

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA PROMOTION*, GAYA HIDUP
KONSUMTIF DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI VAPE**

SKRIPSI



OLEH :
MUHAMAD FAJAR SIDIK
NIM : 112011504

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA PROMOTION*, GAYA HIDUP
KONSUMTIF DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI VAPE**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH :
MUHAMAD FAJAR SIDIK
NIM : 112011504

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama : Muhamad Fajar Sidik
NIM : 112011504
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Promotion*, Gaya Hidup
Konsumtif dan Harga Terhadap Minat Beli Vape.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti sidang skripsi pada Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 16 Juni 2024

Pembimbing



Syahrul Alim, STP., M.M

NIDN : 0423037003

SKRIPSI

**PENGARUH SOCIAL MEDIA PROMOTION, GAYA HIDUP KONSUMTIF
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI VAPE**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Muhamad Fajar Sidik
112011504

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 20, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Dr. Hj. Surya Bintarti, S.E.,M.M
NIDN : 0423107203

Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji
Dr. Suriyanti, S.E.,M.M
NIDN : 0412046503

Tanda Tangan



.....

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Yunita Ramadhani RDS,S.E.,M.Sc.
NIDN : 0406068402



Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhamad Fajar Sidik
NIM : 112011504
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 20 Juli 2024



Muhamad Fajar Sidik

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Allah tidak membebani suatu jiwa melebihi apa yang dapat ditanggungnya”
(QS. Al-Baqarah 2:286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(QS. Al-Insyirah 94: Ayat 5)

“You are the best version of yourself when you’re happy with yourself”
(Jae, 2020)

“Apabila sesuatu yang tidak kau senangi terjadi, maka senangilah apa yang terjadi”
(Ali bin Abi Thalib)

“Maka janganlah putus asa, jangan pula putus asa, karena kamu lebih unggul jika kamu beriman”
(QS. Al-Imran 3:139).

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”
(QS. Ar Rad: 11)

PERSEMBAHAN :

Karya ini dipersembahkan untuk :

1. Saya persembahkan skripsi ini kepada orang yang sangat saya sayangi yaitu Mamah, Papah dan adiku yang Tercinta. Sebagai tanda bakti, hormat saya, dan rasa terima kasih saya yang tiada terhingga.
2. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada Mamah dan Papah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Mamah dan Papah bahagia karena saya sadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih dan Kepada seluruh keluarga besar saya yang sudah mendukung penulisan skripsi ini sehingga saya bisa menyelesaikan penelitiannya dengan lancar.
3. Penyemangat Khopipah Fitri Lestari: Dan untukmu penyemangatku dalam segala keadaan terimakasih kamu telah mendukungku, menemaniku hingga aku bisa menyelesaikan gelar sarjanaku. Terima kasih juga untuk segala waktu yang telah kamu luangkan untuk selalu menjaga dan menungguku – Khopipah -

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini menganalisis “Pengaruh *Social Media Promotion*, Gaya Hidup Konsumtif dan Harga Terhadap Minat Beli Vape”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen dalam Ilmu Pemasaran pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa. Saya menyadari tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini saya ingin menghaturkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera.,SKM.,MM.,D.B.A sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
3. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS., S.E., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Skripsi Mahasiswa.
4. Bapak Syahrul Alim, STP., M.M. selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.

6. Orang tua ku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin...Yaa Rabbal'alamiin.
7. Seluruh staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Orang-orang yang penting bagi penulis serta sahabat seperjuangan penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini. Yang memberi semangat dalam mengerjakan skripsi hingga selesai, yang selalu support, doa dan Pelatihan dalam keadaan apapun. Terimakasih telah menjadi sahabat sekaligus keluarga kedua bagi penulis, tanpa kalian akan sangat terasa sulit menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan dan bimbingan yang telah diberikan oleh semua pihak akan mendapatkan balasan dan pahala dari Tuhan Yang Maha Esa dan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Bekasi, 16 Juli 2024

Penulis,

Muhamad Fajar Sidik

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Minat Beli	12
2.1.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	12
2.1.1.2 Indikator Minat Beli	13
2.1.2 <i>Social Media Promotion</i>	14
2.1.2.1 Faktor-faktor <i>Social Media Promotion</i>	14
2.1.2.2 Indikator <i>Social Media Promotion</i>	15
2.1.3 Gaya Hidup Konsumtif	16
2.1.3.1 Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Konsumtif.....	16
2.1.3.2 Indikator Gaya Hidup Konsumtif.....	17
2.1.4 Harga	17
2.1.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	18
2.1.4.2 Indikator Harga.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	19
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	22
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	22
2.3.2 Model Penelitian	24

BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	26
3.1.1 Jenis Penelitian.....	26
3.1.2 Tempat dan Jadwal Penelitian.....	26
3.1.3 Desain Penelitian.....	27
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.2.1 Definisi operasional	28
3.2.2 Rasio Pengukuran Variabel.....	31
3.3 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Metode Analisis.....	35
3.5.1 Uji Validitas	36
3.5.2 Uji Reliabilitas	36
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.3.1 Uji Normalitas	37
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas	38
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	39
3.5.4 Analisis Regresi Berganda	39
3.5.5 Koefesien Determinasi (R ²).....	40
3.5.6 Uji Hipotesis	40
3.5.5.1 Uji t (Uji Parsial)	41
3.5.5.2 Uji F (Uji Simultan)	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Karakteristik Responden	43
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	45
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Vape	45
4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
4.2.2.1 Uji Validitas	46
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.3.1 Uji Normalitas	49
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas	50
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	51

4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda	53
4.2.5 Uji Hipotesis	54
4.2.5.1 Uji t.....	54
4.2.5.2 Uji F.....	55
4.2.6 Uji Koefesien Determinasi (R2)	57
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
4.3.1 Pengaruh <i>Social Media Promotion</i> Terhadap Minat Beli.....	58
4.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Beli.....	58
4.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	59
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Kisaran Harga Varian Merek Vape.....	6
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	26
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3. 3 Skala Likert	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Vape	45
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas <i>Social Media Promotion</i> (X1).....	46
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Konsumtif (X2).....	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Harga (X3)	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Uji t.....	55
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Uji F.....	56
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Persentase Penjualan Vape di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Perokok Berdasarkan Jenis Kelamin	4
Gambar 1. 3 Roko VS Vape.....	5
Gambar 1. 4 Persentase Konsumen Vape	6
Gambar 2. 1 Model Penelian.....	24
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	27
Gambar 4. 1 Uji Normalitas dan <i>P-Plot</i>	49
Gambar 4. 2 Uji Scatterplot	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Lembar Kuesioner	68
Lampiran 2 : Tabulasi Hasil Angka Responden	76
Lampiran 3 : Karakteristik Responden	88
Lampiran 4 : Uji Validitas.....	90
Lampiran 5 : Uji Reliabilitas.....	92
Lampiran 6 : Uji Normalitas	94
Lampiran 7 : Uji T Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji F	95
Lampiran 8 : Uji Koefisien Determinasi	95
Lampiran 9 : Tabulasi Data R Tabel	96
Lampiran 10 : Tabulasi Data T Tabel	97
Lampiran 11 : Tabulasi Data F Tabel	98
Lampiran 12 : Mapping Penelitian Terdahulu	99
Lampiran 13 : Riwayat Hidup.....	103

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA PROMOTION, CONSUMPTIVE LIFESTYLE, AND PRICE ON VAPE BUYING INTEREST

Muhamad Fajar Sidik¹⁾
Syahrul Alim²⁾

Abstract

This study aims to explore the impact of social media promotion, consumptive lifestyle, and price on vape purchase intention. Using quantitative methods and questionnaires distributed to 100 respondents, the data was processed using SPSS Version 26. The results showed that social media promotion has a significant and positive influence on vape purchase intention, as evidenced by the t-count value of 4.508 which is greater than the t-table of 1.661 and a sig value of 0.000 which is smaller than 0.05. Consumptive lifestyle also has a significant and positive effect on buying interest in vape with a t-count value of 2.725 and a sig value of 0.008. Price has a significant and positive effect on buying interest in vape with a t-count value of 2.504 and a sig value of 0.014. Simultaneously, social media promotion, consumptive lifestyle, and price together significantly influence vape purchase intention, as evidenced by the F-count value of 31.946 which is greater than the F-table of 2.70 and a sig value of 0.000. This study provides important insights into the factors that influence vape purchase intention, and is a valuable reference for students and institutions to develop research programs and curricula that are relevant to current consumer trends.

Keywords : Social Media Promotion, Consumptive Lifestyle, Price, Buying Interest

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

PENGARUH *SOCIAL MEDIA PROMOTION*, GAYA HIDUP KONSUMTIF, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI VAPE

Muhamad Fajar Sidik ¹⁾

Syahrul Alim ²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dampak promosi media sosial, gaya hidup konsumtif, dan harga terhadap minat beli vape. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden, data diolah menggunakan SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli vape, dibuktikan dengan nilai t-hitung 4,508 yang lebih besar dari t-tabel 1,661 dan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Gaya hidup konsumtif juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli vape dengan nilai t-hitung 2,725 dan nilai sig 0,008. Harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli vape dengan nilai t-hitung 2,504 dan nilai sig 0,014. Secara simultan, promosi media sosial, gaya hidup konsumtif, dan harga bersama-sama mempengaruhi minat beli vape secara signifikan, terbukti dari nilai F-hitung 31,946 yang lebih besar dari F-tabel 2,70 dan nilai sig 0,000. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli vape, serta menjadi referensi berharga bagi mahasiswa dan institusi untuk mengembangkan program riset dan kurikulum yang relevan dengan tren konsumen saat ini.

Kata kunci : *Social Media Promotion*, Gaya Hidup Konsumtif, Harga, Minat Beli

1) Mahasiswa

2) Dosen Pembimbing