

**PENGARUH BAHAN PROMOSI DEMPET DIGITAL TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT MILENIAL KOTA BOGOR
SELAMA PANDEMI**

SKRIPSI

Disajikan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan

Disusun Oleh:
YOGI IRFAN SOFIYAN
044117372



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Yogi Irfan Sofiyon
NPM : 044117372
Judul : Pengaruh Bauran Promosi Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Milenial Kota Bogor Selama Pandemi

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI Menyetujui

Pembimbing I : Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

Pembimbing II : Dr. Sardi Duryatmo, M.Si
NIK. 1.0715 022 649

Pembaca : Imani Satriani, M.Si
NIK. 1.0616 049 763

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 26 Juli 2022

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

ABSTRAK

Yogi Irfan Sofiyan, 044117372, 2022 Pengaruh bauran promosi DOMPET DIGITAL terhadap perilaku konsumtif masyarakat milenial Kota Bogor selama pandemi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan, Bogor. Di bawah bimbingan: **Dwi Rini Sovia dan Sardi Duryatmo.**

Penelitian ini bertujuan mengetahui bauran promosi dari aplikasi dompet digital dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dari masyarakat milenial Kota Bogor dalam berbelanja secara online di saat pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan penelitian survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *simple random sampling*. Data disajikan dengan bentuk table frekuensi dan menggunakan skala pengukuran *likert*. Uji statistik dilakukan dengan menggunakan SPSS for windows 15. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa karakteristik masyarakat milenial kota bogor mempengaruhi bauran promosi yang dilakukan aplikasi dompet digital dalam meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat milenial Kota Bogor. Hasil pengolahan data melalui pengujian asumsi klasik regresi linear berganda didapati model regresi $Y = 3,794 + 0,560$ sudah layak untuk digunakan. Setiap kenaikan satuan setelah variabel Karakteristik masyarakat milenial Kota Bogor (X_1) akan mempengaruhi Perilaku konsumtif masyarakat milenial Kota Bogor sebesar 0,560. Hasil uji koefisien determinasi adalah 15,3% yang artinya bahwa bauran promosi yang dilakukan oleh beberapa aplikasi dompet digital berpengaruh pada perilaku konsumtif pengguna dompet digital di Kota Bogor.

Kata Kunci : bauran pemasaran, pandemi, pengaruh