

Abstrak

Penelitian ini berjudul Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Konsumtif pada Dewasa Awal di Kota Bandung dalam Berbelanja Secara Online dan bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang seberapa besar perilaku konsumtif pada dewasa awal di kota Bandung dalam berbelanja secara online.

Rancangan pada penelitian ini menggunakan metode survei. Data primer berupa kuesioner disebarkan kepada 202 responden dewasa awal di kota Bandung secara online. Alat ukur pada variabel perilaku konsumtif ini yaitu menggunakan kuesioner yang dibuat oleh Rinessa Dewi Paramita Indika berdasarkan teori dari Fromm (2008). Perhitungan dilakukan menggunakan program SPSS for windows versi 21. Berdasarkan uji validitas yang dilakukan terhadap 65 responden dengan menggunakan rumus Pearson's Chi-Square Correlation Coefficient, maka didapatkan hasil 33 item valid dari 33 item yang diujikan. Validitas item berkisar dari 0,397 hingga 0,692. Oleh karena itu, seluruh item valid dan dapat digunakan. Berdasarkan 33 item yang valid, dilakukan uji reliabilitas terhadap alat ukur perilaku konsumtif menggunakan metode Alpha Cronbach dan didapatkan nilai reliabilitas yaitu 0,880.

Dari penelitian yang telah dilakukan pada 202 responden dewasa awal di kota Bandung terlihat bahwa sebanyak 69,8% dewasa awal di kota Bandung tidak berperilaku konsumtif dalam berbelanja secara online, mereka tidak menunjukkan perilaku konsumtif yaitu perilaku pembelian barang yang diinginkan, bukan yang dibutuhkan, secara berlebihan dan tidak wajar untuk menunjukkan status dirinya. Sebanyak 30,2% berperilaku konsumtif, mereka cenderung melakukan pembelian barang yang diinginkan, bukan yang dibutuhkan, secara berlebihan dan tidak wajar untuk menunjukkan status dirinya.

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian perilaku konsumtif dapat mempertimbangkan untuk melihat pengaruh dari faktor-faktor perilaku konsumtif.

Kata-kata kunci: perilaku konsumtif, berbelanja secara online

Abstract

This study entitled Descriptive Study of Consumptive Behavior in Online Shopping on Early Adult in Bandung and aims to get information about how much consumptive behavior in shopping online on early adult in Bandung.

The design of this research is using survey method. Primary data in the form of questionnaires distributed to 202 respondents early adult in Bandung by online. Measuring tool on this consumptive behavioral variable is using a questionnaire created by Rinessa Dewi Paramita Indika based on the theory from Fromm (2008). Calculations performed using the program SPSS for windows version 21. Based on the validity test conducted on 65 respondents using the formula Pearson's Chi-Square Correlation Coefficient, then obtained 33 items valid results from 33 items tested. The validity of the items ranges from 0.397 to 0.692. Therefore, all items are valid and usable. Based on 33 valid items, a reliability test was performed to measure consumer behavior using Alpha Cronbach method, with reliability value of 0,880.

From the research that has been done on 202 early adult respondents in Bandung seen that as much as 69,8% early adult in Bandung do not behave consumptive in shopping online, where they do not show consumptive behavior that is purchasing of goods desired, not required, exaggerated and unnatural to show her status. As much as 30.2% behave consumptively where they tend to make purchases of the desired goods, not necessarily, excessively and unnaturally to indicate their status.

For further researchers who interested in conducting consumptive behavior research may consider looking at the effects of consumptive behavior factors.

Keywords: consumptive behavior, online shopping

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	7
1.4.2 Kergunaan Praktis	7
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Asumsi	14

	x
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Perilaku Konsumtif	15
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif	15
2.1.2 Aspek Perilaku Konsumtif	16
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	18
2.2 Dewasa Awal	19
2.2.1 Pengertian Dewasa Awal	19
2.2.2 Perkembangan Kognitif pada Dewasa Awal	21
2.2.3 Perkembangan Sosial pada Dewasa Awal	22
2.3 Keputusan Pembelian	23
2.3.1 Tahapan dalam Keputusan Pembelian	23
2.4 <i>E-commerce (Online shop)</i>	26
2.4.1 Karakteristik <i>E-commerce (Online shop)</i>	26
2.4.2 Proses Transaksi <i>E-commerce (Online shop)</i>	27
2.4.3 Keuntungan <i>E-commerce (Online shop)</i>	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Rancangan Penelitian	29
3.2 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional	29
3.2.1 Variabel Penelitian	29
3.2.2 Definisi Konseptual	29
3.2.3 Definisi Operasional	30
3.3 Alat Ukur	31
3.3.1 Spesifikasi Alat Ukur	31
3.3.2 Kisi-kisi Alat Ukur	32

	xi
3.3.3 Sistem Penilaian Alat Ukur	32
3.3.4 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	33
3.3.5 Kuesioner Data Pribadi dan Data Penunjang	34
3.4 Populasi dan Teknik Penarikan Sampling	34
3.4.1 Populasi Sasaran	34
3.4.2 Teknik Penarikan Sampel	35
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.6 Hipotesis Statistik	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Responden	37
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	38
4.2 Gambaran Hasil Penelitian	38
4.2.1 Gambaran Hasil Penelitian Perilaku Konsumtif	38
4.2.2 Tabulasi Silang Perilaku Konsumtif dengan Gambaran Responden	40
4.2.3 Tabulasi Silang Gambaran Responden dengan Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	41
4.2.3.1 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Aspek Pemenuhan Keinginan	41
4.2.3.2 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Aspek Barang diluar Jangkauan	42
4.2.3.3 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Aspek Barang tidak Produktif	43
4.2.3.4 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Aspek Pertimbangan	

	xii
Status	43
4.2.3.5 Tabulasi Silang Usia dengan Aspek Pemenuhan Keinginan	44
4.2.3.6 Tabulasi Silang Usia dengan Aspek Barang diluar	
Jangkauan	45
4.2.3.7 Tabulasi Silang Usia dengan Aspek Barang Tidak Produktif	46
4.2.3.8 Tabulasi Silang Usia dengan Aspek Pertimbangan Status ..	47
4.3 Pembahasan	47
4.4 Diskusi	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	56
5.2.1 Saran Teoritis	56
5.2.2 Saran Praktis	56
DAFTAR PUSTAKA	58
DAFTAR RUJUKAN	59

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Kisi-kisi Alat Ukur Variabel Perilaku Konsumtif	32
Tabel 4.1	Gambaran Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2	Gambaran Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3	Gambaran Hasil Penelitian Perilaku Konsumtif	38
Tabel 4.4	Gambaran Aspek Perilaku Konsumtif	39
Tabel 4.5	Tabulasi Silang Perilaku Konsumtif dengan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.6	Tabulasi Silang Perilaku Konsumtif dengan Usia	40
Tabel 4.7	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Aspek Pemenuhan Keinginan	41
Tabel 4.8	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Aspek Barang di luar Jangkauan	42
Tabel 4.9	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Aspek Barang tidak Produktif	43
Tabel 4.10	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Aspek Pertimbangan Status	43
Tabel 4.11	Tabulasi Silang Usia dengan Aspek Pemenuhan Keinginan	44
Tabel 4.12	Tabulasi Silang Usia dengan Aspek Barang diluar Jangkauan	45
Tabel 4.13	Tabulasi Silang Usia dengan Aspek Barang Tidak Produktif	46
Tabel 4.14	Tabulasi Silang Usia dengan Aspek Pertimbangan Status	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Bagan Kerangka Pemikiran 13
Gambar 2.1	Model Proses Keputusan Pembelian 24
Gambar 3.1	Bagan Rancangan Penelitian 29



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Kisi-kisi Alat Ukur Variabel Perilaku Konsumtif	L-1
Lampiran 2	Tabel Hasil Uji Validitas	L-5
Lampiran 3	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	L-6
Lampiran 4	Tabulasi Silang Perilaku Konsumtif dengan Data Penunjang	L-6
Lampiran 5	Tabel Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Kategori Produk yang Dibeli secara <i>Online</i>	L-8
Lampiran 6	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Perangkat yang Digunakan .	L-9
Lampiran 7	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan <i>Website Ecommerce</i> yang Digunakan untuk Berbelanja <i>Online</i>	L-10
Lampiran 8	Data Mentah.....	L-12
Lampiran 9	Kuesioner	L-22