

**LAPORAN SKRIPSI**

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP MINAT BELI  
KOMUNITAS VIRTUAL MECHANICAL KEYBOARD**



Disusun Oleh :

**JOSHUA CHANDRA ARIAWAN**

**18.M1.0005**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2023**

**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP MINAT BELI  
KOMUNITAS VIRTUAL MECHANICAL KEYBOARD**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

**JOSHUA CHANDRA ARIAWAN**

**18.M1.0005**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2023**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

### **PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP MINAT BELI KOMUNITAS VIRTUAL MECHANICAL KEYBOARD**

Ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengtahuna saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau seluruhnya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 30 Januari 2023



Joshua Chandra Ariawan

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

### PENGARUH KELOMPOK REFERENSI TERHADAP MINAT BELI KOMUNITAS VIRTUAL MECHANICAL KEYBOARD

Disusun oleh :

Nama : Joshua Chandra Ariawan

NIM : 18.M1.0005

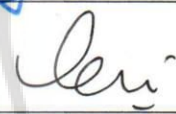
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal : 27 Januari 2023

Dosen Penguji :

1. Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A.
2. Bernadeta Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom.
3. Fidelis Aggiornamento Sainthio S.Fil, M.I.Kom

()


()

()

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :  
Semarang, 30 Januari 2023



  
Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum  
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Joshua Chandra Ariawan

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi

Jenis Karya : Laporan Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah yang berjudul Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Minat Beli Komunitas Virtual *Mechanical Keyboard* beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir ini selamat tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 30 Januari 2023

Yang memberi pernyataan,



Joshua Chandra Ariawan

18.M1.0005

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Minat Beli Komunitas Virtual *Mechanical Keyboard*”. Penyusunan skripsi tugas akhir ini dibuat guna mencapai gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi. Tentunya dalam mengerjakan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari banyak pihak yang penulis kasihi dan cintai. Untuk itu, perkenankan penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria karena telah memberkati, membantu dan memberikan kemudahan serta kelancaran dalam proses mengerjakan skripsi dari awal hingga selesai.
2. Ayah, Ibu, dan Kakak, yang selalu memberikan dukungan penuh dalam proses pengerjaan skripsi ini. Juga keluarga besar yang secara tidak langsung juga ikut mendukung skripsi saya ini.
3. Dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan dalam proses mengerjakan tugas akhir, Bapak Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A. dan Ibu Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom.
4. Bapak Fidelis Aggiornamento Saincio S.Fil, M.I.Kom selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran dan masukan kepada penulis untuk penelitian ini.



5. Orang Muda Katolik Gereja Maria Bunda Allah, ada Ijan, Calvin, Dian, Anggun, Nata, dan semua OMK yang telah menyemangati, menemani, juga memberikan saran kepada penulis dalam proses skripsi ini.
6. Manusia-manusia komedian yang selalu menemani, mendukung dan mendengarkan keluh kesah penulis di masa pengerjaan skripsi ini, diantaranya Bayu, Vincent, Danny, Donat & Yova.
7. Teman-teman “Sembarang”, Ahong, Popo, Vrisko, Yovi, Sasa, Vania, dan Erin yang sudah memberikan semangat, juga acuan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
8. Arif Widi, yang sangat membantu penulis dalam proses pengerjaan skripsi, terutama di bagian metode kuantitatif penelitian ini.
9. Dan segala pihak yang telah membantu, memberi dukungan dan doa bagi penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, penulis percaya bahwa skripsi ini merupakan hasil dari sentuhan orang banyak yang di berikan kepada penulis. Semoga segala kebaikan yang diberikan dibalas oleh Tuhan yang Maha Esa dan semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 30 Januari 2023



Joshua Chandra Ariawan

## ***ABSTRACT***

This study aims to analyze whether the concept of reference group theory influences purchase intention. Seeing whether the interest in buying a mechanical keyboard in the virtual community in Indonesia influenced by the reference group. This study uses methods and types of quantitative research using surveys. The survey distributed to 100 people in the Indonesian Mechanical Keyboard Group (IMKG) virtual community. The population of this study is members of the IMKG virtual community, totaling 69,969 members. The analysis technique used is the Kolmogorov-Smirnov normality test, simple linear regression test, and correlation test. Taken from the existing questionnaires, it is clear that the activity of reading posts in the community is relatively high and has proven to influence interest in buying a mechanical keyboard. The influence of information that occurs within the virtual community is also high. This virtual community applies normative and informative influence that includes reference group influence. The results of the data analysis show that the reference group has a strong and positive correlation with purchase intention, with a correlation level of 0,659. The influence of the reference group on the buying interest of the virtual mechanical keyboard community is 43,5%. Indeed, this study proved that reference groups may influence how consumers act in decision-making purchasing and consumption decisions. This study provides the perspective that reference groups influence a person's purchase intention.

**Keywords:** reference groups, buying interest, virtual community, *mechanical keyboard*



## ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk melihat apakah konsep teori kelompok referensi mempunyai pengaruh terhadap minat beli. Melihat apakah minat beli sebuah *mechanical keyboard* di komunitas virtual yang ada di Indonesia dipengaruhi oleh kelompok referensi. Penelitian ini menggunakan metode dan jenis penelitian kuantitatif menggunakan survei. Survei di sebar ke 100 orang yang ada di komunitas virtual Indonesia Mechanical Keyboard Group (IMKG). Dimana populasi penelitian ini merupakan anggota dari komunitas virtual IMKG sebanyak 69.969 anggota. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji regresi linier sederhana dan uji korelasi. Dari kuesioner yang ada, dapat dilihat kegiatan membaca unggahan di dalam komunitas termasuk tinggi dan terbukti mempengaruhi rasa minat beli *mechanical keyboard*. Pengaruh informasi yang terjadi di dalam sebuah komunitas virtual juga tinggi. Komunitas virtual ini menerapkan pengaruh normatif dan pengaruh informasi yang mana termasuk pengaruh kelompok referensi. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kelompok referensi memiliki korelasi yang kuat dan positif terhadap minat beli, dengan taraf korelasinya sebesar 0,659. Pengaruh kelompok referensi terhadap minat beli komunitas virtual *mechanical keyboard* sebesar 43,5%. Ini membuktikan bahwa kelompok referensi memang bisa mempengaruhi bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dan konsumsi. Penelitian ini memberikan perspektif bahwa kelompok referensi memberikan pengaruh terhadap minat beli seseorang.

**Kata Kunci:** kelompok referensi, minat beli, komunitas virtual, *mechanical keyboard*

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II</b> .....	8
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Komunitas Virtual .....	12
2.3 Definisi Kelompok .....	14
2.4 Kelompok Referensi .....	15
2.5 Pengaruh Kelompok Referensi.....	16
2.6 Minat Beli.....	17

2.7	Aspek Minat Beli.....	18
<b>BAB III.....</b>		<b>20</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>20</b>
3.1	Kerangka Berpikir .....	20
3.2	Metode dan Jenis Penelitian .....	21
3.3	Populasi dan Sampel .....	21
3.4	Operasional Variabel.....	22
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	24
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.7	Uji Hipotesis.....	26
3.8	Uji Validitas .....	26
3.9	Uji Reliabilitas.....	27
3.10	Analisis Data.....	27
<b>BAB IV .....</b>		<b>29</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>29</b>
4.1	Analisis Data Responden.....	29
4.2	Analisis Jawaban Responden .....	30
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
4.4	Uji Normalitas Data.....	53
4.5	Uji Korelasi .....	54
4.6	Uji Regresi Linier Sederhana .....	55
4.7	Uji Hipotesis.....	57
<b>BAB V.....</b>		<b>58</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>58</b>
5.1	Kesimpulan.....	58

5.2	Saran.....	59
	DAFTAR PUSTAKA.....	61
	LAMPIRAN.....	62



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> <i>Data Active Social Media Users di Indonesia</i> .....	2
<b>Gambar 1. 2</b> <i>Data Most-Used Social Media Platforms</i> .....	3
<b>Gambar 3. 1</b> Kerangka Berpikir .....	20
<b>Gambar 4. 1</b> Rentang Usia Responden.....	29
<b>Gambar 4. 2</b> Pernyataan X1 Variabel Kelompok Referensi.....	32
<b>Gambar 4. 3</b> Pernyataan X2 Variabel Kelompok Referensi.....	33
<b>Gambar 4. 4</b> Pernyataan X3 Variabel Kelompok Referensi.....	34
<b>Gambar 4. 5</b> Pernyataan X4 Variabel Kelompok Referensi.....	35
<b>Gambar 4. 6</b> Pernyataan X5 Variabel Kelompok Referensi.....	36
<b>Gambar 4. 7</b> Pernyataan X6 Variabel Kelompok Referensi.....	37
<b>Gambar 4. 8</b> Pernyataan X7 Variabel Kelompok Referensi.....	38
<b>Gambar 4. 9</b> Pernyataan X8 Variabel Kelompok Referensi.....	39
<b>Gambar 4. 10</b> Pernyataan X9 Variabel Kelompok Referensi.....	40
<b>Gambar 4. 11</b> Pernyataan X10 Variabel Kelompok Referensi.....	41
<b>Gambar 4. 12</b> Pernyataan X11 Variabel Kelompok Referensi.....	42
<b>Gambar 4. 13</b> Pernyataan Y1 Variabel Minat Beli.....	44
<b>Gambar 4. 14</b> Pernyataan Y2 Variabel Minat Beli.....	45
<b>Gambar 4. 15</b> Pernyataan Y3 Variabel Minat Beli.....	46
<b>Gambar 4. 16</b> Pernyataan Y4 Variabel Minat Beli.....	47
<b>Gambar 4. 17</b> Pernyataan Y5 Variabel Minat Beli.....	48
<b>Gambar 4. 18</b> Pernyataan Y6 Variabel Minat Beli.....	49
<b>Gambar 4. 19</b> Pernyataan Y7 Variabel Minat Beli.....	50

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	9
<b>Tabel 3. 1</b> Operasional Variabel.....	22
<b>Tabel 3. 2</b> Pedoman untuk Memberikan .....	27
<b>Tabel 4. 1</b> Data Jawaban Responden Variabel Kelompok Referensi (X) .....	30
<b>Tabel 4. 2</b> Data Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y) .....	43
<b>Tabel 4. 3</b> Hasil Uji Validitas Variabel X & Y .....	51
<b>Tabel 4. 4</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel X & Y.....	52
<b>Tabel 4. 5</b> Hasil Uji Normalitas.....	53
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Uji Korelasi.....	54
<b>Tabel 4. 7</b> <i>Model Summary Table</i> .....	55
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Uji Regresi Linier Koefisien.....	56
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Uji Hipotesis .....	57