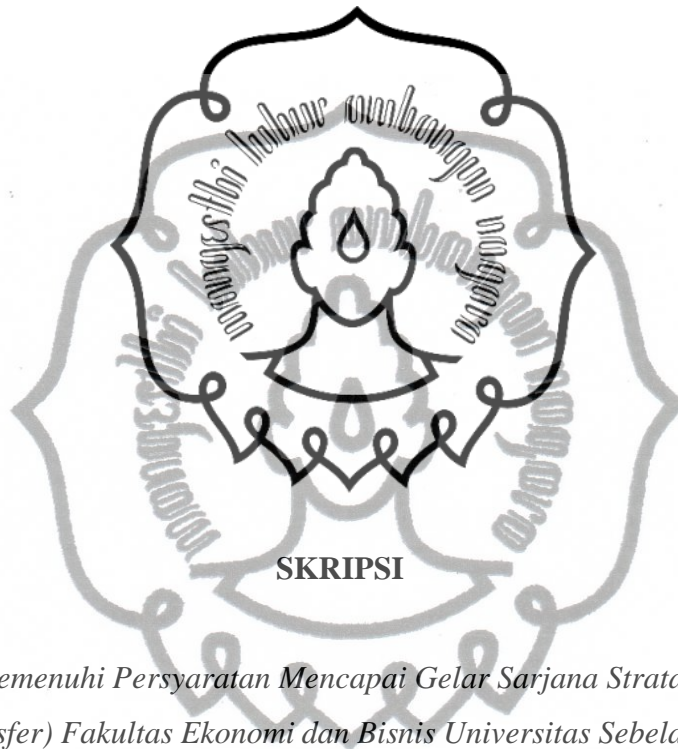


**Peran Ekspresi Diri oleh Generasi Millennial pada Situs Jejaring Sosial serta Pengaruhnya terhadap Motivasi Pembelian
(Studi Kasus pada *Instagram Stories*)**



Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen (Transfer) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas MaretSurakarta

Disusun oleh :

AJENG AYUDYA PRAMESWARI

F1218002

**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN (TRANSFER)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA**

2021
commit to user

ABSTRAK**PERAN EKSPRESI DIRI OLEH GENERASI MILLENIAL PADA SITUS JEJARING
SOSIAL SERTA PENGARUHNYA TERHADAP MOTIVASI PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA INSTAGRAM STORIES)**

AJENG AYUDYA PRAMESWARI
(F1218002)

Banyaknya pengguna situs jejaring sosial yang berasal dari generasi Millennial dengan berbagai karakteristiknya memaksa pembuat aplikasi untuk semakin inovatif dalam menambahkan fitur yang menarik. Selain sebagai tempat untuk mengekspresikan diri, situs jejaring sosial juga digunakan untuk mempromosikan produk-produk dengan cara yang menarik sehingga dapat menimbulkan motivasi pembelian bagi pengguna situs jejaring sosial tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dari ekspresi diri oleh generasi Millennial pada situs jejaring sosial serta pengaruhnya terhadap motivasi pembelian. Sampel penelitian ini adalah Generasi Millennial di Jawa Tengah dengan rentang usia 18 hingga 35 tahun yang memiliki akun situs jejaring sosial Instagram dan pernah mengunggah konten pada fitur *Instagram Stories*. Sampel penelitian diambil sebanyak 269 responden dengan teknik *purposive sampling* dan data primer diperoleh dari kuesioner online menggunakan website *limesurvey*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan dalam ekspresi diri berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan serta kegiatan berbagi dan berpartisipasi di Instagram, Kegiatan berbagi dan berpartisipasi berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan Instagram dan motivasi pembelian, intensitas penggunaan Instagram berpengaruh positif terhadap motivasi pembelian, niat eWOM berpengaruh positif terhadap motivasi pembelian dan intensitas penggunaan tidak memoderasi hubungan pengaruh antara eWOM terhadap motivasi pembelian.

Kata Kunci : generasi millennial, ekspresi diri, berbagi dan berpartisipasi, intensitas penggunaan, eWOM, motivasi pembelian, Instagram, Instagram Stories.

ABSTRACT***THE ROLE OF SELF-EXPRESSION BY MILLENNIALS IN THE SOCIAL NETWORKING SITE AND ITS EFFECTS TOWARDS PURCHASE MOTIVATION*****AJENG AYUDYA PRAMESWARI****(F1218002)**

The large number of social networking sites users that come from millennials with various characteristics forces app makers to be more innovative in adding interesting features. In addition for the place of self-expression, social networking sites are also used to promote products in an interesting way that can generate purchase motivation for users of these social networking sites. This research aims to understand about The Role of Self-expression by Millennials in The Social Networking Site and Its Effect towards Purchase Motivation. The sample of this research is Millennials in Central Java with the age range of 18 to 35 years who have an account of social networking site Instagram and have uploaded content on the Instagram Stories feature. The study sample was taken by 269 respondents with purposive sampling techniques and primary data obtained from an online questionnaire using the limesurvey website. The test results showed that satisfaction in self-expression positively influenced the intensity of use and sharing and participating activities on Instagram, Sharing and participating activities had a positive effect on the intensity of Instagram use and purchase motivation, the intensity of Instagram use had a positive effect on purchase motivation, Ewom intentions had a positive effect on purchase motivation and the intensity of use did not moderate the influence relationship between eWOM on purchase motivation.

Keywords : millennials, self-expression, sharing and participating, intensity of use, eWOM, purchase motivation, Instagram, Instagram Stories.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PERAN EKSPRESI DIRI OLEH GENERASI MILLENNIAL PADA SITUS JEJARING
SOSIAL SERTA PENGARUHNYA TERHADAP MOTIVASI PEMBELIAN (STUDI
KASUS PADA INSTAGRAM STORIES)**

Ditulis oleh Mahasiswa : **AJENG AYUDYA PRAMESWARI (F1218002)**

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh dosen pembimbing

Surakarta, 13 April 2021



Amina Sukma Dewi S.E., M.Sc.

NIP. 197712072008122002

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PERAN EKSPRESI DIRI OLEH GENERASI MILLENNIAL PADA SITUS JEJARING
SOSIAL SERTA PENGARUHNYA TERHADAP MOTIVASI PEMBELIAN (STUDI
KASUS PADA INSTAGRAM STORIES)**

Atas nama mahasiswa: **AJENG AYUDYA PRAMESWARI (F1218002)**

Telah disetujui dan disyahkan oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen oleh

1. KETUA TIM PENGUJI CATUR SUGIARTO S.E., M.S.M, PH.D
198305082014041001



09 April 2021

2. PEMBIMBING AMINA SUKMA DEWI S.E., M.SC
197712072008122002



13 April 2021

3. ANGGOTA PENGUJI PRAM SURYANADI S.E, M.SI
1974122420130201



24 Maret 2021

Mengetahui,
Kepala Program Studi S1 Manajemen

Dr Atmaji, MM.
NIP : 195905311985031004



HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta :

Nama : Ajeng Ayudya Prameswari

NIM : F1218002

Program Studi : S-1 Manajemen (Transfer)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : **PERAN EKSPRESI DIRI OLEH GENERASI MILLENNIAL
PADA SITUS JEJARING SOSIAL SERTA PENGARUHNYA
TERHADAP MOTIVASI PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA
INSTAGRAM STORIES)**

Pembimbing : Amina Sukma Dewi S.E., M.Sc.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan bukan merupakan hasil jiplakan/saduran dari karya orang lain. Apabila ternyata pada kemudian hasil pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dalam bentuk penarikan ijazah dan pencabutan gelar sarjana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 13 April 2021

Mahasiswa yang menyatakan



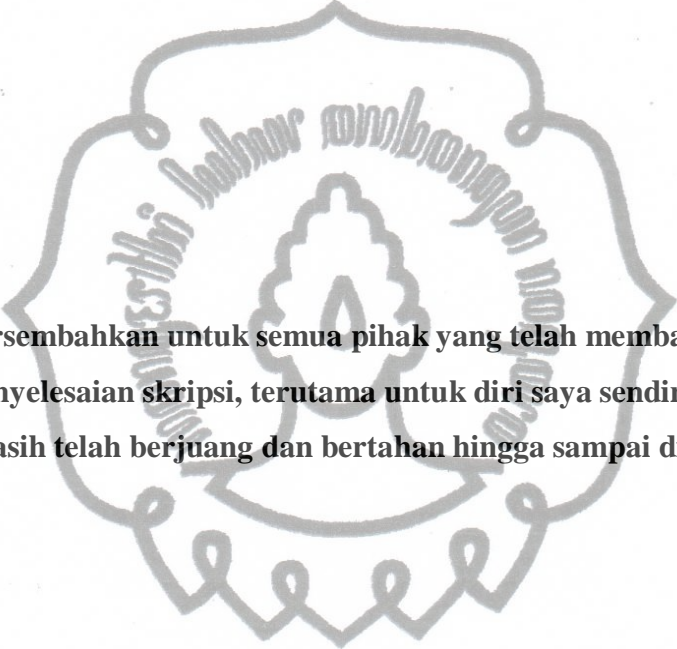
Ajeng Ayudya Prameswari
F1218002

HALAMAN MOTTO



**“Success don’t need kinda motto or motivation,
It only needs a whole me to get that”**

commit to user

HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini saya persembahkan untuk semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi, terutama untuk diri saya sendiri,
Terima kasih telah berjuang dan bertahan hingga sampai di fase ini.**

commit to user

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Ekspresi Diri oleh Generasi Millennial pada Situs Jejaring Sosial serta Pengaruhnya terhadap Motivasi Pembelian (Studi Kasus pada Instagram Stories)” dengan lancar dan dapat diselesaikan oleh penulis. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Skripsi ini dapat dibuat dan diselesaikan dengan adanya bantuan dari pihak pembimbing materi maupun teknis dan dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Oleh karena itu secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com.(Hons)., Ph.D., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Drs. Atmaji, M.M. selaku Ketua Jurusan S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan bimbingan dan nasehat.
3. Dr Harmadi, MM selaku dosen pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan, perhatian serta dukungannya agar dapat menyelesaikan studi di jurusan ini.
4. Amina Sukma Dewi S.E, M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan, perhatian serta dukungannya agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Keluarga jurusan S-1 Manajemen (transfer) angkatan 2018 yang sama – sama berjuang dan saling memberikan motivasi dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca khususnya bagi penulis sendiri. Akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih

jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak.

Surakarta, 13 April 2021

Ajeng Ayudya Prameswari



DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.2 Rumusan Masalah.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
BAB II	Error! Bookmark not defined.
LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Teori	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.1 Uses and Gratification Theory.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.2 Self-expression (Ekspresi Diri)	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.3 Ephemeral Marketing.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.4 Penggunaan Instagram.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.5 Electronic Word-of-Mouth (eWOM).....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.1.6 Motivasi Pembelian.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.2 Penelitian Terdahulu.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.3 Kerangka Berpikir.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
2.4 Hipotesis Penelitian	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain Penelitian.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.3 Batasan Penelitian	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.4 Definisi Operasional	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.5 Teknik Analisis Data	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
3.5.2 Uji Hipotesis dan Path Analysis.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Analisis Deskriptif Responden.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	<i>Error! Bookmark not defined.</i>

4.3.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Discriminant Validity	Error! Bookmark not defined.
4.5 Uji Koefisien Determinasi (R -Square/ R^2)	Error! Bookmark not defined.
4.6 Uji Hipotesis dan Path Analysis.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1 Uji Model Fit atau Uji GoF (Goodness of Fit).....	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.3 Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect.....	Error! Bookmark not defined.
4.7 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.7.1 Hipotesis 1.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.2 Hipotesis 2.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.3 Hipotesis 3.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.4 Hipotesis 4.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.5 Hipotesis 5.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.6 Hipotesis 6.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.7 Hipotesis 7.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi Teoritis	Error! Bookmark not defined.
5.3 Implikasi Praktis	Error! Bookmark not defined.
5.4 Keterbatasan	Error! Bookmark not defined.
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	23
3.1 Definisi Operasional.....	34
4.1 Data Profil Responden	42
4.2 Deskripsi Tanggapan Responden pada Variabel enelitian	46
4.3 Hasil Pengujian Validitas	53
4.4 Hasil Pengujian Validitas II	55
4.5 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.6 Hasil Uji Validitas Deskriminan	57
4.7 Nilai R-Square	58
4.8 Nilai Model Fit	59
4.9 Hasil Uji Hipotesis	61
4.10 Hasil Uji <i>Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect</i>	63

DAFTAR GAMBAR

1.1 Persentase Penggunaan Media Sosial	1
1.2 <i>Instagram Stories</i> yang digunakan sebagai media promosi.....	5
2.1 Model Konseptual	25
4.1 <i>Path Analysis</i>	63

