

**PENGARUH GAYA HIDUP *BRAND MINDED*, MODERNITAS INDIVIDU DAN
KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
(STUDI KASUS PADA ANGGOTA KOMUNITAS IGERS PONOROGO YANG
BERBELANJA MELALUI APLIKASI SHOPEE)**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Fitri Diansari

NIM : 16414149

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Gaya Hidup *Brand Minded*, Modernitas Individu dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Komunitas Igers Ponorogo Yang Berbelanja Melalui Aplikasi Shopee)

Nama : Fitri Diansari

NIM : 16414149

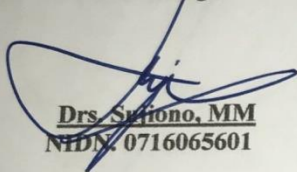
Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 28 Februari 1995

Program Studi : Manajemen

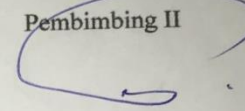
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 19 Agustus 2020

Pembimbing I


Drs. Sutono, MM
NIDN. 0716065601

Pembimbing II

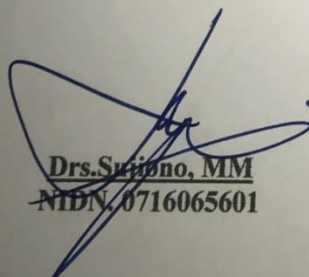

Wijianto, SE., MM
NIDN. 0726048505


Mengetahui

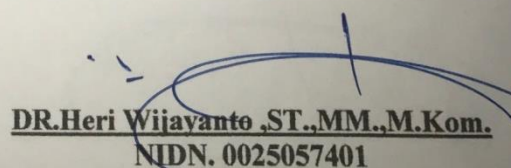
Dekan Fakultas Ekonomi


Titik Rapini, SE., MM
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji :


Drs. Sutono, MM
NIDN. 0716065601


Sri Hartono, SE., MM
NIDN. 0730127002


DR. Heri Wijavanto, ST., MM., M. Kom.
NIDN. 0025057401

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup *brand minded*, modernitas individu dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada anggota komunitas Igers Ponorogo yang berbelanja melalui aplikasi shopee. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, skala pengukuran dengan skala likert melalui kuesioner sedangkan jumlah sampel yang diambil sebanyak 110 responden. alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) gaya hidup *brand minded* (X1) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) pada anggota komunitas Igers Ponorogo yang berbelanja melalui aplikasi shopee, 2) modernitas individu (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) pada anggota komunitas Igers Ponorogo yang berbelanja melalui aplikasi shopee, 3) kontrol diri (X3) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) pada anggota komunitas Igers Ponorogo yang berbelanja melalui aplikasi shopee, sedangkan secara simultan variabel gaya hidup *brand minded*, modernitas individu dan kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada anggota komunitas Igers Ponorogo yang berbelanja melalui aplikasi shopee. variabel modernitas individu merupakan variabel yang dominan yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada anggota komunitas Igers Ponorogo yang berbelanja melalui aplikasi shopee.

Kata Kunci : Gaya Hidup *Brand Minded*, Modernitas Individu, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



NIM.16414149

MOTO

Jika kau tak mau merasakan beratnya perjuangan

Jangan pernah memimpikan indahny kesuksesan



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah Swt

Karya ini saya persembahkan untuk :

- 1) Untuk orang tuaku tercinta, bapak dan ibuk yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya.
- 2) Untuk kakak saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat
- 3) Untuk sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya
- 4) dan untuk “sahabat dahsyat” yang selalu ada disaat susah, serta teman-teman kelas manajemen E. terimakasih untuk kalian.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Swt yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *E-commerce*, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Anggota Komunitas Igers Ponorogo yang Berbelanja Melalui Aplikasi Shopee”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Drs. Sujiono, MM selaku pembimbing I dan Bapak Wijianto, SE., MM selaku pembimbing II yang dengan penuh kesabaran dan keteladanan telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Segenap dosen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan berguna bagi penulis.
5. Sahabat-sahabat yang senantiasa meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Responden, anggota komunitas Igers Ponorogo yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 19 Agustus 2020

Penulis

Fitri Diansari



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Definisi Manajemen.....	10
2. Fungsi Manajemen.....	10
3. Definisi Pemasaran.....	11
4. Manajemen Pemasaran.....	12

5. Bauran Pemasaran.....	13
6. Tujuan Pemasaran.....	15
7. Strategi Pemasaran.....	17
8. Gaya Hidup Brand Minded.....	18
a. Definisi Gaya Hidup Brand Minded.....	18
b. Dimensi Gaya Hidup Brand Minded.....	19
c. Dampak Gaya Hidup Brand Minded.....	20
d. Indikator Gaya Hidup Brand Minded.....	21
9. Modernitas Individu.....	21
a. Definisi Modernitas Individu.....	21
b. Indikator Modernitas Individu.....	22
10. Kontrol Diri.....	23
a. Definisi Kontrol Diri.....	23
b. Aspek-aspek Kontrol Diri.....	23
c. Jenis-jenis Kontrol Diri.....	25
d. Indikator Kontrol Diri.....	25
11. Perilaku Konsumtif.....	26
a. Definisi Perilaku Konsumtif.....	26
b. Indikator Perilaku Konsumtif.....	26
c. Dampak Perilaku Konsumtif.....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pemikiran.....	31
D. Hipotesis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
C. Metode Pengambilan Data.....	39
D. Teknik Pengambilan Data.....	40
E. Definisi Operasional Variabel.....	41
F. Metode Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil Penelitian.....	51
1. Gambaran Umum Komunitas Igers Ponorogo.....	51
2. Visi dan Misi Komunitas.....	52
3. Struktur Organisasi Igers Ponorogo.....	52
4. Gambaran Umum Responden.....	54
a. Responden berdasarkan jenis kelamin.....	54
b. Responden berdasarkan usia.....	55
c. Responden berdasarkan pendidikan.....	55
d. Responden berdasarkan profesi.....	56
e. Identifikasi Jawaban Responden.....	57
1. Variabel Gaya Hidup Brand Minded.....	57
2. Variabel Modernitas Individu.....	58
3. Variabel Kontrol Diri.....	59
4. Variabel Perilaku Konsumtif.....	60
f. Uji Instrument Data.....	61

1. Uji Validitas.....	61
2. Uji Reabilitas.....	62
g. Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
h. Koefisien Determinasi (R^2).....	65
i. Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	66
j. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	70
B. Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
Daftar Pustaka.....	82
Lampiran.....	84



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....54
Tabel 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....55
Tabel 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....55
Tabel 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....56
Tabel 5	Tanggapan Responden Mengenai Gaya Hidup Brand Minded57
Tabel 6	Tanggapan Responden Mengenai Modernitas Individu.....58
Tabel 7	Tanggapan Responden Mengenai Kontrol Diri59
Tabel 8	Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Konsumtif60
Tabel 9	Hasil Uji Validitas.....62
Tabel 10	Hasil Uji Reabilitas.....63
Tabel 11	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....64
Tabel 12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....66
Tabel 13	Hasil Uji T.....67
Tabel 14	Hasil Uji F.....71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 2	Struktur Organisasi Igers Ponorogo.....	53
Gambar 3	Daerah Penerimaan H_0 Variabel Gaya Hidup Brand Minded.....	68
Gambar 4	Daerah Penerimaan H_0 Variabel Modernitas Individu.....	69
Gambar 5	Daerah Penerimaan H_0 Variabel Kontrol Diri.....	69
Gambar 6	Daerah Penerimaan H_0 Variabel Perilaku Konsumtif.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran2 Tabulasi Hasil Kuesioner.....	89
Lampiran3 Frekuensi Karakteristik Responden.....	94
Lampiran4 Output Jawaban Responden.....	95
Lampiran5 Uji Validitas.....	101
Lampiran6 Uji Reabilitas.....	105
Lampiran7 Analisis Regresi Linear Berganda,Uji T dan Uji F.....	106

