



**HUBUNGAN ANTARA TERPAAN INFORMASI KELOMPOK  
RUJUKAN ONLINE DAN KELOMPOK RUJUKAN OFFLINE  
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA SONY A7II**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun :**

**Nama : Binarso Budiono**

**NIM : 14030113140125**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2019**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

**Yang bertanda tangan di bawah ini :**

**Nama** : Binarso Budiono

**NIM** : 14030113140125

**Fakultas** : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Jurusan** : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

Hubungan Antara Terpaan Informasi Kelompok Rujukan Online dan Kelompok  
Rujukan Offline dengan Keputusan Pembelian Kamera Sony A7II

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian pernyataan saya tidak benar saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 22 Mei 2019

Pembuat Pernyataan,



Binarso Budiono

NIM 14030113140125

## HALAMAN PENGESAHAN

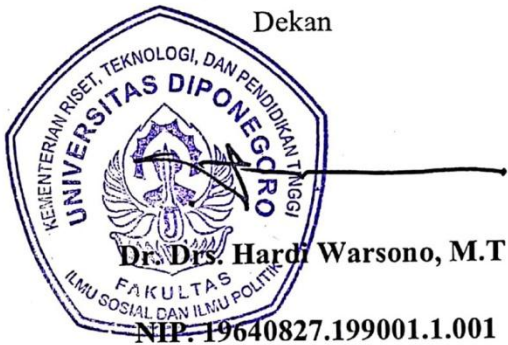
Judul Skripsi : Hubungan Antara Terpaan Informasi Kelompok Rujukan Online dan Kelompok Rujukan Offline dengan Keputusan Pembelian Kamera Sony A7II

Nama Penyusun : Binarso Budiono


NIM : 14030113140125

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, 22 Mei 2019



Wakil Dekan 1



**Dr. Drs. Hedi Pudjo Santoso, M.Si**  
NIP.19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing :

1. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc (.....)

Dosen Penguji :

1. Dr. Lintang Ratri Rahmiaji S.Sos, M.Si (.....)

2. Dr. Yanuar Luqman S.Sos, M.Si (.....)

*lebih baik berjalan pelan ketimbang diam merasakan  
,karna apa yang ditunda hari ini akan menunda yang esok.*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dalam penyusunan skripsi, penulis mendapat banyak dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan, atas diberikannya kesabaran, kekuatan dan ketekunan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos., MA selaku ketua departemen S1 Ilmu Komunikasi FISIP Undip.
3. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc selaku dosen pembimbing saya. Terima kasih atas bimbingan, masukan, saran dan waktu yang sudah mas Tan berikan pada saya ketika kuliah dan juga mengerjakan skripsi ini.
4. Dr. Yanuar Luqman, S. Sos, M.Si dan Dr. Lintang Ratri Rahmiaji S.Sos, M.Si selaku dosen penguji. Terima kasih arahan dan masukan yang diberikan sehingga dapat memperluas sudut pandang saya.
5. Terima kasih untuk Mamah, Papah, dan Adik yang sudah menjadi keluarga terbaik yang selalu mendukung menjadi tempat istirahat dan belajar saya hingga sampai sejauh ini.
6. Terima kasih teman-teman saya dalam lingkup “Kost Murti Ijo” dan “Rumah Daffa” yang sebagian sudah pindah dari semarang Daffa, Hanif, Tio, Raid, Reza, Teguh, Cia, Mira, Bawor, Laras, Bayu, Dayyan, Anggi, Kost ijo Bu Murti sebagai bangunan yang menaungi, terimakasih sudah menjadi tempat

berhenti, memperluas pandangan, tempat beristirahat dan tempat bercerita selama skripsi ini dibuat.

7. Terima kasih untuk teman-teman “nagaterbang” yang selama kuliah seringkali menjadi tempat bertukar pikiran saya. Tanpa kalian kuliah tidak akan terkesan seperti ini.
8. Terima kasih untuk teman-teman “Pemersatu Bangsa” yang berisi Adrian, Dheniva, Evan dan Chelle yang sudah menjadi tempat saya menaruh cerita-cerita, dan tempat belajar saya.
9. Terima kasih kepada petugas perpustakaan yang telah menjaga dan melayani mahasiswa dengan baik, terima kasih atas kesabaran dan kebaikannya hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Terima kasih teman-teman Ilmu Komunikasi 2013 yang setia menemani selama perkuliahan saya, sukses kedepannya bagi kalian semua.
11. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semarang, 22 May 2019

Penulis



Binarso Budiono

## ABSTRAK

**Judul Skripsi : Hubungan Antara Terpaan Informasi Kelompok Rujukan Offline dan Kelompok Rujukan Offline dengan Keputusan Pembelian Kamera Sony A7II**

**Nama : Binarso Budiono**

**NIM : 14030113140125**

**Jurusan : Ilmu Komunikasi**

---

Kamera telah menjadi kebutuhan bagi pengguna sosial media. Saat ini terdapat beberapa merek yang ada di pasar kamera sekarang ini, seperti Lumix, Olympus, Fujifilm, Sony, Canon, Nikon. Karna kamera merupakan produk dengan keterlibatan yang tinggi sehingga membuat konsumen harus terlibat dan melakukan pencarian sebelum melakukan keputusan pembelian, dari banyaknya merek yang beredar konsumen mendapat dan mencari informasi melalui kelompok rujukan yang digunakannya untuk membuat keputusan mana kamera yang akan dibelinya. Terpaan informasi yang didapat oleh konsumen bersumber dari kelompok rujukan online dan kelompok rujukan offline. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara terpaan informasi kelompok rujukan online dan kelompok rujukan offline dengan keputusan pembelian kamera Sony A7II. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Teori Reference Group* dan Teori integrasi informasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tipe explanatori. Penelitian ini menggunakan teknik non random dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang dengan usia 18-30 Tahun yang berada di pulau Jawa.

Hasil dari analisis korelasi Kendall Tau menunjukkan bahwa terpaan informasi kelompok rujukan online memiliki hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian kamera sony A7II, ditunjukkan dengan nilai koefisiennya 0.563 dan signifikansi sebesar 0.000, dan hubungan antara terpaan informasi kelompok rujukan offline dengan keputusan pembelian kamera Sony A7II juga memiliki hubungan yang kuat hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian didapatkan nilai koefisien korelasinya sebesar 0.503 dan nilai signifikansinya sebesar 0.000. dari hasil yang diperoleh terpaan informasi kelompok rujukan online dan offline memiliki hubungan positive dengan keputusan pembelian kamera, maka disarankan bagi merek kamera untuk meningkatkan hubungannya dengan kelompok rujukan online dan offline.

**Kata Kunci:** Terpaan Informasi, Keputusan Pembelian, Kelompok Rujukan, Online, Kamera

## ABSTRACT

**Title** : **Correlation Between Information Exposure Online Reference Group and Offline Reference Group On Purchasing Decision A7II Camera**

**Name** : **Binarso Budiono**

**Student No.** : **14030113140125**

**Department** : **Ilmu Komunikasi**

---

Cameras have become a necessity for social media users to upload interesting content. There are several brands on the camera market today, such as Lumix, Olympus, Fujifilm, Sony, Canon, Nikon. Because the camera is a product with high involvement that makes consumers have to be involved and conduct a search before making a purchase decision, from the many brands that circulate consumers get and search for information through the reference group that they use to make decisions about which camera to buy. The exposure of information obtained by consumers comes from online referral groups and offline referral groups. Thus this study aims to determine the relationship between exposure to information from online referral groups and offline reference groups with the decision to purchase Sony A7II cameras. The theory used in this research is the Theory Reference Group and Information Integration Theory. This research is a quantitative research with explanatory type. This study uses a non-random technique with a total sample of 60 people aged 18-30 years on the island of Java.

The results of the Kendall Tau correlation analysis show that exposure to online referral group information has a strong relationship with Sony A7II camera purchasing decisions, indicated by a coefficient value of 0.563 and significance of 0.000, and the relationship between exposure to offline referral group information with purchasing decisions of Sony A7II cameras also has this strong relationship can be seen from the test results, the correlation coefficient value is 0.503 and the significance value is 0.000. From the results obtained by exposure to information from online and offline referral groups, there is a positive relationship with the decision to purchase cameras, so it is recommended for camera brands to improve their relationship with online and offline reference groups.

**Keywords:** Information Exposure, Purchasing Decisions, Reference Groups, Online, Cameras



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang telah memberikan hari dimana kita semua masih dapat membaca tulisan ini dengan kondisi sekarang ini.

Ucapan syukur sebesar-besarnya terus terpanjatkan karena penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Hubungan Antara Terpaan Informasi Kelompok Rujukan Online dan Kelompok Rujukan Offline dengan Keputusan Pembelian Kamera Sony A7II”** yang merupakan syarat kelulusan jenjang sarjana di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang. Penelitian ini didasari dari penggunaan kamera yang sekarang menjadi salah satu barang yang sedang naik daun dan banyak pengguna baru yang melakukan pembelian kamera, dalam pembelian kamera, informasi yang menjadi landasan pembeli untuk memilih kamera yang akan dibelinya merupakan hasil dari terpaan informasi yang didapatkan pembeli mengenai kamera tersebut. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu brand kamera untuk meningkatkan penjualannya, dan membantu konsumen untuk memilih rekomendasi kamera yang digunakannya

Skripsi ini terdiri dari empat bab. Bab pertama menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, landasan teori penelitian, dan analisis data yang digunakan. Bab kedua berisikan deskripsi hasil penelitian besarkan data yang didapatkan dari responden melalui kuesioner. Bab ketiga terdiri dari hasil uji

hipotesis menggunakan analisis korelasi Kendall's Tau-b dan signifikansi penelitian yang didapat untuk membuktikan teori yang digunakan dalam penelitian dan bab keempat menutup hasil penelitian dengan kesimpulan yang didapat serta saran untuk seluruh pihak yang terkait dalam penelitian ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, adanya kritik dan saran yang bersifat membangun tentu akan selalu penulis hargai.

Penulis berharap, karya sederhana ini dapat bermanfaat untuk penulis, pembaca dan peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

Semarang, 22 Mei 2019

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Binarso Budiono', is centered on the page. The signature is written in a cursive, flowing style.

Binarso Budiono

## Daftar Isi

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>8</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Secara Praktis .....	8
1.4.3 Secara Sosial .....	8
<b>1.5 Kerangka Teori .....</b>	<b>9</b>
1.5.1 State Of The Art .....	9
1.5.2 Terpaan Informasi .....	11
1.5.3 Kelompok Rujukan .....	12

1.5.4 Kelompok Online dan Offline .....	14
1.5.5 Membedakan Antara Kelompok Rujukan Online dan Offline .....	16
1.5.6 Keputusan Pembelian Kamera .....	19
1.5.7 Hubungan Antara Kelompok Rujukan Dengan Keputusan Pembelian Kamera.....	23
1.5.8 Hubungan Antara Terpaan informasi Kelompok Rujukan Dengan Keputusan Pembelian Kamera.....	25
<b>1.6 Hipotesis .....</b>	<b>27</b>
<b>1.7 Definisi Konseptual dan Operasional .....</b>	<b>28</b>
1.7.1 Definisi Konseptual .....	28
1.7.2 Definisi Operasional .....	29
<b>1.8 Metode Penelitian .....</b>	<b>31</b>
1.8.1 Tipe Penelitian .....	31
1.8.2 Populasi dan Sampel .....	31
1.8.2.1 Populasi .....	31
1.8.2.2 Sampel .....	32
1.8.3 Sumber Data .....	32
1.8.4 Alat dan Teknik Pengumpulan Data .....	33
1.8.4.1 Alat Pengumpulan Data .....	33
1.8.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	33
1.8.5 Teknik Pengolahan Data .....	33
1.8.6 Analisis Data .....	34

<b>BAB 2 .....</b>	<b>35</b>
<b>Terpaan Informasi Kelompok Rujukan Online, Kelompok Rujukan Offline dan Keputusan Pembelian Kamera Sony A7II.....</b>	<b>35</b>
<b>2.1 Deskripsi Responden.....</b>	<b>36</b>
2.1.1 Dana Yang Dikeluarkan Responden.....	36
2.1.2 Narasumber Mengikuti Komunitas Fotografi .....	37
<b>2.2 Terpaan informasi Kelompok Rujukan .....</b>	<b>38</b>
2.2.1 Pengetahuan Informasi Responden Mengenai Kamera A7II.....	38
2.2.2 Pengetahuan Seputar Kamera A7II.....	39
2.2.3 Kamera Full Frame Selain Sony A7II .....	40
2.2.4 Kamera Dengan Rentang Harga Sama .....	41
2.2.5 Jumlah Varian Kamera Yang Menjadi Pertimbangan Sebelum Membeli Kamera .....	42
<b>2.3 Peringkat Sumber Referensi Online .....</b>	<b>43</b>
<b>2.4 Peringkat Sumber Referensi Offline .....</b>	<b>44</b>
<b>2.5 Jumlah Sumber Informasi Online .....</b>	<b>45</b>
<b>2.6 Jumlah Sumber Informasi Offline .....</b>	<b>46</b>
<b>2.7 Melakukan Pembelian Sony A7II .....</b>	<b>47</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>.....</b>
<b>HUBUNGAN ANTARA TERPAAN INFORMASI KELOMPOK RUJUKAN ONLINE DAN TERPAAN INFORMASI KELOMPOK RUJUKAN OFFLINE DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA .....</b>	<b>48</b>
<b>3.1 Uji Hipotesis .....</b>	<b>48</b>

<b>3.2 Pembahasan .....</b>	<b>52</b>
3.2.1 Analisis Korelasi Antara Terpaan Informasi Kelompok Rujukan Online Dengan Keputusan Pembelian Sony A7II .....	52
3.2.2 Hubungan Terpaan Informasi Kelompok Rujukan Offline (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Sony A7II (Y) .....	53
<b>BAB IV .....</b>	<b>54</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
<b>4.1 Kesimpulan .....</b>	<b>54</b>
<b>4.2 Saran.....</b>	<b>55</b>

## Daftar Gambar

Gambar 1.5.1 Geometri Hubungan Antar Variabel .....	27
Diagram 2.1 Dana hobby yang dikeluarkan responden .....	36
Diagram 2.2 Narasumber yang mengikuti komunitas fotografi .....	37
Grafik 2.3 Pengetahuan Informasi Responden tentang Kamera Sony A7II.....	39
Diagram 2.4 Kamera <i>fullframe</i> selain Sony A7II .....	40
Diagram 2.5 Kamera dengan range harga sama .....	41
Diagram 2.6 Jumlah varian kamera yang menjadi pertimbangan sebelum membeli kamera .....	42
Diagram 2.7 Peringkat Sumber informasi online .....	43
Diagram 2.8 Peringkat Sumber referensi offline .....	44
Diagram 2.9 Jumlah Sumber Referensi Online .....	45
Diagram 2.10 Jumlah Sumber Referensi Offline .....	46
Diagram 2.11 Melakukan pembelian Sony A7II .....	47