

ABSTRAK

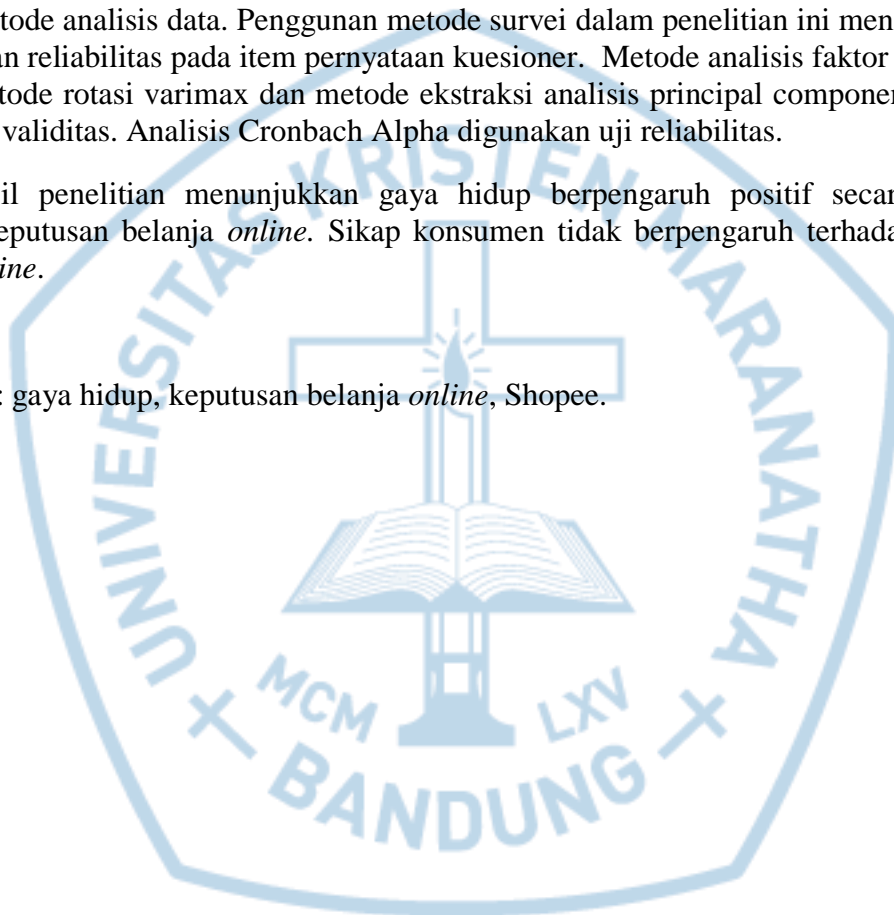
Penggunaan teknologi menyebabkan perubahan dalam mendistribusikan dan mempromosikan produk. Pemasar tidak lagi menggunakan cara lama, seperti membuka toko pada tempat yang baik, karena cara tersebut mahal. Sebagai gantinya, mereka menggunakan aplikasi *online* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh konsumen. Salah satu aplikasi *online* yaitu Shopee. Aplikasi ini paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan belanja *online* di aplikasi Shopee. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel bertujuan dan model regresi sebagai metode analisis data. Penggunaan metode survei dalam penelitian ini mensyaratkan uji validitas dan reliabilitas pada item pernyataan kuesioner. Metode analisis faktor konfirmatori dengan metode rotasi varimax dan metode ekstraksi analisis principal component digunakan sebagai uji validitas. Analisis Cronbach Alpha digunakan uji reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan gaya hidup berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan belanja *online*. Sikap konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan belanja *online*.

Kata kunci: gaya hidup, keputusan belanja *online*, Shopee.



ABSTRACT

The use of technology causes change in distributing and promoting product. Marketers no longer use the old way, such as opening store at the good location, because it is too costly. Instead, they use online platform application that can be accessed anytime and anywhere by consumers. One of online platform applications is Shopee. This application is the most widely used by people in Indonesia.

This study has the purpose to test and analyze the impact of lifestyle and consumer attitude on online shopping decision on the Shopee application. This study is conducted on students of Management Study Program at Economics Faculty in Maranatha Christian University Bandung.

This study uses purposive sampling method and regression model as method of data analysis. The use of survey method in this study requires validity and reliability test on questionnaire items. Confirmatory factor analysis with rotation method of varimax and extraction method of principal component analysis is used as validity test. Cronbach Alpha analysis is conducted as reliability test.

The result of this study shows that lifestyle has a positive impact on online shopping decision. Consumer attitude has no impact on online shopping decision.

Keywords: lifestyle, online shopping decision, Shopee



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3

BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.1.1 Pemasaran.....	5
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	5
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	7
2.1.4 Gaya Hidup.....	8
2.1.5 Sikap Konsumen.....	9
2.1.6 Toko <i>Online</i> dan Keputusan Belanja <i>Online</i>	10
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Teoritis.....	13
2.4 Kerangka Pemikiran.....	14
2.5 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	15
2.5.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Belanja <i>Online</i>	15
2.5.2. Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Belanja <i>Online</i>	15
2.6 Model Penelitian.....	16
BAB III MODEL PENELITIAN.....	17
3.1 Jenis Penelitian.....	17
3.2 Populasi dan Sampel.....	17
3.3 Definisi Variabel Operasional (DOV).....	18
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	19
3.5 Pengujian Instrumen: Validitas dan Reliabilitas.....	20

3.6 Metode Analisis Data.....	21
3.6.1 Uji normalitas.....	21
3.6.2 Uji multikolinieritas.....	22
3.6.3 Uji heteroskedastisitas.....	23
3.7 Prosedur Pengujian Hipotesis.....	24
3.8 Koefisien Determinasi Berganda.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Deskripsi Statistik.....	26
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	36
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	36
4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	37
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	38
4.4 Hasil Estimasi Model Regresi.....	38
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	39
4.6 Hasil Koefisien Determinasi Berganda.....	39
4.7 Pembahasan.....	40
BAB V PENUTUP.....	42
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	47
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	62

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Teoritis.....	13
2.2 Kerangka Pemikiran.....	14
2.3 Model Penelitian.....	16



DAFTAR TABEL

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	18
4.1 Frekuensi Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Umur.....	27
4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja <i>Online</i> di Shopee.....	27
4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Kiriman Orang Tua.....	28
4.5.A Jawaban Responden Atas Item Pernyataan GH1: Saya Memahami Kegunaan Teknologi Informasi.....	28
4.5.B Jawaban Responden Atas Item Pernyataan GH2: Saya Menyukai <i>trend</i> populer terkait dengan pakaian.....	29
4.5.C Jawaban Responden Atas Item Pernyataan GH3: Saya Menyukai Prosedur yang Sederhana.....	29
4.5.D Jawaban Responden Atas Item Pernyataan GH4: Saya suka Bersosialisasi Di Dunia Maya.....	30
4.5.E Jawaban Responden Atas Item Pernyataan GH5: Saya memiliki Prinsip Menghemat Waktu Dalam Mencari Barang.....	30
4.6.A Jawaban Responden Atas Item Pernyataan SK1: Saya Menyukai Belanja <i>Online</i> Di Shopee Mengingat Barang yang Dipajang Sama dengan Barang Ketika Datang di tempat.....	31

4.6.B Jawaban Responden Atas Item Pernyataan SK2: Saya Menyukai Belanja <i>Online</i> karena saya tidak Perlu Keluar Rumah.....	31
4.6.C Jawaban Responden Atas Item Pernyataan SK3: Shopee merupakan Toko Favorit Saya Dalam Melakukan Belanja <i>Online</i>	32
4.6.D Jawaban Responden Atas Item Pernyataan SK4: Saya suka berbelanja Di Shopee karena banyak berbagai macam barang tersedia disana.....	32
4.7.A Jawaban Responden Atas Item Pernyataan KBO1: Saya merasa Mantap Atas Keputusan Belanja <i>Online</i> yang Dilakukan.....	33
4.7.B Jawaban Responden Atas Item Pernyataan KBO2: Saya Merasa Yakin Bahwa Keputusan Belanja <i>Online</i> yang dilakukan Sudah tepat.....	33
4.7.C Jawaban Responden Atas Item Pernyataan KBO3: Saya Merasa Cepat dalam Mengambil keputusan Belanja <i>Online</i>	34
4.8 Hasil Perhitungan Nilai KMO dan Hasil Uji Bartlett.....	34
4.9 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori: <i>Rotated Component Matrik^a</i>	35
4.10 Nilai Crobach Alpha Untuk Item Pernyataan Atas Variabel Penelitian.....	35
4.11 Hasil Uji Normalitas dengan Menggunakan Uji Satu Sampel Kolmogorov- Smirnov....	36
4.12 Hasil Deteksi Multikolineritas dengan <i>Variance Inflation Factor</i>	37
4.13 Hasil Uji Heteroskedastistitas dengan Menggunakan Uji Glesjer.....	38
4.14 Hasil Estimasi Model Regresi : Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Belanja <i>Online</i>	39
4.15 Ringkasan Model.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar pernyataan Kuesioner	47
Lampiran 2	Data demografi responden dan jawaban responden terhadap item pernyataan..	51
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
Lampiran 4	Hasil Uji Asumsi Klasik Dan Estimasi Model Regresi.....	58
Lampiran 5	Hasil Estimasi Model Regresi.....	60
Lampiran 6	Tabel Distribusi Normal.....	61

