

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikanNya, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Tugas Akhir yang berjudul “PENGARUH KEBUTUHAN INTEGRATIF PRIBADI, KEKAYAAN MEDIA, MOTIF PELEPASAN KETEGANGAN TERHADAP PENCARIAN INFORMASI KONSUMEN” ini disusun untuk menyelesaikan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi, serta memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Universitas Pelita Harapan.

Ucapan banyak terima kasih juga peneliti ucapkan kepada Ibu Cynthia Anna Wijayanti, S.E., M.Mktg. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah sabar menghadapi peneliti dan memberikan sungguh banyak, ide, kritik dan juga waktu dalam guna menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi peneliti.

Dukungan moral dan materil juga banyak didapatkan oleh peneliti dari berbagai pihak dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Bapak Niel B. Nielson, MA., Ph.D. selaku Penasihat Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Dr. Kim Sung Suk B.A., M.Sc selaku pembimbing akademik.
5. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A. selaku Ketua Konsentrasi Ritel Manajemen.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Pelita Harapan yang telah mengajar dan memberikan pengetahuan serta pengalamannya selama masa belajar penulis.
7. Orang tua, kakak dan keponakan yang telah memberikan dukungan, semangat, doa, motivasi, dan kasih sayang kepada penulis.

8. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.
9. Erica Theresa Japardi yang selalu mendukung, membantu, mendengarkan keluh kesah dan kesulitan selama penulisan, serta memberikan perhatian kepada penulis.
10. Bryan Ng, Arie Fajar, Michael Sugih dan Felico Marcelino Gunawan serta teman-teman yang lain tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dengan tidak henti-hentinya memberikan semangat serta arahan untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
11. Semua responden dan pihak yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner yang dibagikan oleh penulis.

Penelitianpun menyadari bahwa masih sungguh banyak kekurangan dalam skripsi ini. Sehingga peneliti sangat terbuka dalam menerima segala bentuk kritik, saran dan masukan yang bersifat objektif dan membangun sehingga dapat bermanfaat dalam rangka memberikan wawasan yang lebih luas untuk peneliti. Atas ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas perhatiannya.

Tangerang, 29 November 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMIMBING TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>13</b>
1.1    Pendahuluan.....	13
1.2    Latar Belakang Permasalahan.....	18
1.3    Perumusan Masalah .....	23
1.4    Tujuan Penelitian .....	24
1.5    Manfaat Penelitian .....	24
1.6    Sistematika Penulisan .....	25
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI .....</b>	<b>27</b>
2.1    Teori Penggunaan dan Gratifikasi.....	27
2.2    Kebutuhan Integratif Pribadi.....	28
2.3    Kekayaan Media .....	31
2.4    Motif Pelepasan Ketegangan .....	33
2.5    Perilaku Pembelian Konsumen .....	34
2.6    Pencarian Informasi Konsumen .....	37
2.7    Hubungan Antar Variabel .....	45
2.7.1    Kebutuhan Integratif Pribadi dan Pencarian Informasi Konsumen .....	45
2.7.2    Kekayaan Media dan Pencarian Informasi Konsumen .....	45
2.7.3    Motif Pelepasan Ketegangan dan Pencarian Informasi Konsumen .....	46
2.8    Model penelitian .....	47
2.8.1    Penelitian Sebelumnya.....	48
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
3.1    Objek Penelitian.....	53

3.2	Unit Analisis .....	53
3.3	Tipe Penelitian .....	54
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	56
3.5	Populasi dan Sampel .....	60
3.5.1	Penentuan Jumlah Sampel .....	61
3.5.2	Metode Penarikan sampel .....	61
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	64
3.6.1	Skala Pengukuran .....	65
3.7	Metode Analisis Data .....	67
3.7.1	Partial Least Square (PLS) - Structural Equation Modelling (SEM) .....	67
3.7.2	<i>Outer model</i> (model pengukuran) .....	70
3.7.3	<i>Inner model</i> (Model struktural) .....	71
3.8	Pengujian Instrumen Penelitian .....	72
3.8.1	Pengujian Validitas .....	73
3.8.2	Pengujian Reliabilitas .....	74
3.8.3	Hasil uji instrumen pendahuluan .....	75
3.8.3.1	Hasil Uji Instrumen <i>Convergent Validity</i> .....	76
3.8.3.2	Hasil uji instrumen <i>discriminant validity</i> .....	78
3.8.3.3	Hasil uji instrumen reliabilitas .....	79
3.9	Pengujian Hipotesis .....	80
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>83</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	83
4.1.1	Profil Responden .....	83
4.1.2	Karakteristik Responden .....	85
4.2	Data Analisis .....	87
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	87
4.2.1.1	Kebutuhan Integratif Pribadi .....	88
4.2.1.2	Kekayaan Media .....	89
4.2.1.3	Motif Pelepasan Ketegangan .....	91
4.2.1.4	Pencarian Informasi Konsumen .....	92
4.2.2	Analisis Verifikatif .....	93
4.2.2.1	Outer Model .....	93
4.2.2.1.1	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	94

4.2.2.1.2	Hasil Pengujian Discriminant validity.....	96
4.2.2.1.3	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	98
4.2.2.2	Inner Model .....	99
4.2.2.2.1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	99
4.2.2.2.2	T-Statistik ( <i>Bootstrapping</i> ).....	100
4.2.2.2.3	Uji Multikolinearitas.....	101
4.3	Pengujian Hipotesis .....	102
4.4	Pembahasan .....	104
4.4.1	Kebutuhan Integratif Pribadi terhadap Pencarian Informasi Konsumen. ....	104
4.4.2	Kekayaan Media terhadap Pencarian Informasi Konsumen.....	105
4.4.3	Motif Pelepasan Ketegangan dan Pencarian Informasi Konsumen.....	107
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>109.</b>
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Implikasi Manajerial.....	109
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	111
5.4	Rekomendasi Untuk Penelitian Mendatang.....	112

## DAFTAR GAMBAR

Figur 1.1 Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> .....	16
Figur 1.2 Rata- Rata Kunjungan Web Bulanan <i>E-Commerce Fashion</i> .....	20
Figur 1.3 Perbandingan <i>Web Bounce Rate</i> Berrybenka .....	21
Figur 1.4 Perbandingan <i>Web Bounce Rate</i> Berrybenka .....	21
Figur 2.1 Urutan Kekayaan Media .....	34
Figur 2.2 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	36
Figur 2.3 Perilaku Pencarian Informasi (Model Wilson Pertama) .....	40
Figur 2.4 Perilaku Pencarian Informasi (Model Wilson Kedua) .....	41
Figur 2.5 Perilaku Pencarian Informasi (Model Elsi) .....	43
Figur 2.6 Perilaku Pencarian Informasi (Model Kuhlthau) .....	44
Figur 2.7 Model Penelitian .....	49
Figur 3.1 Model Pre-Test .....	77
Figur 4.1 Hasil Evaluasi Jalur Model (Uji Aktual) .....	95

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kebutuhan yang Dapat Terpenuhi oleh Media .....	30
Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya .....	53
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	57
Tabel 3.2 Tabel Batasan Populasi dalam Penelitian .....	61
Tabel 3.3 Tabel <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	78
Tabel 3.4 Tabel <i>Outer Loading</i> .....	78
Tabel 3.5 Tabel Kriteria <i>Fornell-Larcker</i> .....	79
Tabel 3.6 Tabel <i>Cross Loading</i> .....	80
Tabel 3.7 Tabel Uji Reliabilitas .....	81
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	85
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Pelanggan Berrybenka .....	87
Tabel 4.3 Batasan <i>Mean</i> .....	88
Tabel 4.4 Lima Poin Skala Likert .....	89
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Kebutuhan Integratif Pribadi .....	90
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kekayaan Media .....	91
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Motif Pelepasan Ketegangan .....	92
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Pencarian Informasi Konsumen.....	93
Tabel 4.9 Hasil Pengukuran dari <i>Outer Loading</i> .....	96
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	97
Tabel 4.11 Hasil Pengukuran Kriteria <i>Fornell&amp;Larcker</i> .....	97
Tabel 4.12 Hasil Pengukuran <i>Cross Loading</i> .....	98
Tabel 4.13 Hasil Pengukuran <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> ....	99
Tabel 4.14 Nilai <i>R-Square</i> .....	101
Tabel 4.15 T-Statistik dan P-Value .....	102
Tabel 4.16 <i>Inner VIF</i> dari Studi Aktual .....	103
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis .....	104