerjakan skripsi sehingga dapat menyelesaikan dengan baik.
9. Kepada Kerabat kantor saya Kerudung Gaby yang sudah mendukung saya untuk melanjutkan Pendidikan S-1 di Universitas Widya Kartika Surabaya.
10. Kepada Sahabat-sahabat kuliah saya dari semester satu hingga semester akhir yang sudah membantu saya dalam pengerjaan tugas, dan lain-lain sampai pembelajaran ini selesai.
11. Kepada Kakak - Kakak penggemar kpop yang telah memberikan waktu sebagai narasumber penulis sehingga dapat melengkapi penelitian dalam skripsi ini.

Surabaya, 01 Februari 2022



Salma Rosyidana

ABSTRAK

Salma Rosyidana

Skripsi

Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Merchandise Kpop Melalui Shopee

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keputusan konsumen terhadap pembelian merchandise kpop melalui Shopee. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen penggemar kpop yang sering berbelanja merchandise kpop melalui Shopee dan sudah berusia 18 tahun ke atas karena usia tersebut cukup dapat memberikan pendapat dan pernyataan yang tidak diubah-ubah. Kemudian dengan latar belakang seorang pekerja dan mahasiswa, hal ini karena memiliki keunikan dalam pandangan yang berbeda. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan bertemu langsung secara tatap muka. Dengan jumlah informan yang diambil adalah 10 informan. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode reduksi data. Kemudian dalam pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan bahwa menurut informan, keputusan konsumen dalam membeli merchandise kpop melalui Shopee dipengaruhi oleh 6 faktor, meliputi: Budaya yang mempengaruhi budaya, Teknologi yang mempengaruhi teknologi, sosial yang mempengaruhi keluarga; kelompok referensi; dan peran, pribadi yang mempengaruhi tahap siklus hidup; pekerjaan dan lingkungan ekonomi; gaya hidup; dan kepribadian, psikologis yang mempengaruhi motivasi; dan persepsi, dan bukti fisik yang mempengaruhi kepuasan.

Kata kunci: perilaku konsumen, keputusan pembelian, merchandise kp

ABSTRACT

Salma Rosyidana

Thesis

Analysis of Consumers Decision to the Purchase of Kpop Merchandise Through Shopee

This research has a purpose to know how the consumers decision to the purchase of kpop merchandise through Shopee. The type of this research is a kualitative research. Population of the research is all the consumer of kpop fan's who often shop kpop merchandise trough Shopee and there have been over than 18 years old because they can give stable or constant opinions. Then with the background of workers and university student, they can give the unic and different images. Technic of collecting datas used here is a non probability sampling with a technic of purposive sampling. The method used here by giving interviews and meeting directlty face to face. With the total of ten informers. Technc of data analysis used here is kualitative deskriptive with the method of data reduction. Then in the data controlling of validation be used triangulation. Based on the research result gotten that according to the informers, consumers decision to the purchase of kpop merchandise through Shopee is influenced by six factors, such as: cultures influences cultures, technology that influences technology, social that influences family, references group, and rolls. Personality that influences the stage of life siklus, job and economi, life style, and personality, psychology that influences motivation and perception, physical proof that influences satisfaction.

Key words: consumer's behaviour, purchase decision, kpop merchandise

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Penyerahan Orisinalitas dan Persetujuan Publikasi.....	ii
Halaman Berita Acara Pengesahan Sidang Akhir Skripsi.....	iii
Halaman Persetujuan Sidang Akhir Skripsi	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak.....	vii
Abstract.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	13
1.6 Sistematika Pelaporan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Putri Zafira Iskandar dan Dinda Amanda Zuliestiana (2021).....	15
2.1.2 Ivana Stephanie Khustanti (2019).....	15
2.1.3 Amadea Utami Mayvira (2019)	16
2.1.4 Maria Veronica dan Sinta Paramita (2018).....	17
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	18

2.2.1 Persamaan dalam penelitian ini, antara lain:	18
2.2.2 Perbedaan dalam penelitian ini, antara lain:	18
2.3 Landasan Teori	20
2.3.1 Konsumen	20
2.3.2 Perilaku Konsumen.....	24
2.3.3 Keputusan Pembelian.....	29
2.3.4 Merchandise.....	36
2.4 Kerangka Berpikir	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	39
3.2 Sumber Data	39
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.4 Teknik dan Jumlah Sampling	41
3.5 Metode Pengumpulan Data	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.7 Uji Keabsahan Data	43
3.8 Pemanfaatan Hasil Penelitian.....	44
BAB IV PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum.....	45
4.1.1 Data Informan	45
4.1.2 Analisis Data	46
4.2 Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72

Daftar Pustaka

Lampiran - Lampiran



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu dan Sekarang	18
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir yang dibuat oleh Penulis	37
Tabel 4.1 Data Informan	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jenis Musik yang Disukai Publik Indonesia	3
Gambar 1.2 20 Besar Negara Penggemar Kpop Terbanyak di Twitter 2020.....	5
Gambar 1.3 Pertumbuhan Cuitan Kpop di Twitter 2020	5
Gambar 1.4 Penyebaran Fans Kpop di Indonesia 2019	7
Gambar 1.5 Faktor Usia Fans Kpop di Indonesia 2019	7
Gambar 1.6 Penjualan Album Kpop Industri Entertainment 2020	8
Gambar 1.7 10 Besar E-commerce di Indonesia 2017-2020	11
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	25
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	30
Gambar 2.3 Model Pengambilan Keputusan	31
Gambar 2.4 Tipe-Tipe Keputusan Pembelian	36



UWIKA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara.....	76
Lampiran 2. Hasil Wawancara Informan Pertama.....	78
Lampiran 3. Hasil Wawancara Informan Kedua	82
Lampiran 4. Hasil Wawancara Informan Ketiga	86
Lampiran 5. Hasil Wawancara Informan Keempat	90
Lampiran 6. Hasil Wawancara Informan Kelima	93
Lampiran 7. Hasil Wawancara Informan Keenam	97
Lampiran 8. Hasil Wawancara Informan Ketujuh.....	101
Lampiran 9. Hasil Wawancara Informan Kedelapan.....	105
Lampiran 10. Hasil Wawancara Informan Kesembilan.....	108
Lampiran 11. Hasil Wawancara Informan Kesepuluh.....	112
Daftar Riwayat Hidup	116
Draft Artikel Ilmiah	117
Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi Pembimbing I	124
Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi Pembimbing II.....	126

UWIKKA