



# HUBUNGAN ANTARA PERILAKU SEKS PRANIKAH DAN TINGKAT KEPUTUSAN PEMBELIAN SEXTOYS DI KALANGAN MAHASISWA

Oleh :

Nama : Ivan Johanes

NIM : 65060454

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Marketing Communication*



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2013

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## PENGESAHAN

# PERUBAHAN ANTARA PERILAKU SEKS PRANIKAH DAN TINGKAT KEPUTUSAN PEMBELIAN SEXTOYS DI KALANGAN MAHASISWA

Diajukan Oleh :

Nama : Ivan Johanes

NIM : 605060454

Jakarta, 4 Oktober 2013

Disetujui Oleh:

Pembimbing,

  
(Imam Nuraryo, S.Sos., M.A. (Comms))

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRAK

**Iman Johanes / 65060454 / 2013 / Hubungan Antara Perilaku Sex Pranikah dan Tingkat Keputusan Pembelian Sextoys di Kalangan Mahasiswa / Pembimbing Utama: Imam Nuraryo, S.Sos.,M.A. (Comms)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku seks pranikah dan keputusan pembelian *sextoys* di kalangan mahasiswa. Adapun permasalahan yang diteliti adalah bagaimana gambaran mahasiswa/i pembeli produk *sextoys*, gambaran perilaku seks sebelum menikah di kalangan mahasiswa/i, gambaran perilaku seks keputusan pembelian *sextoys* di kalangan mahasiswa dan hubungan perilaku seks pranikah tersebut dengan keputusan pembelian *sextoys* dengan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan konsepsi sexual pranikah dari Duvall dan Miller (1985) serta teori keputusan pembelian AIDA. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuantitatif melalui tipe penelitian survei deskriptif dan survey eksplanatif. Survey deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil mahasiswa pembeli produk ini, gambaran perilaku seks pranikah dan gambaran keputusan pembelian produk tersebut. Survey explanatif digunakan untuk menjelaskan hubungan antara perilaku seks pranikah itu sendiri dengan keputusan pembelian. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara aksidental di kalangan mahasiswa/i tersebut karena topik ini merupakan topik yang tabu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata terbesar mahasiswa responden adalah pria, jumlah usia responden terbanyak adalah 18-22 tahun, jumlah responden terbanyak adalah dari program studi komunikasi. Deskripsi perilaku seksual pranikah rata-rata terbesar *touching* yang dilakukan oleh mahasiswa responden adalah membelai rambut, rata-rata terbesar *kissing* yang dilakukan oleh mahasiswa responden adalah cium bibir, rata-rata terbesar *petting* yang dilakukan oleh mahasiswa responden adalah *foreplay*, rata-rata terbesar *sexual intercourse* yang dilakukan mahasiswa responden adalah penetrasi. Deskripsi keputusan pembelian rata-rata terbesar *attention* yang dilakukan oleh mahasiswa responden adalah info media massa, dan bentuknya menyerupai jenis kelamin, rata-rata terbesar *interest* yang dilakukan oleh mahasiswa responden adalah produknya unik, rata-rata terbesar *desire* yang dilakukan oleh mahasiswa responden adalah menyenangkan pasangan, rata-rata terbesar *action* yang dilakukan oleh mahasiswa responden adalah terjamin kerahasiannya. Uji signifikansi menggunakan analisis rank spearman sebesar  $0,495 > 0,05$  yang menunjukkan bahwa distribusi frekuensi pembelian *sextoys* tidak berkaitan dengan kategori perilaku seks pranikah.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah perilaku seks pranikah dan proses keputusan pembelian *sextoys* dua perilaku yang berbeda dan hampir tidak terdapat hubungan. Mahasiswa membeli produk ini, tidak semata-mata digunakan melakukan hubungan seks pranikah yang mereka lakukan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak milik intelektual (HAKI) ini adalah hak milik Kwik Kian Gie dan merupakan hak moralnya Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## ABSTRACT

**Ivan Johanes / 65060454 / 2013 / The Relationships Between Premarriage Sexual Behavior and Students' Sextoys Buying Decisions Level / Principal Supervisor: Imam Nuraryo, S.Sos., M.A. (Comms)**

*The aim of this research is to show the relationships between premarital sexual behavior and students' sextoys buying decisions level. This research discussed include the description of those students' profile who buy these product, ....the to what extent the relationships between these behaviour and buying decision. The problems were identified includes how the characteristics of students who will be the sextoys buyers, the descriptions of sexual behavior before marriage among these students, sextoys buying decision behaviors and relationships behaviors premarriage sex with sex toys buying decision.*

*This research used premarriage conceptual from Duvall and Miller (1985) and AIDA buying decision. Quantitative approach used in this research with descriptive survey and correlation survey. Descriptive survey used to describe students profile who buying this product, describe premarriage sexual and describe buying decision this product. Correlation survey used to describe correlation between premarriage sexual with sextoys buying decision. Data capture techniques is using questionnaire, while sampling capture techniques in this research do with accidental in circle of students because this topic is taboo.*

*This research indicate that average students respondents is male, plurality responden age of majority is 18-22 years old, plurality responden majoring is from communication. Sexual premarriage, the largest touching average description students did is stroking hai, the largest kissing average did by students is kissing lips, the largest petting average did by students is foreplay, the largest sexual intercourse average did by students is penetration.*

*Buying decision description, the largest attention average did by students in mass media information, and resembling sex, the largest interest average did by students is unique product, the largest desire average did by students is couple pleasure, the largest action average did by students is guaranteed confidentiality. Test of significance is used rank spearman analyse as big as  $0,495 > 0,05$  which shows that distribution frequency sextoys buying decision is not related by premarriage sexual category.*

*Conclusion in this research is premarriage sexual and sextoys buying decision are two kind of different behavior and there was no correlation. Students who buy this sextoys product, not solely used for their premarriage sexual that they did.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak tidak banyak yang bisa peneliti lakukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih atas semua bantuan dan dukungannya selama penyusunan skripsi ini kepada:

Kedua orang tua, papa dan mama yang terus menerus memberikan perhatian, dorongan, serta nasehat kepada peneliti.

Bapak Imam Nuraryo, S.Sos., M.A(Comms). selaku dosen pembimbing yang telah sangat banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan saran dalam proses pengerjaan skripsi hingga selesainya skripsi peneliti.

Ketua program studi ilmu komunikasi Bapak Deavvy Johassan.

Seluruh dosen dan karyawan program studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Indonesia.

Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada Saudari Brenda Novita Kencana yang telah sangat banyak memberikan motivasi serta kesabarannya kepada saya dalam proses pengerjaan skripsi hingga selesainya skripsi peneliti.

Peneliti menyadari ada kekurangan dalam penulisan skripsi ini yang masih jauh dari sempurna. Jika terdapat hal-hal yang kurang berkenan, penulis mohon maaf. Semoga bisa bermanfaat bagi kemajuan ilmu komunikasi dan kita semua. Terima kasih.

Jakarta, Agustus 2013

Ivan Johanes Walangitang



# DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan.....	i
Abstrak.....	ii
Abstract.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Tabel.....	viii

## BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Identifikasi Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
F. Sistematika Penulisan.....	12

## BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA KONSEP

A. Kajian Pustaka	
1. Pengertian dan ruang lingkup ilmu komunikasi.....	14
2. Pengertian sextoys dan permasalahannya di Indonesia.....	24
3. Sexual Pranikah.....	25







4. Teori keputusan pembelian dengan model AIDA.....37

5. Keputusan Pembelian.....41

B. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran.....42

Hipotesis.....44

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian.....45

B. Metode Penelitian.....45

C. Variabel Penelitian.....47

D. Jenis Data.....49

E. Teknik Pengumpulan Data.....49

F. Teknik Pengambilan Sampel.....50

G. Teknik Analisis Data.....51

1. Uji Validitas dan Realibitas

a Uji Validitas .....52

b Uji Reliabilitas.....53

2. Skala Likert.....54

3. Analisis persentase.....55

4. Skor Rata-rata.....55

5. Analisis chi square.....56

6. Analisis korelasi bivariat.....57

7. Pearson correlation.....58



## BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil penelitian

1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
2 Analisis Deskriptif.....	61
3 Hasil Korelasi	
a. Uji Normalitas.....	74
b. Uji Korelasi Product Moment.....	75
B. Pembahasan.....	76

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	83

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel Perilaku Seks Pranikah.....	47
Tabel 3.2	Variabel Keputusan Pembelian.....	48
Tabel 3.3	Skala Likert.....	55
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Perilaku Seks Pra-nikah.....	59
Tabel 4.2	Uji Validitas Keputusan Pembelian Sextoys.....	60
Tabel 4.3	Genis Kelamin.....	62
Tabel 4.4	Usia.....	62
Tabel 4.5	Program Studi.....	63
Tabel 4.6	<i>Touching</i> .....	63
Tabel 4.7	<i>Kissing</i> .....	64
Tabel 4.8	<i>Petting</i> .....	64
Tabel 4.9	<i>Sexual Intercourse</i> .....	64
Tabel 4.10	<i>Attention</i> .....	65
Tabel 4.11	Interest.....	65
Tabel 4.12	Desire.....	66
Tabel 4.13	Action.....	67
Tabel 4.14	Tabulasi silang antara usia dan perilaku seks pranikah.....	67



Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Distribusi Frekuensi Perilaku Seks Pra Nikah Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.16 Perilaku Seks Pra Nikah Berdasarkan Jurusan.....	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikansi Distribusi Frekuensi Perilaku Seks Pra Nikah Berdasarkan Jurusan.....	71
Tabel 4.18 Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Signifikansi Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	73
Tabel 4.20 Analisis Tabulasi Silang antara Usia dan Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.21 Hasil Uji Signifikansi Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian Berdasarkan Usia Responden.....	74
Tabel 4.22 Keputusan Pembelian Berdasarkan Perilaku Seks Pranikah.....	75
Tabel 4.23 Hasil Uji Signifikansi Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian Berdasarkan Perilaku Seks Pra Nikah.....	75
Tabel 4.24 Uji Normalitas Perilaku Seks Pranikah dan Keputusan Pembelian.....	76
Tabel 4.25 Uji Korelasi Product Moment Sex Pranikah dan Keputusan Pembelian.....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	AIDA <i>funnel model</i> dari Lewis.....	39
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	43

### © Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

### Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

