

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN *ONLINE* DAN
LINGKUNGAN TOKO *ONLINE* TERHADAP *ONLINE IMPULSE
BUYING* PRODUK *FASHION* MELALUI *PERCEIVED ENJOYMENT*
(Studi pada Konsumen Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE EFFECT ONLINE CONSUMER TRUST AND ONLINE
STORE ENVIRONMENT ON ONLINE IMPULSE BUYING
FASHION PRODUCT THROUGH PERCEIVED ENJOYMENT
(Study on Shopee Consumer in Special Region of Yogyakarta)***



**DISUSUN OLEH:
UZLIFATUL JANNAH
20200410433**

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

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN *ONLINE* DAN
LINGKUNGAN TOKO *ONLINE* TERHADAP *ONLINE IMPULSE
BUYING* PRODUK *FASHION* MELALUI *PERCEIVED ENJOYMENT*
(Studi pada Konsumen Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE EFFECT ONLINE CONSUMER TRUST AND ONLINE
STORE ENVIRONMENT ON ONLINE IMPULSE BUYING
FASHION PRODDUCT THROUGH PERCEIVED ENJOYMENT
(Study on Shopee Consumer in Special Region of Yogyakarta)***

**Diajukan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**DISUSUN OLEH:
UZLIFATUL JANNAH
20200410433**

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

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Uzlifatul Jannah

Nomor Mahasiswa : 20200410433

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN *ONLINE* DAN LINGKUNGAN TOKO *ONLINE* TERHADAP *ONLINE IMPULSE BUYING* PRODUK *FASHION* MELALUI *PERCEIVED ENJOYMENT* (Studi pada Konsumen Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**", tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk diperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang saya tulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 26 Nov 2023



Uzlifatul Jannah

PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan, serta rahmatnya, sehingga penulis masih bisa diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis sadar bahwa tanpa bantuan orang-orang terkasih, skripsi ini akan jauh dari kata selesai. Untuk itu, dengan segenap rasa Syukur penuh kasih dan sayang, penulis persembahkan rasa Syukur kepada:

1. Cinta pertama dan Pintu surgaku, Ibunda Kholifah. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih selalu memberikan dukungan penuh dan selalu menyayangi saya dengan segenap rasa cinta.
2. Saudara kandung peneliti, Kakak Syarifatun Nida. Terima Kasih telah menjadi penyemangat dan motivasi dalam kelancaran skripsi ini.
3. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat kepada penulis selama ini.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji Syukur kepada Tuhan Maha Esa yang telah melimpah Rahmat taufiq dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Konsumen *Online* dan Lingkungan Toko *Online* terhadap *Online Impulse Buying* Produk *Fashion* Melalui *Perceived Enjoyment* pada Konsumen Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta). Pembuatan skripsi adalah syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini pasti tidak lepas dari bantuan berbagai elemen yang telah membimbing serta memberi dorongan moral. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus kepada pihak yang terkait dalam pembuatan skripsi, kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof Rizal Yaya, SE., M.Si., ph.D., Ak., Ca. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE.M., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah yogyakarta yang telah memberikan bimbingan serta kemudahan selama penulis menyelesaikan studi
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam membantu dan memberikan bimbingan, konsultasi serta arahan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi.

4. Semua sahabat dan orang-orang terdekat penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Penulis sadar bahwa dalam pembuatan skripsi tidak luput dari kata kesalahan dan kesempurnaan, maka dari itu dengan lapang dada memberikan saran dan kritikan yang membangun. Besar harapan saya skripsi ini semoga bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 26 November 2023



Uzlifatul Jannah

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| <u>HALAMAN SAMPUL</u> | i |
| <u>HALAMAN JUDUL</u> | ii |
| <u>HALAMAN PERSETUJUAN</u> | iii |
| <u>HALAMAN PENGESAHAN</u> | iv |
| <u>PERNYATAAN</u> | v |
| <u>MOTTO</u> | vi |
| <u>PERSEMBAHAN</u> | vii |
| <u>INTISARI</u> | viii |
| <u>ABSTRACT</u> | ix |
| <u>KATA PENGANTAR</u> | x |
| <u>DAFTAR ISI</u> | xiii |
| <u>DAFTAR TABEL</u> | xiv |
| <u>DAFTAR GAMBAR</u> | xv |
| <u>BAB I</u> | 1 |
| <u>PENDAHULUAN</u> | 1 |
| <u>A. Latar Belakang Penelitian</u> | 1 |
| <u>B. Rumusan Masalah</u> | 6 |
| <u>C. Tujuan Penelitian</u> | 7 |
| <u>D. Manfaat Penelitian</u> | 7 |
| <u>BAB II</u> | 9 |
| <u>TINJAUAN PUSTAKA</u> | 9 |
| <u>A. Landasan Teori</u> | 9 |
| <u>B. Penelitian Terdahulu</u> | 11 |
| <u>C. Pengembangan Hipotesis Penelitian</u> | 17 |
| <u>D. Model Penelitian</u> | 23 |
| <u>BAB III</u> | 25 |
| <u>METODE PENELITIAN</u> | 25 |
| <u>A. Objek dan Subjek Penelitian</u> | 25 |
| <u>B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel</u> | 25 |
| <u>C. Jenis Data</u> | 27 |

| | |
|--|----|
| <u>D. Teknik Pengambilan Data</u> | 27 |
| <u>E. Definisi Operasional Variabel Penelitian</u> | 28 |
| <u>F. Uji Kualitas Instrumen</u> | 30 |
| <u>G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis</u> | 31 |
| <u>BAB IV</u> | 35 |
| <u>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u> | 35 |
| <u>A. Gambaran Umum Objek Penelitian</u> | 35 |
| <u>B. Uji Kualitas Instrumen</u> | 38 |
| <u>C. Statistik Deskriptif</u> | 40 |
| <u>D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)</u> | 43 |
| <u>E. Pengujian Hipotesis</u> | 53 |
| <u>F. Pembahasan</u> | 59 |
| <u>BAB V</u> | 66 |
| <u>SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN</u> | 66 |
| <u>A. Simpulan</u> | 66 |
| <u>B. Keterbatasan Penelitian</u> | 67 |
| <u>C. Saran</u> | 68 |
| <u>DAFTAR PUSTAKA</u> | 69 |
| <u>LAMPIRAN</u> | 73 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| <u>Tabel 1.1 E-Commerce Popular 2023</u> | 2 |
| <u>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu</u> | 11 |
| <u>Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert</u> | 27 |
| <u>Tabel 3.2 Variabel Eksogen</u> | 28 |
| <u>Tabel 3. 3 Variabel intervening</u> | 29 |
| <u>Tabel 3. 4 Variabel Endogen</u> | 30 |
| <u>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</u> | 36 |
| <u>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u> | 36 |
| <u>Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan</u> | 36 |
| <u>Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan terakhir</u> | 37 |
| <u>Tabel 4. 5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan</u> | 37 |
| <u>Tabel 4. 6 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili Responden</u> | 37 |
| <u>Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas</u> | 38 |
| <u>Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas</u> | 39 |
| <u>Tabel 4. 9 Kategori Tingkat Jawaban</u> | 41 |
| <u>Tabel 4. 10 Statisti Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen Online</u> | 41 |
| <u>Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Lingkungan Toko Online</u> | 42 |
| <u>Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Perceived Enjoyment</u> | 42 |
| <u>Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel Online Impulse Buying</u> | 43 |
| <u>Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas</u> | 48 |
| <u>Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Uji Outlier</u> | 49 |
| <u>Tabel 4. 16 Computation of Degrees of Freedom (Default model)</u> | 53 |
| <u>Tabel 4. 17 Hasil Uji Goodness Of Fit</u> | 53 |
| <u>Tabel 4. 18 Ringkasan hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung</u> | 54 |
| <u>Tabel 4. 19 Hasil Standardized Direct Effects</u> | 58 |
| <u>Tabel 4. 20 Hasil Standardized Indirect Effectsts</u> | 59 |
| <u>Tabel 4. 21 Ringkasan hasil pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung</u> | 59 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| <u>Gambar 1.1 Produk Terlaris Aplikasi Shopee</u> | 3 |
| <u>Gambar 2.1 Model Penelitian</u> | 23 |
| <u>Gambar 4. 1 Model Penelitian dengan Amos 25</u> | 44 |
| <u>Gambar 4. 2 Persamaan Struktural</u> | 45 |
| <u>Gambar 4. 3 Hasil dari <i>degree freedom</i></u> | 49 |

