

TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH SELEBGRAM *ENDORSE* DI
SOCIAL COMMERCE TERHADAP *IMPULSIVE
BUYING INTENTIONS*
(STUDI KASUS: LOOKATME CLOTHES
PURWOKERTO)**



DESWINDASARI HASIBUAN

19103020

**PROGRAM STUDI S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS INFORMATIKA
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO
2023**

TUGAS AKHIR
ANALISIS PENGARUH SELEBGRAM *ENDORSE* DI
SOCIAL COMMERCE* TERHADAP *IMPULSIVE
BUYING INTENTIONS
(STUDI KASUS: LOOKATME CLOTHES
PURWOKERTO)

ANALYSIS OF SELEBGRAM *ENDORSE* IN SOCIAL
COMMERCE ON *IMPULSIVE* *BUYING INTENTIONS*
(CASE STUDY: LOOKATME CLOTHES
PURWOKERTO)

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer



DESWINDASARI HASIBUAN

19103020

PROGRAM STUDI S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS INFORMATIKA
INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO
2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS PENGARUH SELEBGRAM ENDORSE DI
SOCIAL COMMERCE TERHADAP IMPULSIVE
BUYING INTENTIONS
(STUDI KASUS: LOOKATME CLOTHES
PURWOKERTO)**

**ANALYSIS OF SELEBGRAM ENDORSE IN SOCIAL
COMMERCE ON IMPULSIVE BUYING INTENTIONS
(CASE STUDY: LOOKATME CLOTHES
PURWOKERTO)**

Dipersiapkan dan Disusun oleh
DESWINDASARI HASIBUAN
19103020

**Fakultas Informatika
Institut Teknologi Telkom Purwokerto
Pada Tanggal: 30 Januari 2023**

Pembimbing Utama,



Rona Nisa Sofia Amriza, S.Kom., M.T.I., M.I.M
NIDN 0604069301

Pembimbing Pendamping,



Daniel Yeri Kristiyanto, S.Kom., M.Kom., M.Si
NIDN 0620108501

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR 2

ANALISIS PENGARUH SELEBGRAM *ENDORSE* DI *SOCIAL COMMERCE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* *INTENTIONS* (STUDI KASUS: LOOKATME CLOTHES PURWOKERTO)

ANALYSIS OF SELEBGRAM *ENDORSE* IN *SOCIAL* *COMMERCE* ON *IMPULSIVE BUYING INTENTIONS* (CASE STUDY: LOOKATME CLOTHES PURWOKERTO)

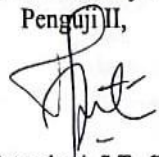
Disusun oleh
DESWINDASARI HASIBUAN
19103020

Telah Diujikan dan Dipertahankan dalam Sidang Ujian Tugas Akhir Pada
Kamis, 16 February 2023.


Penguji I,


Ika Thya Safitri, S.T., M.T
NIDN. 0631078701

Penguji II,


RR Hutanti Setyodevi, S.T., S.Si., M.MSI
NIDN. 0605047902

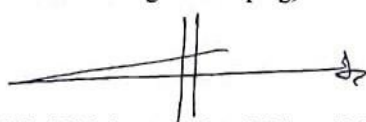
Penguji III,


M. Yoka Fathoni, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0601099002

Pembimbing Utama,


Rona Nisa Sofia Amriza, S.Kom., M.T.I., M.I.M
NIDN. 0604069301

Pembimbing Pendamping,


Daniel Yeri Kristiyanto, S.Kom., M.Kom., M.Si
NIDN. 0620108501


Dekan,
Auliya Burhanuddin, S.Si., M.Kom
NIDN. 09820008

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Deswindasari Hasibuan

NIM : 19103020

Program Studi : Sistem Informasi

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul berikut:

ANALISIS PENGARUH SELEBGRAM *ENDORSE* DI *SOCIAL COMMERCE* TERHADAP *IMPULSIVE BUYING INTENTIONS* (STUDI KASUS: LOOKATME CLOTHES PURWOKERTO)

Dosen Pembimbing Utama : Rona Nisa Sofia Amriza, S.Kom., M.T.I., M.I.M

Dosen Pembimbing Pendamping: Daniel Yeri Kristiyanto, S.Kom., M.Kom., M.Si

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Institut Teknologi Telkom Purwokerto maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian Saya Sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Dosen Pembimbing.
3. Dalam Karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab Saya, bukan tanggung jawab Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
5. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima Sanksi Akademik dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Purwokerto, 02 Februari 2023,

Yang Menyatakan,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila logo and the text '10000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number '08330AK0257755849'.

(Deswindasari Hasibuan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“ANALISIS PENGARUH SELEBGRAM ENDORSE DI SOCIAL COMMERCE TERHADAP IMPULSIVE BUYING INTENTIONS”** ini dengan baik.

Penulis dalam kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang melimpahkan karunia dan sukacita selama proses pengerjaan dan penulisan Tugas Akhir.
2. Orang tua dan saudara-saudari yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis pada saat pengerjaan.
3. Bapak Dr. Alfianto Fahmi, S.T., M.T., IPM., selaku Rektor Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
4. Bapak Auliya Burhanuddin, S.Si., M.Kom selaku Dekan Fakultas Informatika Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
5. Ibu Dwi Mustika Kusumawardhani, S.Kom., M.Kom., selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi Telkom Purwokerto.
6. Ibu Rona Nisa Sofia Amriza, S.Kom., M.T.I., M.I.M selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan mengontrol proses penulisan, melakukan revisi berulang kali, menyalurkan ilmu dan semangatnya selama proses perjuangan menyusun tugas akhir.
7. Bapak Daniel Yeri Kristiyanto, S.Kom., M.Kom., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar membimbing dan mengontrol proses penulisan, melakukan revisi berulang kali, menyalurkan ilmu dan semangatnya selama proses perjuangan menyusun tugas akhir.
8. Seluruh dosen prodi sistem informasi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat sesuai dengan bidangnya masing masing kepada penulis.
9. Rekan rekan seperjuangan kosan yece yang membantu dalam hal tukar pikiran saat penyusunan tugas akhir.
10. Pihak pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan. Penulis ingin menyampaikan harapan semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi semua pihak sebagai karya tulis acuan referensi judul/metode permasalahan yang sama, sebagai informasi perbandingan kajian pustaka maupun dasar penelitian lebih dalam lagi.

Purwokerto, Februari 2023

(Deswindasari Hasibuan)

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR 2	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Peneliti	5
1.6 Manfaat Peneliti	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Sebelumnya	6
2.2 Dasar Teori	13
2.2.1 Media Sosial	13
2.2.2 Selebgram <i>Endorse</i>	13
2.2.3 Instagram	14

2.2.4	<i>Social Commerce</i>	14
2.2.5	Minat Beli	15
2.2.6	<i>Impulsive Buying</i> (Pembelian Impulsif)	16
2.2.7	Model Konseptual	17
2.2.8	<i>Stimulus Organism Response (SOR) Method</i>	17
2.2.9	<i>Method Sampling</i> (Teknik Pengambil sampel)	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		22
3.1	Subjek dan Objek Penelitian	22
3.1.1	Subjek Penelitian	22
3.1.2	Objek Penelitian.....	22
3.2	Alat dan Bahan Penelitian	22
3.3	Diagram Alir Penelitian.....	23
3.3.1	Identifikasi Masalah.....	24
3.3.2	Studi Literatur	24
3.3.3	Kerangka Penelitian.....	25
3.3.4	Pembuatan Hipotesis.....	25
3.3.5	Penyusunan <i>Kuesioner</i>	25
3.3.6	Penyebaran <i>Kuesioner</i>	29
3.3.7	Uji Instrumen Penelitian	30
3.3.8	Uji Hipotesis	31
3.3.9	Analisis Data.....	31
3.3.10	kesimpulan	32
3.3.11	Rekomendasi.....	32
3.4	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35

4.1 Data Penelitian	35
4.1.1 Data Responden Berdasarkan <i>Gender</i>	35
4.1.2 Data Responden Berdasarkan <i>Age</i>	36
4.1.3 Data Responden <i>Education</i>	36
4.1.4 Data Responden Instagram <i>Experience</i>	37
4.1.5 Data Responden <i>Ever purchased form Istagram</i>	38
4.2 Pengolahan Data Menggunakan SEM-PLS	39
4.2.1 Model pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	39
4.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	41
4.2.3 Pengujian Hipotesis	45
4.3 Analisis Data	49
4.4 Rekomendasi	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
DAFTAR LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka	7
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3. 2 Skala Likert	29
Tabel 4. 1 Nilai <i>Loading Factor</i> setiap indikator.....	44
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas	41
Tabel 4. 4 Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Aktif Sosial Media di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Pengguna Aktif Instagram.....	2
Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian	24
Gambar 3. 2 Kerangka Penelitian	25
Gambar 3. 3 Hipotesis Penelitian.....	33
Gambar 4.1 Responden berdasarkan gender.....	35
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan age	36
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Education	37
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Instagram Experience	38
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Ever purchased form Instagram	38
Gambar 4. 6 Model Pengukuran	39
Gambar 4.7 Hasil Algoritma PLS Menggunakan SmartPLS.....	42
Gambar 4.8 Nilai Loading Factor setiap indikator.....	43
Gambar 4.9 Hasil perhitungan ulang PLS Algorithm.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara Pra Penelitian.....	63
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 3 Data Responden.....	75
Lampiran 4 Hasil Kuesioner	78
Lampiran 5 Surat Pengantar Penelitian.....	82
Lampiran 6 Surat Serah Terima Dokumen Rekomendasi.....	83