

**PERAN PENGETAHUAN PRODUK PADA PENGARUH  
*BANDWAGON EFFECT* TERHADAP MINAT BELI  
*SMARTPHONE* DI KALANGAN MAHASISWA**



Oleh:

**Muhammad Helmi Muzakki  
(1801619106)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
dalam memperoleh gelar sarjana skripsi**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

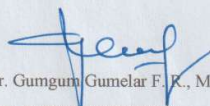
## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

#### PERAN PENGETAHUAN PRODUK PADA PENGARUH *BANDWAGON EFFECT* TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* DI KALANGAN MAHASISWA

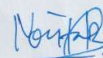
Nama Mahasiswa : Muhammad Helmi Muzakki  
 NIM : 1801619106  
 Program Studi : Psikologi  
 Tanggal Ujian : 22 Januari 2024

Pembimbing I






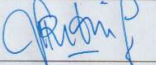

Dr. Gungum Gumelar F. R., M.Si.  
 NIP. 197704242006041001

Pembimbing II



Novitasari R. Damanik, M.Si  
 NIP. 198911272022032005



Nama	Tandatangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi. (Penanggungjawab)*		07/01/24
Dr. Gungum Gumelar F. R., M.Si. (Wakil Penanggungjawab)**		06/01/24
Mira Ariyani, Ph.D. (Ketua Penguji)**		06/02/24
Fitri Lestari Issom, M.Si. (Penguji I)***		30/01/24
Rahmadianty Gazadinda, M.Sc. (Penguji II)****		31/01/24

Catatan :

- \* : Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi
- \*\* : Wakil Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi
- \*\*\* : Dosen Fakultas Pendidikan Psikologi
- \*\*\*\* : Dosen penguji selain pembimbing

# LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Muhammad Helmi Muzakki

NIM : 1801619106

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul **“Peran Pengetahuan Produk pada Pengaruh *Bandwagon Effect* Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Februari 2023 sampai dengan bulan Januari 2024.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 1 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Helmi Muzakki

# LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Helmi Muzakki  
NIM : 1801619106  
Fakultas/Prodi : Fakultas Pendidikan Psikologi / Psikologi  
Alamat email : helmi32123@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Peran Pengetahuan Produk pada Pengaruh Bandwagon Effect Terhadap Minat Beli Smartphone di Kalangan Mahasiswa

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Februari 2024



(Muhammad Helmi Muzakki )  
nama dan tanda tangan



## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*“Dan barang siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya.”*

-QS. Ath-Thalaq, 65: 4

*“So you can throw me to the wolves, tomorrow I will come back, leader of the whole pack.”*

-Throne – Bring Me the Horizon

*“Don't ever play yourself.”*

-DJ Khaled

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Ayah, Bunda, dan Adik tercinta yang telah mendukung serta mendoakan saya dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya juga mempersembahkan skripsi ini untuk diri saya sendiri karena telah terus berjuang dan berdoa melewati segala macam rintangan yang dihadapi selama masa kuliah dan pengerjaan skripsi.

**MUHAMMAD HELMI MUZAKKI**

**PERAN PENGETAHUAN PRODUK PADA PENGARUH BANDWAGON  
EFFECT TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE DI KALANGAN  
MAHASISWA**

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas  
Negeri Jakarta, 2024.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pengetahuan produk pada pengaruh *bandwagon effect* terhadap minat beli *smartphone* di kalangan mahasiswa. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dalam pengambilan data, penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 91 responden berstatus mahasiswa yang mempunyai atau ingin membeli *smartphone* dalam waktu hingga 6 bulan ke depan. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini menggunakan instrumen *bandwagon effect* (Minas N. Kastanakis, 2010), instrumen minat beli (Edwin Japarianto & Stephanie Adelia, 2020), dan instrumen pengetahuan produk (Nadia Rizkiana, Ryna Parlyna, & Nadya Fadillah Fidhyallah, 2021). Uji hipotesis yang dilakukan menggunakan uji regresi linear sederhana dan analisis moderasi sederhana menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *bandwagon effect* berpengaruh sebesar 38,2% terhadap variabel minat beli, kemudian pengetahuan produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam memoderasi pengaruh *bandwagon effect* terhadap minat beli.

**Kata Kunci:** *Bandwagon Effect*, Minat Beli, Pengetahuan Produk, Mahasiswa, *Smartphone*.

**MUHAMMAD HELMI MUZAKKI**

**THE ROLE OF PRODUCT KNOWLEDGE ON THE INFLUENCE OF  
THE BANDWAGON EFFECT ON SMARTPHONE PURCHASE  
INTENTION AMONG COLLEGE STUDENTS**

Undergraduate Thesis

Jakarta: *Psychology Study Program, Faculty of Psychology Education, State  
University of Jakarta, 2024.*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the role of product knowledge on the influence of the bandwagon effect on smartphone purchase intention among students. The method used in this research is quantitative method. In collecting data, this study used purposive sampling technique with a total sample of 91 respondents with student status who have or want to buy a smartphone within the next 6 months. The measuring instruments used in this study use bandwagon effect instruments (Minas N. Kastanakis, 2010), purchase intention instruments (Edwin Japarianto & Stephanie Adelia, 2020), and product knowledge instruments (Nadia Rizkiana, Ryna Parlyna, & Nadya Fadillah Fidhyallah, 2021). Hypothesis testing was carried out using simple linear regression test and simple moderation analysis using SPSS version 27. The results of this study indicate that the bandwagon effect variable has an effect of 38.2% on the purchase intention variable, then product knowledge does not have a significant influence in moderating the effect of the bandwagon effect on purchase intention.*

***Keyword: Bandwagon Effect, Purchase Intention, Product Knowledge, College Students, Smartphone.***

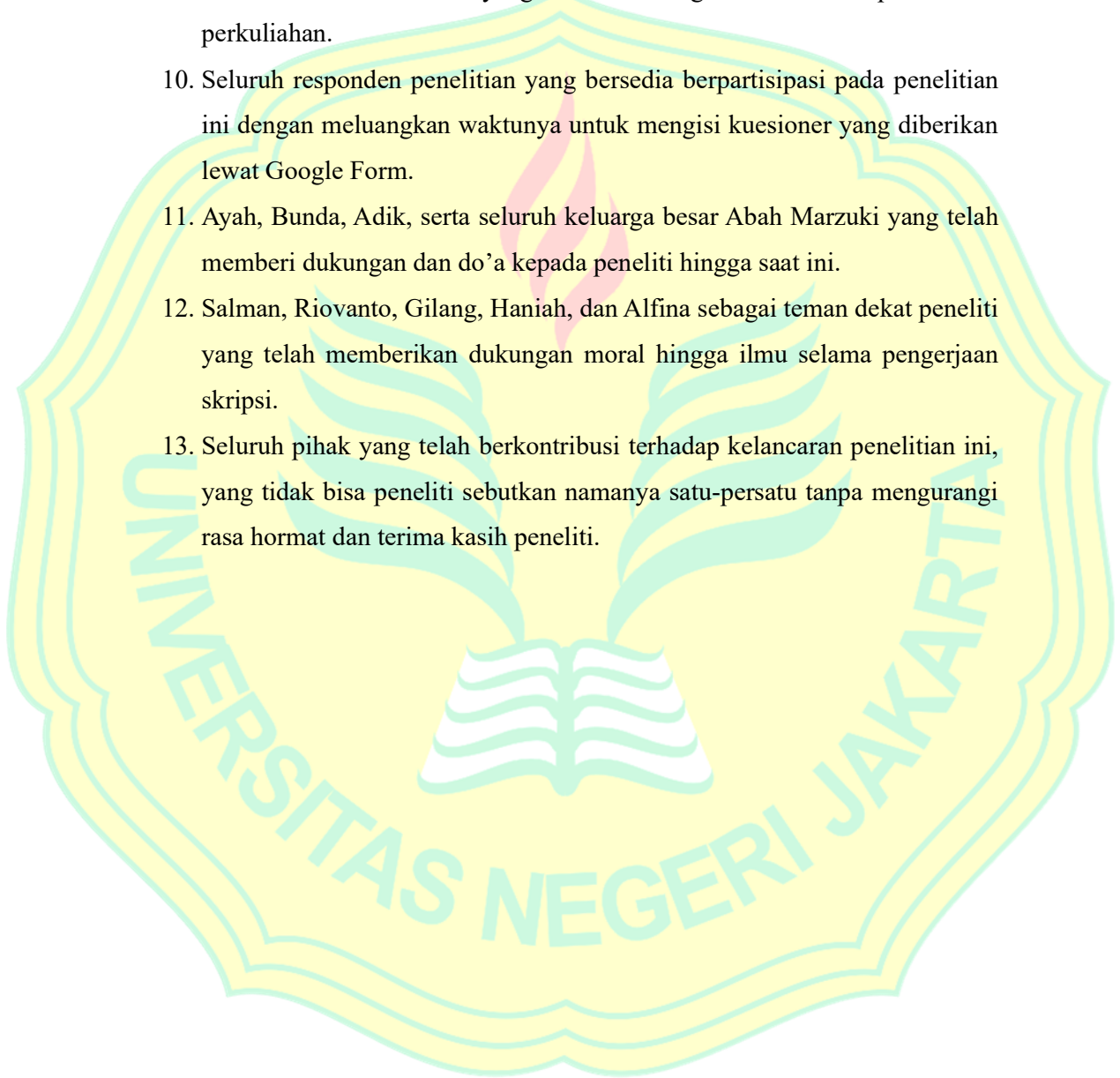
## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan rahmat, karunia, rezeki, hingga kemudahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi yang berjudul “Peran Pengetahuan Produk pada Pengaruh *Bandwagon Effect* Terhadap Minat Beli *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa” yang menjadi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Psikologi di Universitas Negeri Jakarta. Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada Rasullullah Shalallaahu Alaihi Wassalaam. Peneliti juga sangat berterima kasih kepada semua pihak yang berperan dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gungum Gumelar Fajar Rakhman, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Herdiyan Maulana, PhD., selaku Wakil Dekan II Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Mira Aryani, Ph.D., selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu Dr. Anna Armeini Rangkuti S.Psi. M.Si., selaku Koordinator Program Studi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak Dr. Gungum Gumelar Fajar Rakhman, M.Si., selaku dosen pembimbing I yang tidak pernah lelah dalam membimbing dan mengarahkan peneliti dalam mengerjakan skripsi ini, serta telah bersedia menjadi *Expert Judgement I* dalam perancangan instrumen penelitian ini.
7. Ibu Novitasari R. Damanik, M.Si., selaku dosen pembimbing II yang tidak pernah lelah dalam membimbing dan mengarahkan peneliti dalam mengerjakan skripsi ini, serta telah bersedia menjadi *Expert Judgement II* dalam perancangan instrumen penelitian ini.



8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang sudah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat kepada peneliti selama proses perkuliahan.
9. Seluruh karyawan dan staf di Fakultas Pendidikan Psikologi yang telah membantu dalam hal-hal yang berkaitan dengan fasilitas kampus selama perkuliahan.
10. Seluruh responden penelitian yang bersedia berpartisipasi pada penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang diberikan lewat Google Form.
11. Ayah, Bunda, Adik, serta seluruh keluarga besar Abah Marzuki yang telah memberi dukungan dan do'a kepada peneliti hingga saat ini.
12. Salman, Riovanto, Gilang, Haniah, dan Alfina sebagai teman dekat peneliti yang telah memberikan dukungan moral hingga ilmu selama pengerjaan skripsi.
13. Seluruh pihak yang telah berkontribusi terhadap kelancaran penelitian ini, yang tidak bisa peneliti sebutkan namanya satu-persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih peneliti.



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	iv
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	15
1.1 Latar Belakang Masalah .....	15
1.2 Identifikasi Masalah .....	19
1.3 Pembatasan Masalah .....	19
1.4 Rumusan Masalah .....	19
1.5 Tujuan Penelitian .....	19
1.6 Manfaat Penelitian .....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	21
2.1 Minat Beli .....	21
2.2 <i>Bandwagon Effect</i> .....	22
2.3 Pengetahuan Produk .....	24
2.4 Hubungan <i>Bandwagon Effect</i> dengan Pengetahuan Produk .....	25
2.5 Hubungan Pengetahuan Produk dengan Minat Beli .....	26
2.6 Hubungan <i>Bandwagon Effect</i> dengan Minat Beli .....	26
2.7 Kerangka Berpikir .....	27
2.8 Hipotesis .....	27
2.9 Penelitian yang Relevan .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	30
3.1 Tipe Penelitian .....	30

3.2	Identifikasi dan Operasional Variabel Penelitian.....	30
3.3	Subjek Penelitian.....	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5	Instrumen Penelitian.....	34
3.6	Uji Coba Instrumen.....	41
3.7	Analisis Data.....	46
3.8	Uji Statistik.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>48</b>
4.1	Gambaran Responden.....	48
4.2	Prosedur Penelitian.....	53
4.3	Hasil Analisis Penelitian.....	54
4.4	Pembahasan.....	65
4.5	Keterbatasan Penelitian.....	69
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....</b>		<b>70</b>
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Implikasi.....	70
5.3	Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>77</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>		<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Blueprint</i> Instrumen Minat Beli .....	34
Tabel 3.2 Norma Skor Instrumen Minat Beli .....	35
Tabel 3.3 <i>Blueprint</i> Instrumen Bandwagon Effect .....	36
Tabel 3.4 Norma Skor Instrumen <i>Bandwagon Effect</i> .....	37
Tabel 3.5 <i>Blueprint</i> Instrumen Pengetahuan Produk .....	39
Tabel 3.6 Norma Skor Instrumen Pengetahuan Produk .....	40
Tabel 3.7 Uji Coba Validitas Instrumen Minat Beli .....	42
Tabel 3.8 Uji Coba Validitas Instrumen <i>Bandwagon Effect</i> .....	42
Tabel 3.9 Uji Coba Validitas Instrumen Pengetahuan Produk .....	43
Tabel 3.10 <i>Blueprint</i> Instrumen Pengetahuan Produk Setelah Perubahan .....	43
Tabel 3.11 Uji Coba Validitas Instrumen Pengetahuan Produk Setelah Prubahan .....	44
Tabel 3.12 Koefisien Reliabilitas Guilford .....	45
Tabel 3.13 Uji Coba Reliabilitas Instrumen Minat Beli .....	45
Tabel 3.14 Uji Coba Reliabilitas Instrumen <i>Bandwagon Effect</i> .....	45
Tabel 3.15 Uji Coba Reliabilitas Instrumen Pengetahuan Produk .....	45
Tabel 3.16 Uji Coba Reliabilitas Instrumen Pengetahuan Produk Setelah Perubahan .....	46
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.3 Data Deskriptif Usia Responden .....	49
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	50
Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Semester Perkuliahan .....	52
Tabel 4.6 Data Deskriptif Variabel Minat Beli .....	54
Tabel 4.7 Kategorisasi Skor Instrumen Minat Beli .....	56
Tabel 4.8 Data Deskriptif Variabel <i>Bandwagon Effect</i> .....	56
Tabel 4.9 Kategorisasi Skor Instrumen <i>Bandwagon Effect</i> .....	58
Tabel 4.10 Data Deskriptif Variabel Pengetahuan Produk .....	58
Tabel 4.11 Kategorisasi Skor Instrumen Pengetahuan Produk .....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas .....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis .....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	62
Tabel 4.16 Hasil Model R .....	63
Tabel 4.17 Hasil Analisis Moderasi Sederhana .....	64



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4.1 Grafik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Gambar 4.2 Grafik Responden Penelitian Berdasarkan Usia .....	50
Gambar 4.3 Grafik Responden Penelitian Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....	51
Gambar 4.4 Grafik Responden Penelitian Berdasarkan Semester Perkuliahan....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian .....	77
Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas pada Instrumen <i>Bandwagon Effect</i> ....	80
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas pada Instrumen Minat Beli .....	80
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas pada Instrumen Pengetahuan Produk Sebelum menggugurkan item: .....	81
Lampiran 5. Data Deskriptif .....	82
Lampiran 6. Kategorisasi Skor.....	83
Lampiran 7. Uji Linieritas .....	83
Lampiran 8. Uji Korelasi.....	84
Lampiran 9. Uji Regresi Linear Sederhana.....	84
Lampiran 10. Analisis Moderasi Sederhana.....	85
Lampiran 11. Surat Validasi <i>Expert Judgement</i> .....	87

