

**PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *ONLINE*
SHOPPING TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA
KOTA JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan

FAYSAL IRAWAN

0441 15 272



	PERPUSTAKAAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR
Tgl Terima :	
No. Induk Buku :	1333/x11/f15113/2021
No Class :	1333 FAY p 2021
Sumber Buku :	

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
FEBRUARI 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Faysal Irawan

NPM : 044115272

Judul Skripsi : Pengaruh Instagram Sebagai Media *Online Shopping* Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Qoute Nuraini C, M.I.Kom

NIK: 1.0113 001 608

Pembimbing II : Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si

NIK: 1.0641 025 628

Pembaca : Diana Amaliasari M.Si

NIK: 1.0113 001 606

Ditetapkan di :

Tanggal :

Oleh



Dekan Fakultas



Dr. Henny Suharyati, M.Si

NIK : 1960067199009

Ketua Program Studi,



Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comm

NIK : 1.01113 001 607



ABSTRAK

Faysal Irawan. 044115272. Pengaruh Instagram Sebagai Media *Online Shopping* Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Kota Jakarta. Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah Bimbingan: Qoute Nuraini C, M.I.Kom dan Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh instagram sebagai media *online shop* terhadap perilaku konsumtif remaja kota Jakarta. Penelitian ini dilakukan pada remaja kota Jakarta berusia 18-24 tahun yang pernah melakukan pembelian produk melalui *online shop* pada media sosial *Instagram*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan cara pendekatan survei kepada 100 responden yang dipilih menggunakan Teknik *Nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *sampling purposive*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis melalui uji t, dan uji koefisien determinasi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *online shop* pada media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif remaja kota Jakarta, menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,566 > 1,9844$) dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ yang berarti *online shop* pada media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Analisis koefisien determinasi dilihat dari nilai R Square sebesar 0,232 yang berperilaku konsumtif pada remaja kota Jakarta dapat di pengaruhi oleh *online shop* pada media sosial instagram sebesar 23,2% sedangkan sisanya 76,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Perilaku Konsumtif, Toko Online.