

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM  
MEMBELI PRODUK *IPHONE* MELALUI *REVIEW DIGITAL*  
*INFLUENCER DI YOUTUBE***

(Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom  
Yogyakarta)

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Boyke Dika Hermawan**

**18.96.0925**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2022**

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM  
MEMBELI PRODUK *IPHONE* MELALUI *REVIEW DIGITAL*  
*INFLUENCER DI YOUTUBE***

(Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom  
Yogyakarta)

**Skripsi**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh:

**Boyke Dika Hermawan**

**18.96.0925**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2022**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM  
MEMBELI PRODUK *IPHONE* MELALUI *REVIEW DIGITAL*  
*INFLUENCER* DI *YOUTUBE*  
(Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas  
AMIKOM Yogyakarta)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

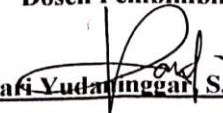
**Boyke Dika Hermawan**

**18.96.0925**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal, 20 Desember 2022

**Dosen Pembimbing**

  
**Kartika Safi Yudiantinggar, S.I.Kom., M.A.**

**NIK. 190302444**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM  
MEMBELI PRODUK *IPHONE* MELALUI *REVIEW DIGITAL*  
*INFLUENCER* DI *YOUTUBE***

**(Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas  
AMIKOM Yogyakarta)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Boyke Dika Hermawan

18.96.0925

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal, 20 Desember 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A**

NIK. 190302444

**Alvian AlrasidAjibulloh, S.Ikom., M.I.Kom**

NIK. 190302486

**Sheila Lestari Giza Pudrianisa., M.I.Kom**

NIK. 190302437

Skripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal, 4 Januari 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.**

NIK. 19.0302125

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 30 Desember 2022



Boyke Dika Hermawan

NIM 18.96.0925

**MOTTO**

*We're Born To Fly  
So Let's Keep Living 'Til It All Falls Down  
Don't Worry About A Thing  
'Cause Every Little Thing's Gonna Be Alright*



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang selalu berjuang demi cita-cita dan mimpi anaknya. Terima kasih atas pengorbanan, kasih sayang, doa serta dukungan yang tiada henti.
2. Diri sendiri yang telah menyelesaikan skripsi ini dengan penuh lika-liku kehidupan.
3. Teman-teman saya yang selalu memberi dukungan, bantuan, serta waktu yang kalian berikan. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.
4. Pendukung yang selalu siap sedia ketika saya butuh, memberi dukungan, bantuan, waktu serta semangat yang diberikan untuk saya. Terima kasih untuk Zella.
5. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 08 angkatan 2018 yang terus semangat bersama untuk meraih cita-cita.
6. Almamater tercinta Universitas Amikom Yogyakarta tempat saya untuk menimba ilmu.
7. Terima kasih untuk orang-orang yang telah berkontribusi dalam skripsi ini hingga saya tidak mampu untuk menyebutkannya satu persatu.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng selaku kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing.
5. Dan lain-lain.

Yogyakarta, 4 Januari 2023



Penulis



## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>INTISARI</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Batasan Masalah</b> .....	8
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	9
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	9
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	9
<b>1.6 Sistematika Bab</b> .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	12
<b>2.1.1 Komunikasi Pemasaran</b> .....	12
<b>2.1.2 Digital Influencer</b> .....	13
<b>2.1.3 Perilaku Konsumen</b> .....	17
<b>2.1.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian</b> .....	18
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	23
<b>2.3 Kerangka Pikir</b> .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	29
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	29
<b>3.2 Objek dan Subjek Penelitian</b> .....	30
<b>3.3 Lokasi Penelitian</b> .....	30
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	31
<b>3.4.1 Observasi</b> .....	31
<b>3.4.2 Wawancara</b> .....	31
<b>3.4.3 Studi Dokumentasi</b> .....	31
<b>3.5 Data dan Sumber Data</b> .....	32
<b>3.6 Teknik Analisis Data</b> .....	33
<b>3.7 Pemeriksaan Keabsahan Data</b> .....	33

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	35
<b>4.1 Profil Narasumber</b> .....	35
<b>4.2 Hasil Penelitian</b> .....	35
<b>4.2.1 Tahapan Pengenalan Masalah dan Kebutuhan</b> .....	35
<b>4.2.2 Pencarian Informasi Melalui <i>Review YouTuber</i></b> .....	39
<b>4.2.3 Evaluasi Alternatif</b> .....	43
<b>4.2.4 Keputusan Pembelian</b> .....	46
<b>4.2.5 Perilaku Pasca Pembelian</b> .....	48
<b>4.3 Pembahasan</b> .....	52
<b>4.3.1 Tahapan Pengenalan Masalah dan Kebutuhan</b> .....	52
<b>4.3.2 Pencarian Informasi Melalui <i>Review YouTuber</i></b> .....	53
<b>4.3.3 Evaluasi Alternatif</b> .....	55
<b>4.3.4 Keputusan Pembelian</b> .....	55
<b>4.3.5 Perilaku Pasca Pembelian</b> .....	56
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	58
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	58
<b>5.2 Saran</b> .....	59

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pikir .....	27
---------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Konten Internet Yang Diakses .....	4
Gambar 1. 2 Konten media sosial yang sering dikunjungi .....	5
Gambar 4. 1 Channel YouTube Gadgetin.....	53
Gambar 4. 2 Review Produk iPhone oleh Gadgetin .....	54



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top 5 <i>Review Smartphone</i> di Indonesia.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	23



## INTISARI

**Boyke Dika Hermawan**, Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Membeli Produk *Iphone* Melalui *Review Digital Influencer* Di *Youtube*, Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta. Dibimbing oleh Kartikasari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A.

*Digital influencer* di *YouTube* adalah sosok komunikator dalam sebuah konten yang membahas berbagai macam hal mulai dari edukasi, tutorial hingga *me-review* kekurangan dan kelebihan dari suatu produk. *Digital influencer* di *YouTube* yang kontennya berisi mengenai *me-review* suatu produk *smartphone*, dituntut harus mampu menyampaikan informasi seputar produk *smartphone* dengan baik sehingga mudah dipahami oleh khalayak penonton. Mengingat masyarakat yang kini sudah hidup di era *digital* dan menjadikan *platform* media sosial sebagai media untuk mencari informasi seputar produk *smartphone*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam membeli produk *iPhone* melalui *review digital influencer di YouTube*, lalu faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam membeli produk *iPhone*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi yang berfokus pada pengungkapan eksplorasi pengalaman seseorang mengenai proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. Subjek pada penelitian ini ialah mahasiswa Ilmu Komunikasi berjumlah 5 (lima) orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 4 (empat) informan yang melalui lima tahapan proses keputusan pembelian yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Sedangkan seorang informan hanya melalui empat tahapan proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

**Kata kunci:** Proses Pengambilan Keputusan, *Digital Influencer*.

## **ABSTRACT**

**Boyke Dika Hermawan**, *Student Decision Making Process in Buying Iphone Products Through Digital Influencer Reviews on Youtube, Thesis. Communication Science Study Program, Faculty of Economics and Social Affairs, AMIKOM Yogyakarta University. Supervised by Kartikasari Yudaningsgar, S.I.KOM., M.A.*

*Digital influencers on YouTube are communicators in content that discuss a variety of things, from education, tutorials to reviewing the advantages and disadvantages of a product. Digital influencers on YouTube whose content is about reviewing a smartphone product, are required to be able to convey information about smartphone products properly so that the audience can easily understand them. Considering that people now live in the digital era and make social media platforms a medium for finding information about smartphone products. This study aims to determine the student decision-making process in buying iPhone products through digital influencer reviews on YouTube, then the factors that influence the student decision-making process in buying iPhone products. The method used in this study is qualitative with a type of phenomenological research that focuses on exploratory disclosure of one's experiences regarding the decision-making process in making purchases. The subjects in this study were 5 (five) Communication Science students. Data collection techniques used in this study were interviews and documentation. The results of this study indicate that there are 4 (four) informants who go through five stages of the purchasing decision process, namely, problem recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decisions and post-purchase behavior. Meanwhile, an informant only went through four stages of the purchasing decision process, namely problem recognition, information search, purchase decision and post-purchase behavior.*

**Keywords:** *Decision Making Process, Digital Influencer.*