

**ANALISIS PENGARUH *UTILITARIAN VALUE* DAN *HEDONIC*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG TIDAK
DIRENCANAKAN PADA *ONLINE SHOPPING***



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

FATMA ZAHARA
B 100150055

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
Jl. A. Yani TromolPos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Kussudiyarsana, S.E., M.Si. Ph.D.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH *UTILITARIAN VALUE* DAN *HEDONIC*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG TIDAK
DIRENCANAKAN PADA *ONLINE SHOPPING***

Oleh:

FATMA ZAHARA
B100150055

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 24 Juni 2019

Pembimbing

Kussudiyarsana, S.E., M.Si Ph.D.

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH *UTILITARIAN VALUE* DAN *HEDONIC*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG TIDAK
DIRENCANAKAN PADA *ONLINE SHOPPING***

Yang ditulis dan disusun oleh:

FATMA ZAHARA
B 100 150 055

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 24 Juni 2019

Pembimbing

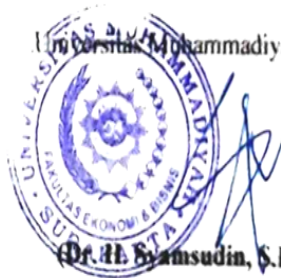


(Kussudiyarsana, S.E., M.Si Ph.D.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Samsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211
Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : **FATMA ZAHARA**
NIRM : **B 100 150 055**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Utilitarian Value dan Hedonic Terhadap Keputusan Pembelian Yang Tidak Direncanakan Pada Online Shopping**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 24 Juni 2019

Yang membuat pernyataan,

Fatma Zahara

MOTTO

“Dia yang tahu, tidak bicara. Dia yang bicara, tidak tahu”.

“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang.

Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh”.

“Hiduplah dengan mimpi, tapi jangan hidup dalam mimpi”.

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”. (Al-Insyirah ayat 5-6)

“Talk Less Do More”.

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan (mengerjakan) shalat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.” (Al-Baqarah:153)

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya istimewa ini teruntuk:

- Ucapan syukur dan terima kasih untuk Allah SWT yang telah memberikan petunjuk dan kelancaran atas terselesaikannya skripsi ini.
- Shalawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga serta para sahabatnya.
- Terima kasih untuk Ibu dan Bapak tercinta yang telah mendidik, memotivasi, memberikan kasih sayang serta memfasilitasi sehingga skripsi ini selesai.
- Dosen pembimbingku, Bapak Kussudiyarsana yang telah sabar membimbing saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Adik-adikku tersayang yang selalu memberikan semangat serta dukungan dalam setiap langkahku.
- My moodbooster, Arif Setiawan yang selalu memberikan semangat serta dukungan dalam setiap langkahku.
- Teman sekaligus sahabatku: Puspo, Putri, Hilda, Alim dan Millah yang turut memberikan semangat, dukungan, serta bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Almamaterku tercinta.

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *utilitarian value* dan *hedonic* terhadap keputusan pembelian yang tidak direncanakan pada *online shopping*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berbelanja pada *online shopping*. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan mengambil 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi lapangan berupa kuesioner secara personal. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memiliki beberapa temuan, pertama yaitu gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui belanja online dan yang kedua yaitu nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui belanja online.

Kata Kunci : Nilai *Utilitarian*, *Hedonic*, dan Keputusan Pembelian Yang Tidak Direncanakan.

ABSTRACT

The aim of this research to analyze influence of life style and perceived brand value to create buying decision through online shopping. Empirical studies at branded fashion products. The population of this research is all students of Muhammadiyah University of Surakarta. The technique sampling in this research is purposive sampling by take 100 respondences. Data collection method using field study in form of personal questionnaire. Analysis tools in this research uses multiple linear regression. Based on the result are found some finding, the first is life style has significant influence to create buying decision through online shopping and the second is perceived brand value has significant influence to create buying decision through online shopping

Keywords: Utilitarian Value, Hedonic, and Unplanned Purchase.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikumwr.wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan anugerah-Nya. Tak lupa sholawat serta salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Analisis Pengaruh *Utilitarian Value* Dan *Hedonic* Terhadap Keputusan Pembelian Yang Tidak Direncanakan Pada *Online Shopping* dengan lancar. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat dalam rangka memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada strata 1 ilmu ekonomi, konsentrasi manajemen pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak dapat terlepas dari bantuan dan dengan keikhlasan serta rendah hati, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si. selaku Dekan Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Kussudiyarsana, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Dra. Wafiatun Mukharomah, M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan memberikan arahan dalam pengambilan keputusan mata kuliah maupun lainnya.
6. Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama mengenyam bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan dan kelancaran dalam urusan administrasi.
7. Ayahku H. Shohib Choirudin, Ibuku Dra. Hj. Eni Nurhayati, Adik-adikku M. Muammar Kadafi dan M. Muzakki Zulfa serta keluarga penulis yang telah memberikan do'a, kasih sayang, motivasi, dukungan, semangat, masukkan serta membantu baik secara spiritual maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga Ibu, Bapak, dan Adik-adikku selalu dalam lindungan Allah SWT.

8. My Moodbooster (Arif Setiawan) yang selalu hadir menemani, memberikan dukungan secara spritirual dan materiil, serta motivasi yang luar biasa kepada penulis. Terima kasih atas perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan
9. Sahabat-sahabatku yang luar biasa telah memberikan dukungan dan menghibur dikala sedih. Semoga Allah SWT meridhoi kesuksesan dan kebahagiaan untuk kita semua.
10. Teman-teman seperjuangankelas B angkatan 2015 Manajemen FEB UMS.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Aamiin.

Wasalamu'alaikumWr.Wb.

Surakarta, 24 Juni 2019
Penulis



Fatma Zahara

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan Skripsi	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Utilitarian Value</i>	8
2. <i>Hedonic Value</i>	10
3. <i>Unplanned Purchase</i>	11
B. Kerangka Pemikiran	18
C. Penelitian Terdahulu	18
1. Hubungan <i>Utilitarian Value</i> dengan <i>Unplanned Purchase</i>	18
2. Hubungan <i>Hedonic Value</i> dengan <i>Unplanned Purchase</i>	19

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	21
B. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional.....	21
C. Data dan Sumber Data.....	24
D. Metode Pengumpulan Data.....	24
E. Desain Pengambilan Sampel	25
F. Metode Analisis Data	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Hasil Penelitian	30
B. Deskriptif Statistik.....	31
C. Uji Instrumen	36
D. Uji Hipotesis Penelitian.....	42
E. Pembahasan	45

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	48
B. Keterbatasan Penelitian	48
C. Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	`Halaman
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Menurut Usia.....	32
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Fakultas.....	32
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Menurut Sudah Berapa Kali Berbelanja Online	33
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Menurut Toko Online yang biasa Digunakan	34
Tabel 4.6. Deskripsi Responden Menurut Produk yang Biasa Dibeli	34
Tabel 4.7. Hasil Tanggapan Responden.....	35
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Utilitarian Value</i> (X_1).....	37
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Hedonic</i> (X_2)	37
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian yang tidak Direncanakan (Y)	38
Tabel 4.11. Hasil Uji Realibilitas	39
Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolenieritas	41
Tabel 4.14. Hasil Uji Heterokedastitas	41
Tabel 4.15. Analisis Regresi Linier Berganda	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	18
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Penelitian
- Lampiran 3. Hasil Frekuensi Identitas Responden
- Lampiran 4. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5. Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8. Tabel nilai-nilai r Product Moment