

**PENGARUH NILAI UTILITARIAN, NILAI HEDONIK DAN  
GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN  
TIDAK TERENCANA PADA E-COMMERCE  
(STUDI PADA SITUS BLIBLI)**

**S K R I P S I**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank  
S e m a r a n g



Oleh :

Nama : MUHAMMAD IRHAM ULINNUHA  
NIM : 16.05.51.0176  
Program Studi : S1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK  
S E M A R A N G  
2 0 2 1**

## HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul :

**PENGARUH NILAI UTILITARIAN, NILAI HEDONIK DAN GAYA  
HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN  
TIDAK TERENCANA PADA E-COMMERCE  
(STUDI PADA SITUS BLIBLI)**

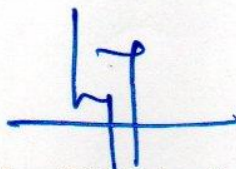
Diajukan oleh

**MUHAMMAD IRHAM ULINNUHA**  
**16.05.51.0176**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Program Studi S.1. Manajemen  
Universitas Stikubank Semarang

Telah disetujui guna menempuh ujian skripsi  
Semarang, November 2020

Dosen Pembimbing



( Dr. Endang Tjahjaningsih, M.Kom )  
NIDN : 0622056601

**HALAMAN PENGESAHAN**



**PENGARUH NILAI UTILITARIAN, NILAI HEDONIK DAN GAYA  
HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN  
TIDAK TERENCANA PADA E-COMMERCE  
(STUDI PADA SITUS BLIBLI)**

Diajukan oleh

**MUHAMMAD IRHAM ULINNUHA  
16.05.51.0176**

**Program studi strata 1 (S1) Manajemen**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 25 Februari 2021 dan skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana,

Penguji I

( Dr. Endang Tjahjaningsih, M.Kom )

NIDN : 0622056601

Penguji II

( Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si )

NIDN : 0027037101

Penguji III

( Ali Maskur, S.E, M.Kom )

NIDN : 0618076401

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



( Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si )

NIDN : 0027037101

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**



### **PENGARUH NILAI UTILITARIAN, NILAI HEDONIK DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA E-COMMERCE (STUDI PADA SITUS BLIBLI)**


Diajukan oleh

**MUHAMMAD IRHAM ULINNUHA**  
**16.05.51.0176**

Saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Jika ditemukan dikemudian hari ada masalah yang berkaitan dengan hal diatas, maka saya sanggup dilepas gelar sarjana saya.

Semarang, Februari 2021

Yang menyatakan,



( Muhammad Irham Ulinuha )

## ABSTRAK

Saat ini perdagangan melalui internet (*e-commerce*) sangat ketat, karena banyak provider yang menawarkan produknya dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya. Namun demikian, Blibli memiliki jumlah pengunjung yang relatif kecil. Hal ini diasumsikan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap situs Blibli relatif rendah. Adanya provider yang menyediakan berbagai kelebihan berdampak pada konsumen yang melakukan pembelian tidak terencana. Banyak faktor dapat mempengaruhi pembelian tidak terencana, tetapi dalam penelitian ini dianalisis melalui seperti nilai utilitarian, nilai hedonik dan gaya hidup berbelanja. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh nilai utilitarian, nilai hedonik dan gaya hidup berbelanja terhadap pembelian tidak terencana.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk melalui situs Blibli yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel yang diambil 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik non *random/acak* jenis *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1). Nilai Utilitarian berpengaruh positif terhadap terhadap Pembelian Tidak Terencana. (2). Nilai Hedonik berpengaruh positif terhadap terhadap Pembelian Tidak Terencana. (3). Gaya Hidup Berbelanja berpengaruh positif terhadap terhadap Pembelian Tidak Terencana.

**Kata Kunci : Nilai Utilitarian, Nilai Hedonik, Gaya Hidup Berbelanja, Pembelian Tidak Terencana**

## **ABSTRACT**

Currently, trading via the internet (e-commerce) is very strict, because many providers offer their products with various advantages and disadvantages. However, Blibli had a relatively small number of visitors. It is assumed that consumer purchasing decisions for the Blibli site are relatively low. The existence of providers that provide various advantages has an impact on consumers who make unplanned purchases. Many factors can influence unplanned purchases, but in this study analyzed through such as utilitarian value, hedonic value and shopping lifestyle. The purpose of this study was to analyze the effect of utilitarian value, hedonic value and shopping lifestyle on unplanned purchases.

The population of this study is an unknown number of consumers who purchase products through the Blibli site. Samples were taken 100 respondents. The sampling technique in this study was carried out by using a non-random / random purposive sampling type. The types of data used are primary and secondary. The data collection technique used was a questionnaire. The analysis technique used is multiple regression analysis.

The results showed that: (1). Utilitarian Value has a positive effect on Unplanned Purchases. (2). Hedonic value has a positive effect on Unplanned Purchases. (3). Shopping Lifestyle has a positive effect on Unplanned Purchases.

**Keywords : Utilitarian Value, Hedonic Value, Shopping Lifestyle, Unplanned Purchase**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : **“PENGARUH NILAI UTILITARIAN, NILAI HEDONIK DAN GAYA HIDUP BERBELANJA TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA PADA E-COMMERCE (STUDI PADA SITUS BLIBLI)”**.

Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan guna mencapai derajat S-1 pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan baik material maupun spiritual. Dan tidak berlebihan kiranya bila penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Safik Faozi, SH, M.Hum, selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Ibu Dr. Euis Soliha, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Ibu Sri Sudarsi, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
4. Ibu Dr. Endang Tjahjaningsih, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Euis Soliha, SE, M.Si dan Bapak Ali Maskur, SE, M.Kom selaku Dosen Penguji.
6. Ibu Dra. Kis Indriyaningrum, M.PD, M.Si, selaku Dosen Wali.

7. Bapak dan Ibu Dosen (pengajar) di Universitas Stikubank Semarang yang telah memberi bekal dalam kegiatan belajar mengajar.
8. Teman-teman Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen 2016 Universitas Stikubank Semarang yang selalu mensupport saya dan doanya.

Semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Semarang, Februari 2021

Penulis,



( **MUHAMMAD IRHAM ULINNUHA** )

**16.05.51.0176**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	14
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Tinjauan Pustaka .....	15
2.1.1. Nilai Utilitarian .....	15
2.1.2. Nilai Hedonik.....	18
2.1.3. Gaya Hidup Berbelanja .....	20
2.1.4. Pembelian Tidak Terencana .....	23

2.1.5.	Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonik dan Gaya Hidup Berbelanja terhadap Pembelian Tidak Terencana.....	27
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	28
2.3.	Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	30
2.3.1.	Pengaruh Nilai Utilitarian terhadap Pembelian Tidak Terencana.....	30
2.3.2.	Pengaruh Nilai Hedonik terhadap Pembelian Tidak Terencana.....	31
2.3.3.	Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja terhadap Pembelian Tidak Terencana .....	32
2.4.	Kerangka Pikir.....	33
2.4.1.	Model Grafis .....	33
2.4.2.	Model Matematis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1.	Populasi dan Pengambilan Sampel.....	37
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.	Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	40
3.5.	Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
3.5.1.	Uji Validitas .....	42
3.5.2.	Reliabilitas .....	43
3.6.	Metode Analisis Data .....	43
3.6.1.	Uji Fit Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	44

3.6.2. Pengujian Hipotesis (Uji – t) .....	45
<b>BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Responden .....	47
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian .....	48
4.3. Uji Validitas .....	51
4.4. Uji Reliabilitas.....	53
4.5. Analisis Regresi.....	54
4.6. Uji Model .....	55
4.7. Uji Hipotesis (Uji – t) .....	56
4.8. Pembahasan.....	57
<b>BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI</b>	
5.1. Kesimpulan .....	62
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	63
5.3. Implikasi Penelitian .....	63
5.4. Rekomendasi Penelitian Yang Akan Datang .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2011 – 2019 ...	2
Tabel 1.2.	Kelemahan Pembelian Barang Melalui <i>Online</i> .....	5
Tabel 1.3.	Kelebihan Pembelian Barang Melalui <i>Online</i> .....	6
Tabel 1.4.	Pengunjung <i>Online Shop</i> di Indonesia Tahun 2018 – 2019.....	6
Tabel 1.5.	<i>Top Brand Index Online Shop</i> Tahun 2018 – 2019.....	7
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1.	Definisi Konsep dan Operasional Variabel .....	40
Tabel 4.1.	Identitas Responden .....	47
Tabel 4.2.	Tabel Deskripsi Variabel .....	49
Tabel 4.3.	Hasil Uji Validitas .....	52
Tabel 4.4.	Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.5.	Hasil Analisis Regresi .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2011 – 2019 .3
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....36

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner dan Identitas Responden
- Lampiran 3 Statistik Deskriptif Variabel
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Regresi Berganda
- Lampiran 7 Identitas Responden