

SKRIPSI
ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK *TOTE BAG*

(Studi Kasus Pada Pria Metroseksual di Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh:

Eka Feriati 17.96.0217

Dosen Pembimbing :

Kartikasari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2020

SKRIPSI
ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK *TOTE BAG*

(Studi Kasus Pada Pria Metroseksual di Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh:

Eka Feriati 17.96.0217

Dosen Pembimbing :

Kartikasari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2020

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
TOTE BAG (Studi Kasus Pada Pria Metroseksual di Kalangan Mahasiswa
Program Studi Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Eka Feriati

17.96.0217

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 4 Januari 2021

Dosen Pembimbing,

Kartikasari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302444

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
TOTE BAG (Studi Kasus Pada Pria Metroseksual di Kalangan Mahasiswa
Program Studi Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Eka Feriati

17.96.0217

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 19 Januari 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng

NIK. 190302107

Angga Intuery Mahendra P., S.Sos,M.I.Kom

NIK. 190302339

Kartikasari Yudaningsgar, S.I.Kom, M.A

NIK. 190302444

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer

Tanggal 5 Februari 2021

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

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

NIK. 190302125

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Eka Feriati

NIM : 17.96.0217

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial

Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya oranglain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 09 Desember 2020

Yang Memberikan Pernyataan



Eka Feriati

NIM. 17.96.0217

MOTTO

“Semakin kuat Anda berusaha merasa baik setiap saat, Anda akan merasa semakin tidak puas, karena mengejar sesuatu hanya akan meneguhkan fakta bahwa pertamanya Anda tidak baik”

(Alan Watts)

“Ekspektasi. Datangnya penuh ambisi, namun kerap kali menghancurkan sesuka hati. Tidak apa-apa. Bangkitlah dan jangan menyerah lagi”

(Eka Feriati)

INTISARI

Masyarakat khususnya kalangan remaja hingga dewasa, jika membeli suatu produk *fashion* pada umumnya berdasarkan pada gaya hidup, ketertarikannya terhadap *fashion* itu sendiri dan media sosial. Hal ini kemudian menjadi strategi marketing yang efektif bagi pelaku bisnis dalam memasarkan suatu produk sehingga mengakibatkan penjualan produk tersebut pun meningkat.

Salah satu produk *fashion* yang tengah banyak digunakan adalah produk *tote bag*. Barang satu ini selain bentuknya yang *simple*, juga bisa dipadukan dengan gaya *fashion* trendi. *Fashion* biasanya identik dengan wanita karena sifatnya yang memperhatikan penampilan, rapi, dan cekatan. Namun sebenarnya, pria pun bisa *fashionable* seperti contohnya pria metroseksual. Pria metroseksual adalah pria yang hidup dengan ekonomi menengah ke atas, memperhatikan penampilan dan merawat diri layaknya wanita.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan perilaku pria metroseksual di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta terhadap pembelian produk *tote bag*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan paradigm interpretif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan utama pria metroseksual di kalangan mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta menggunakan produk *tote bag* adalah karena barangnya yang *simple*, praktis, serta *fashionable*. Dalam melakukan pembelian *tote bag* dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor, yaitu 1.) Budaya, sub-budaya, kelas sosial, 2.) Sosial, 3.) Pribadi, 4.) Psikologis. Di dalam empat faktor ini mencakup pertimbangan yang meliputi harga, kecocokan, dan kualitas. Namun dalam urutan pertimbangan tersebut antar individu pria metroseksual berbeda-beda, tergantung dari latar belakang masing-masing.

Kata kunci : perilaku konsumen, *tote bag*, gaya hidup metroseksual

ABSTRACT

Society especially among adolescents grows, when buying a fashion product is largely based on lifestyle, his interest in fashion itself and social media. This, in turn, becomes an effective marketing strategy for businesses to market a product, resulting in sales of the product increasing.

One of the most widely used fashion products is the tote bag product. This one item not only its simple form but also goes with a trendy fashion style. Fashion is usually synonymous with women because of their attractive, neat, and industrious nature. But actually, even men can be fashionable, like metrosexual men, for example. The metrosexual man is a man living in the upper middle-class economy, watching his appearance and taking care of himself like a woman.

The study aims to analyze and describe the behavior of metrosexual men among Amikom Yogyakarta University communications sciences students on tote bag products. The research methods used in this study are descriptive qualitative with interpretive interpretation. Data collection on this research uses in-depth interview methods.

The results of this study suggest that the metrosexual male goal of students at the University's Amikom Yogyakarta's communications study course is based on the item simple, practical, and fashionable. The tote bag purchase is affected by a number of factors, namely, 1.) Culture, subculture, social class, 2.) Social, 3.) Personal, 4.) Psychological. Within these four factors involve considerations involving price, compatibility, and quality. But in that order of thought between individual men metrosexual varies, depending on their backgrounds.

Keyword : consumer behavior, tote bag, metrosexual life style

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk *Tote Bag* (Studi Kasus Pada Pria Metroseksual di Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)”. Penelitian kualitatif ini diajukan sebagai syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam penyusunan penelitian kualitatif ini peneliti banyak menemui kendala, namun berkat adanya arahan saat kegiatan perkuliahan berlangsung dari dosen pengampu serta berbagai referensi maka akhirnya penyusunan penelitian kualitatif ini dapat terlaksana dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Maka dari itu, peneliti menyampaikan 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
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Kartikasari Yudaningsari, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberi arahan selama proses penelitian berlangsung

5. Dosen - dosen ilmu komunikasi yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan
6. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan baik material maupun moral
7. Serta teman-teman satu angkatan yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penelitian
8. Dan lain sebagainya yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian kualitatif ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi sangat peneliti terima. Peneliti berharap semoga penelitian kualitatif ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dan pembaca. Aamiin.

Yogyakarta, 2020

Eka Feriati

DAFTAR ISI

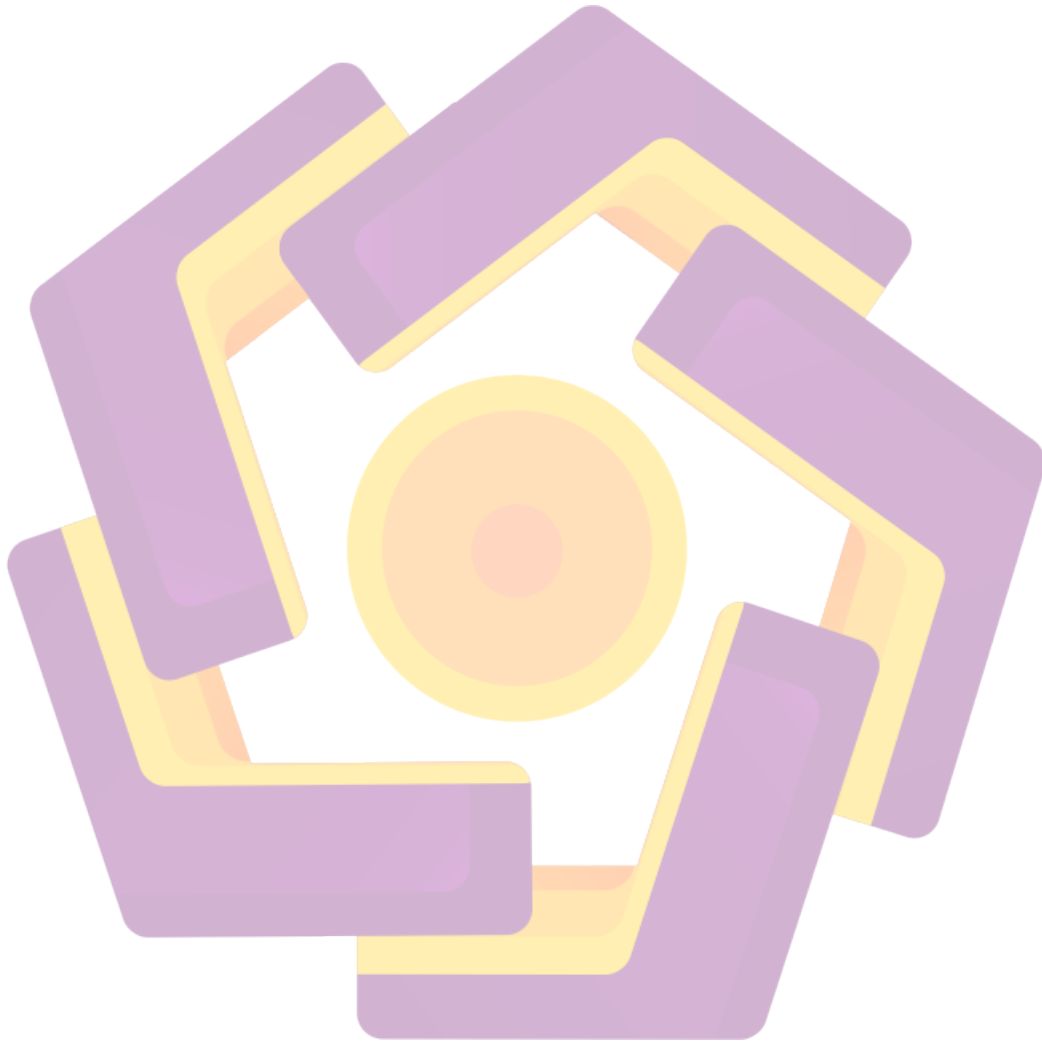
HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	i
PERSETUJUAN.....	i
PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15

2.2 Landasan Teori	17
2.3 Kerangka Berpikir	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Deskripsi Objek.....	31
3.3 Subjek Penelitian.....	32
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.7 Triangulasi.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil.....	38
4.2 Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	65

Lampiran 1 *Interview Guide* 65

Lampiran 2 Transkrip Wawancara 68

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara..... 137



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh penggunaan tote bag untuk merchandise buku karya Revina VT	3
Gambar 1.2 Penggunaan totebag untuk merchandise @rintiksedu.....	4
Gambar 1.3 Pemberian <i>tote bag</i> pada peserta di kegiatan pelatihan desa wisata Sleman.....	5
Gambar 1.4 Penggunaan tote bag pada pria metroseksual @falzuh.....	7
Gambar 1.5 Penggunaan tote bag pada pria metroseksual @rifkykrismon.....	8
Gambar 1.6 Presentase pengguna Instagram di Indonesia.....	25
Gambar 4. 1 Penggunaan <i>tote bag</i> pada subjek 1.....	51
Gambar 4. 2 Penggunaan tote bag pada subjek 8.....	52
Gambar 4.3 Wawancara dengan subjek 1.....	137
Gambar 4.4 Wawancara dengan subjek 2.....	137
Gambar 4.5 Wawancara dengan subjek 3.....	138
Gambar 4.6 Wawancara dengan subjek 4.....	138
Gambar 4.7 Wawancara dengan subjek 5.....	139
Gambar 4.8 Wawancara dengan subjek 6.....	139
Gambar 4.9 Wawancara dengan subjek 7.....	139
Gambar 4.10 Wawancara dengan subjek 8.....	140
Gambar 4. 11 Wawancara dengan subjek 9.....	140

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	15
Tabel 4.1 Daftar Subjek Penelitian.....	38

