

**PERILAKU KONSUMEN MILENIAL DALAM PEMBELIAN
PRODUK *FASHION* DI *MARKETPLACE SHOPEE* : MENGUJI
*THEORY OF PLANNED BEHAVIOR***

(Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

***MILENIAL CONSUMER BEHAVIOR IN PURCHASING FASHION
PRODUCTS IN THE MARKETPLACE SHOPEE: TESTING
THEORY OF PLANNED BEHAVIOR***

***(Empirical Study on Students of Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)***



**Oleh :
DIMAS YOSANANDA
20190410063**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dimas Yosananda

Nomor Mahasiswa : 20190410063

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “PERILAKU KONSUMEN MILENIAL DALAM PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI *MARKETPLACE* SHOPEE : MENGUJI *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 20 Juni 2023



Dimas Yosananda

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan Kemudahan serta senantiasa mengiringi saya dalam proses menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini, hingga pada titik akhir penyusunan skripsi. Persembahan dan rasa terimakasih saya ucapkan kepada:

1. Bapak dan ibu saya yang telah memberikan dukungan dan motivasi baik secara moril maupun materil, serta selalu mengingatkan saya untuk tidak pernah berhenti berdoa, berusaha, dan selalu bersyukur.
2. Keluarga yang selalu mendukung saya untuk tetap bersemangat dalam menyelesaikan studi S1 ini.
3. Teman-teman yang selalu membantu saya selama perkuliahan ini, saya sangat bersyukur bisa bertemu orang baik seperti teman-teman semua dan terimakasih atas semua waktu yang berharga ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya yang berjudul “Perilaku Konsumen Milenial Dalam Pembelian Produk *Fashion* di *Marketplace* Shopee: Menguji *Theory of Planned Behavior* (Studi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)” dengan lancar dan baik. Penyusunan skripsi ini disusun untuk dapat memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis memilih topik ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi Perusahaan Shopee untuk dapat memberikan kemudahan kepada konsumen dalam berbagai hal, dengan terus mengembangkan aplikasi yang mudah dipahami dan mudah untuk digunakan dalam berbelanja online supaya konsumen dapat terus menggunakan aplikasi Shopee sebagai alat untuk berbelanja online serta penelitian ini dapat memberikan ide untuk pengembangan penelitian yang akan datang.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dosen pembimbing, Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu yang diberikan selama perkuliahan berlangsung.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan yang telah diberikan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulisan skripsi ini ditulis dengan sebaik-baiknya, akan tetapi skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari seluruh pihak sangat diharapkan, dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah wawasan.

Yogyakarta, 20 Juni 2023



Dimas Yosananda

DAFTAR ISI

SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	9
2. Sikap Berperilaku	10
3. Norma Subjektif.....	11
4. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (<i>Perceived Behavioral Control</i>)	11
5. Niat (<i>Intention</i>)	12
6. Keputusan Pembelian	12
B. Hasil Penelitian Terdahulu	13
C. Pengembangan Hipotesis.....	25
2. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Beli	26
3. Pengaruh kontrol perilaku yang dipersepsikan terhadap niat beli	26

4. Pengaruh niat beli terhadap keputusan pembelian	26
5. Pengaruh kontrol perilaku yang dipersiapkan terhadap keputusan pembelian	27
D. Model Penelitian.....	27
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN.....	29
A. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	29
B. Teknik Pengambilan Sampel	29
C. Jenis Data dan Metode	30
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Identifikasi Variabel	31
F. Definisi Operasional Variabel.....	32
G. Uji Instrumen Data	33
1. Analisis <i>Outer Model</i>	33
H. Analisis Data dan Uji Hipotesis	34
1. Analisis <i>Inner Model</i>	34
2. Pengujian Hipotesis.....	35
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
1. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	36
a. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
b. Gambaran Umum Subjek Penelitian	37
2. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	41
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	41
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	45
3. Pengujian Hipotesis	49
4. Pembahasan.....	51
BAB V	54
A. Simpulan	54
B. Keterbatasan Penelitian	55
C. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	62

KUESIONER.....	62
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	63
Petunjuk Pengisian	63
Karakteristik Responden dan Screening	63
Data Responden	63
1. Sikap berperilaku.....	65
2. Norma Subjektif.....	65
3. Kontrol perilaku yang dipersepsikan.....	66
4. Niat Beli.....	67
5. Keputusan Pembelian	68
Lampiran 2. Deskripsi Karakteristik Responden	69
Lampiran 3. Tabulasi Data	70
Lampiran 4. Uji Validitas.....	74
Lampiran 5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	76
Lampiran 6. Pengujian Hipotesis	77
Lampiran 7. Pembahasan.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Angkatan.....	40
Tabel 4.4 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Bulanan	40
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji Validitas Diskriminan	43
Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	44
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji <i>R-squared</i>	45
Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji <i>Q-squared</i>	46
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Ukuran Efek	46
Tabel 4.11 Tabel Model Fit	48
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	49
Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji <i>P-value</i>	50
Tabel 4.14 Tabel Hipotesis yang Terbentuk Dari Pengaruh Langsung	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Data Statistik <i>E-Commerce</i> Dengan Kunjungan Terbanyak Di Indonesia (Agustus 2022)	3
Gambar 2.1 <i>Model penelitian</i>	28
Gambar 4.1 Logo Shopee	36
Gambar 4.2 Gambar Model Analisis SEM	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 2. Deskripsi Karakteristik Responden	69
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	70
Lampiran 4. Uji Validitas	74
Lampiran 5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	76
Lampiran 6. Pengujian Hipotesis.....	77
Lampiran 7. Pembahasan	78