Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Aplikasi Chatime
(Studi Kasus Konsumen Chatime di Jakarta)

TUGAS AKHIR

SITI MAY SAROH
1171003202

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021

Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Aplikasi Chatime
(Studi Kasus Konsumen Chatime di Jakarta)

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

SITI MAY SAROH
1171003202

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri dan semua sumber, baik yang menjadi referensi maupun yang diikuti saya nyatakan benar.

Nama : Siti May Saroh

NIM : 1171003202

Tanda Tangan :

Tanggal : 26 November 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Siti May Saroh

NIM : 1171003202

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Aplikasi Chatime (Studi Kasus Konsumen Chatime di Jakarta)

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A ( )

Penguji 1 : N. Rangga Wisesa, A.Md.Kom.,S.I.Kom.,M.I.Kom ( )

Penguji 2 : Hanny Nurahmawati, M.Ikom ( )

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 26 November 2021

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul **"Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Aplikasi Chatime Studi Kasus Konsumen Chatime di Jakarta"**. Penyusunan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan tingkat strata satu, sehingga dapat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam hal ini penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman dan pengetahuan yang berharga seperti mengetahui lebih dalam mengenai suatu aplikasi dan perilaku konsumen dalam membeli produk khususnya dengan menggunakan aplikasi.

Oleh sebab itu, dari lubuk hati yang terdalam penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan yang diberikan, karena Tugas Akhir ini tidak akan berjalan lancar berkat adanya dukungan dari seluruh pihak yang telah mendukung dari awal perkuliahan hingga penulisan tugas akhir ini selesai diantaranya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga

Terima kasih kepada semua keluargaku tercinta, khususnya papa dan mama yang selalu memberikan semangat serta dukungan penuh kepada penulis untuk melakukan segala sesuatunya dengan baik, terutama dalam pendidikan, hingga penyelesaian laporan magang. Terima kasih untuk setiap doa, perhatian, dan semangat yang tiada henti diberikan kepada penulis agar segala sesuatu yang penulis lakukan dapat dipermudah.

2. Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie yang turut serta memberikan dukungan dan masukan bagi kami mahasiswa untuk dapat menyelesaikan perkuliahan dengan sebaik-baiknya.

3. Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A

Terima kasih kepada Mba Adek selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan dukungan, kritik dan saran, yang mana hal tersebut sangat berguna bagi penulis. Serta terima kasih juga atas ketersedian waktu Mba Adek kepada penulis selama proses penulisan tugas akhir, di tengah-tengah kesibukan aktivitas kerja dan kegiatan lainnya namun Mba Adek tetap senantiasa meluangkan waktunya dan sabar untuk membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir yang pastinya akan berguna untuk masa depan penulis.

4. Triangulator

Terima kasih kepada Bapak Adrian selaku dosen dan triangulator peneliti yang selalu menyempatkan waktunya untuk peneliti wawancarai terkait dengan pembahasan yang peneliti lakukan untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

5. Seluruh dosen dan staff Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh dosen dan staff akademik Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat untuk bekal di masa depan selama masa masa perkuliahan.

6. Sahabat Kuliah

Terima kasih kepada Meli, Tipa, Einule, dan Nadhifa yang telah menemani, mendukung, dan mendengarkan satu sama lain sejak hari pertama perkuliahan di semester satu hingga selesainya tugas akhir ini. Semoga segala perjuangan yang kita hadapi dapat berbuah kesuksesan kelak dikemudian hari, aamiin.

7. Sahabat SMA

Terima kasih kepada Ciwfour dan Mipa yang telah menemani perjalanan penulis dari awal menentukan pilihan perkuliahan dan selalu meluangkan waktu untuk mendengarkan segala keluh dan kesah penulis. Banyak pengalaman yang akhirnya berguna untuk menghadapi segala sesuatu yang terjadi.

8. Teman-teman Marketing Communication 2017

Terimakasih setiap dukungan yang telah diberikan khususnya kepada Avey, Dhana, Dio, Puja dan Ayu selama lima semester bersama hingga proses menyelesaikan tugas akhir ini.

Jakarta, 26 November 2021

Siti May Saroh

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tanga di bawah ini:

Nama : Siti May Saroh

NIM : 1171003202

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non eksklusif *(Non-exclusive Royalty Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Analisis Perilaku Konsumen Pengguna Aplikasi Chatime Studi Kasus Konsumen Chatime di Jakarta"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data *(database)*, merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 26 November 2021

Yang menyatakan,

(Siti May Saroh)

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PENGGUNA APLIKASI CHATIME (STUDI KASUS KONSUMEN CHATIME DI JAKARTA)

SITI MAY SAROH

ABSTRAK

Melalui media elektronik berbasis IT serta kondisi krisis global dalam konteks *marketing*, membuat banyak perusahaan harus memikirkan dan mencari metode penghematan. Terutama sejak adanya pandemi Covid-19 yang sangat merugikan dan meresahkan masyarakat dalam segala aspek. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus melihat peluang *marketing* yang efektif di era digital. Karena salah satu pilihan untuk dapat bersaing dengan kompetitor yaitu, menggunakan aplikasi yang meliputi beberapa kerugian seperti, hak cipta atau sediaan hak garansi. Pada tahun 2020, melalui *virtual press conference* Devin Widya Krisnadi selaku direktur Chatime dan Lany Cucu selaku *marketing communication general manager* Chatime memperkenalkan *mobile app* Chatime Indonesia kepada media. Tujuan untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian mengenai perilaku konsumen pengguna aplikasi Chatime di Jakarta. penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen oleh Solomon, dengan metode penelitian studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing faktor yang terdiri dari faktor pribadi, faktor sosial, faktor psikologis dan faktor budaya memiliki peran penting untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen pengguna aplikasi Chatime di Jakarta. Namun, ada faktor yang kuat dilakukan oleh konsumen yaitu faktor sosial dan pribadi.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Aplikasi Chatime, Pengguna Aplikasi

CHATIME APPLICATION USER CONSUMER BEHAVIOR ANALYSIS (CASE STUDY OF CHATIME CONSUMERS IN JAKARTA)

SITI MAY SAROH

ABSTRACT

Through IT-based electronic media and global crisis conditions in the context of marketing, many companies have to think about and look for savings methods. Especially since the Covid-19 pandemic is very detrimental and disturbing the community in all aspects. Therefore, a company must see effective marketing opportunities in the digital era. Because one option to be able to compete with competitors is to use an application that includes several disadvantages such as copyright or warranty rights. In 2020, through a virtual press conference, Devin Widya Krisnadi as the director of Chatime and Lany Cucu as the marketing communications general manager of Chatime introduced the Chatime Indonesia mobile app to the media. The aim is to find out things related to the object of research regarding consumer behavior of Chatime application users in Jakarta. This study uses the theory of consumer behavior by Solomon, with a case study research method. The results of this study indicate that each factor consisting of personal factors, social factors, psychological factors and cultural factors has an important role to know how the consumer behavior of Chatime application users in Jakarta. However, there are strong factors carried out by consumers, namely social and personal factors.

Keywords: *Consumer Behavior, Chatime Application, Application User*

DAFTAR ISI

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 6

1.3. Tujuan Penelitian 6

1.4. Manfaat Penelitian 7

1.4.1. Manfaat teoritis 7

1.4.2. Manfaat praktis 7

BAB II 8

TINJAUAN PUSTAKA 8

2.1. Konsep yang Relevan 8

2.1.1. Perilaku Konsumen 8

2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan 10

2.2.1. Pernyataan Sebelumnya 10

2.2.2. Penelitian Pembaruan 20

2.3. Model Kerangka Pemikiran 20

BAB III 22

METODE PENELITIAN 22

3.1. Desain dan Pendekatan 22

3.2. Objek dan Subjek 22

3.3. Pengumpulan Data 23

3.3.1. Sumber Data 23

3.4. Teknik Pengumpulan Data 23

3.5. Analisis data 25

3.6. Triangulasi Data 25
3.7. Operasionalisasi Konsep 27
BAB IV 29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 29
4.1. Gambaran dan Konteks Penelitian 27
4.1.1. Profil Chatime 23
4.1.2. Aplikasi Chatime 23
4.1.3. Profil Informan 23
4.1.4. Subjek Triangulator 23
4.3. Penyajian Data 41
4.4. Pembahasan dan Diskusi 41
BAB V 48
KESIMPULAN DAN SARAN 48
5.1. Kesimpulan 48
5.2. Kendala dan Keterbatasan 49
5.3. Saran 49
5.3.1. Saran Teoritis 49
5.3.1. Saran Praktis 50
DAFTAR PUSTAKA 51
LAMPIRAN 82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi Chatime…….6

Gambar 1.2 Aplikas Janji Jiwa……6

Gambar 4.1 Logo Aplikasi Chatime……30

Gambar 4.2 Tampilan dalam Aplikasi Chatime ……..……32

Gambar 4.3 Informan Hezar Pengguna Aplikasi Chatime ……..33

Gambar 4.4 Informan Meli Pengguna Aplikasi Chatime …….34

Gambar 4.5 Informan Aina Pengguna Aplikasi Chatime …….34

Gambar 4.6 Informan Sema Pengguna Aplikasi Chatime.....35

Gambar4.7 Informan Reza Pengguna Aplikasi Chatime ……..35

Gambar 4.8 Adrian Arditiar sebagai Triangulator…….……36