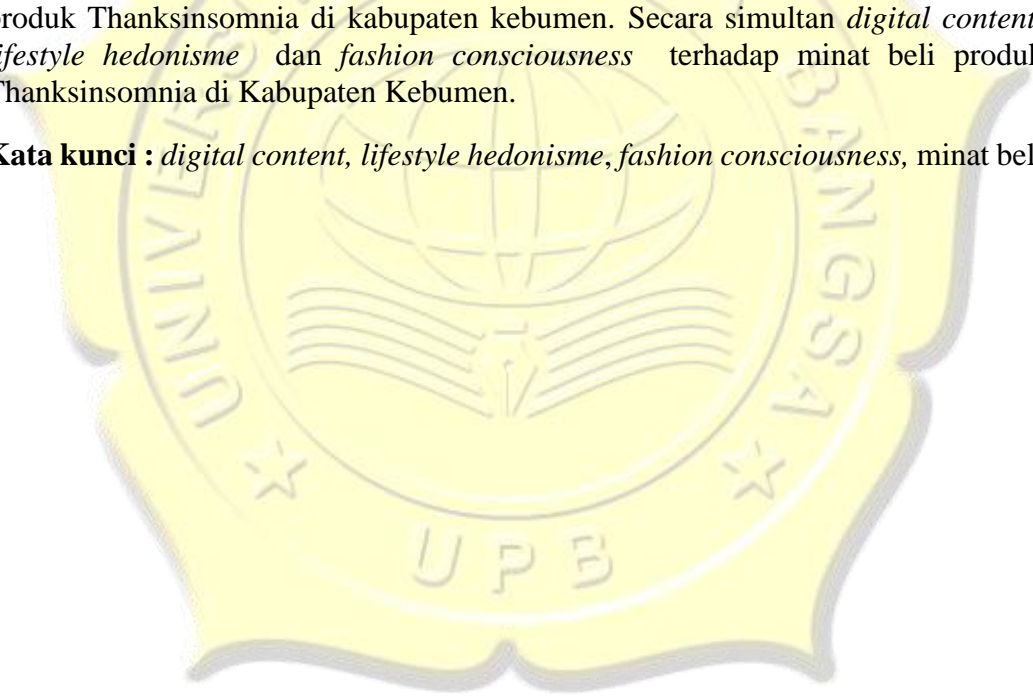


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital content*, *lifestyle hedonisme* dan *fashion consciousness* terhadap minat beli produk Thanksinsomnia di Kabupaten Kebumen. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* atau sampel jenuh dengan mengambil sampel secara keseluruhan atau semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup. Analisis statistik data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis terdiri dari uji parsial, dan uji simultan dan koefisien determinasi. Alat bantu dalam pengolahan data yaitu dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *digital content* berpengaruh terhadap minat beli produk Thanksinsomnia di kabupaten kebumen. *Lifestyle hedonisme* berpengaruh terhadap minat beli produk Thanksinsomnia di kabupaten kebumen. *Fashion consciousness* tidak berpengaruh terhadap minat beli produk Thanksinsomnia di kabupaten kebumen. Secara simultan *digital content*, *lifestyle hedonisme* dan *fashion consciousness* terhadap minat beli produk Thanksinsomnia di Kabupaten Kebumen.

Kata kunci : *digital content*, *lifestyle hedonisme*, *fashion consciousness*, minat beli



ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of digital content, lifestyle hedonism, and fashion consciousness on the purchase intention of Thanksinsomnia products in Kebumen Regency. The sampling technique employed is non-probability sampling or saturated sampling, where the entire population members are included as the sample. The total number of respondents involved in this study is 100 individuals. Data collection was conducted through the distribution of closed-ended questionnaires to the respondents. The questionnaire was designed to gather information on digital content, lifestyle hedonism, fashion consciousness, and purchase intention towards Thanksinsomnia products. The collected data were analyzed using various statistical techniques. First, validity and reliability tests were performed to ensure the measurement instruments used are valid and reliable. Then, classic assumption tests including multicollinearity, heteroscedasticity, and normality tests were conducted. Multiple regression analysis, partial hypothesis testing, simultaneous hypothesis testing, and determination coefficient analysis were also employed. The data analysis process was facilitated using SPSS for Windows version 25.0. The results of the study indicate that digital content has a significant influence on the purchase intention of Thanksinsomnia products in Kebumen Regency. Lifestyle hedonism also has a significant impact on the purchase intention. However, fashion consciousness does not have a significant influence on the purchase intention. Simultaneously, digital content, lifestyle hedonism, and fashion consciousness collectively influence the purchase intention of Thanksinsomnia products in Kebumen Regency.

Keyword : digital content, lifestyle hedonism, fashion consciousness, purchase intention.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “pengaruh *digital content, lifestyle hedonisme* dan *fashion consciousness* terhadap minat beli produk Thanksinsomnia di Kabupaten Kebumen”. Skripsi ini disusun dan diajukan kepada Universitas Putra Bangsa sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu manajemen.

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari peran semua pihak yang telah membantu penulis. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Feby Evelyn, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan masukan selama penulisan skripsi ini.
2. Seluruh crew Thanksinsomnia yang telah bersedia menjadi objek penelitian penulis.
3. Seluruh Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa
4. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II.....	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. Tinjauan Teori.....	16

2.1.1.	Minat Beli	16
2.1.2.	<i>Digital Content</i>	18
2.1.3.	<i>Lifestyle Hedonisme</i>	24
2.1.4.	<i>Fashion Consciousness</i>	28
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	34
2.3.	Hubungan Antar Variabel	41
2.4.	Model Empiris.....	42
2.5.	Hipotesis.....	43
BAB III	45
METODE PENELITIAN	45
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	45
3.2.	Variabel Penelitian	45
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	46
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6.	Populasi dan Sampel	52
3.7.	Teknik Analisis.....	53
BAB IV	64
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	64
4.1.	Analisis Deskriptif.....	65
4.2.	Analisis Statistik.....	67
4.3.	Pembahasan	79
BAB V	83
SIMPULAN	83
5.1.	Simpulan.....	83

5.2. Keterbatasan	84
5.3. Implikasi.....	84
5.3.1 Implikasi Praktis	85
5.3.2 Implikasi Teoritis	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	4
Tabel I. 2	6
Tabel I. 3	7
Tabel II. 1	38
Tabel III . 1.....	47
Tabel III . 2.....	47
Tabel III . 3.....	48
Tabel III . 4.....	48
Tabel IV- 1	65
Tabel IV- 2	66
Tabel IV- 3	66
Tabel IV- 4	67
Tabel IV- 5	68
Tabel IV- 6	68
Tabel IV- 7	69
Tabel IV- 8	69
Tabel IV- 9	70
Tabel IV- 10	71
Tabel IV- 11	75
Tabel IV- 12	77
Tabel IV- 13	78
Tabel IV- 14	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV- 1	73
Gambar IV- 2	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	95
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	101
Lampiran 4 Tabel r.....	109
Lampiran 5 Tabel t.....	110
Lampiran 6 Tabel f.....	111
Lampiran 7 Link Google Form.....	112
Lampiran 8 Kartu Konsultasi.....	113
Lampiran 9 Kartu Seminar.....	114

