

**PENGARUH NILAI *UTILITARIAN* DAN NILAI HEDONIS TERHADAP  
PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI EFEK MEDIASI  
*BROWSING* DAN *URGE TO BUY IMPULSIVELY***

***THE EFFECT OF UTILITARIAN AND HEDONIC VALUE ON  
IMPULSIVE PURCHASE BEHAVIOR THROUGH THE EFFECT OF  
BROWSING MEDIATION AND URGE TO BUY IMPULSIVELY***

**SKRIPSI**



Oleh

**FEBRI EKA ARYANI**

**2017041004**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2021**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Febri Eka Aryani

Nomor Mahasiswa : 20170410004

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Efek Mediasi Browsing dan Urge To Buy Impulsively”**. Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 24 Mei 2021



Febri Eka Aryani

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil'alamin puji syukur kepada Allah atas nikmat islam dan iman yang senantiasa mengiringi perjalanan hidup serta sholawat salam kepada junjungan Nabi kita Nabi Muhammad pejuang dan pencerar umat dari zaman jahiliyah sampai zaman terang benderang. Dengan ungkapan rasa syukur dan bahagia karya yang sangat sederhana ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua saya, Bapak Wahyudi dan Ibu Suparni, yang senantiasa memberi support dan selalu mendoakan serta memberikan dukungan yang terbaik kepada saya. Dan karya ini sebagai wujud bakti dan tanggung jawab saya sebagai anak atas amanah yang diberikan orang tua saya.
2. Adik saya, Muhammad Hadid Al Gozali, yang selalu ada disaat saya butuh bantuan. Terimakasih atas bantuannya selama ini.
3. Sahabat saya dari SMA, Indrasti Ramadhaniati, yang selalu ada. Terimakasih supportnya, selalu memberi dukungan yang terbaik, selalu menjadi penenang, menjadi tempat mencurahkan isi hati, selalu mau direpotkan kapanpun, selalu menemani ketika di Jogja maupun di Sragen.
4. Teman saya, Afifa dan Zulfa yang selalu bersama satu kelas dari semasa maba sampai semester akhir tidak pernah terpisahkan, berangkat janjian pulang barengan. Terimakasih dukungannya, traktirannya, dan semua kenangannya.

5. Teman saya satu kos sewaktu di Bantul, Egi dan Bella, main bareng, makan bareng, masak bareng, nyanyi bareng, ketawa bareng, teriak-teriak sampai tetangga denger, 3 tahun yang menyenangkan bersama mereka. Dan terimakasih atas support nya.
6. Teman-teman saya seperbimbingan, Intan, Fara, Pusfita, Tiara, selalu memberi dukungan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat saya dari Sragen, Octvia Saras Asih dan Ratna Kuswandari yang selalu support, selalu menanyakan progres skripsi dan memberi semangat, selalu ada disaat saya membutuhkan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH NILAI UTILITARIAN DAN NILAI HEDONIS TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF MELALUI EFEK MEDIASI BROWSING DAN URGE TO BUY IMPULSIVELY”. Pada aplikasi belanja Shopee. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Skripsi ini tidak lepas dari usaha, doa serta dukungan dari banyak pihak yang membantu. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si selaku Dosen pembimbing skripsi yang bersedia memberi arahan dan bimbingan dalam setiap tahapan penulisan skripsi ini.
4. Ayah, Ibu dan Adik, yang selalu memberikan semangat dan doa terbaik untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu melancarkan penelitian ini.

6. Sahabat-sabhatku, dan rekan-rekan mahasiswa khususnya program studi S1 Manajemen.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari kata kekurangan, karena itu penulis memohon kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan dan penulsi ucapkan terimakasih setulus-tulusnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin

Yogyakarta, 24 Mei 2021

Penulis



Febri Eka Aryani

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN .....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI .....	xxii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II.....	11
LANDASAN TEORI DAN PENURUNAN HIPOTESIS.....	11
A. Teori .....	11
B. Hubungan Antar variabel.....	16
C. Model Penelitian .....	27
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
A. Pendekatan Penelitian.....	28
B. Responden dan Setting Penelitian.....	28
C. Metode Penyampelan dan Sampel Penelitian .....	28
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	29
E. Identifikasi Variabel Penelitian.....	30
F. Definisi Operasional.....	30
G. Pengujian Instrumen Penelitian .....	34

H. Analisis Data .....	35
BAB IV .....	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	41
C. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	43
D. Statistik Deskriptif .....	45
E. Proses Analisis Data.....	48
F. Pembahasan .....	63
BAB IV .....	70
KESIMPULAN SARAN DAN KETERBATASAN.....	70
A. Kesimpulan Penelitian .....	70
B. Keterbatasan Penelitian.....	73
C. Saran Penelitian .....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN.....	79



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 2. 6 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2. 7 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	34
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	41
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel Nilai Utilitarian.....	45
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Niai Hedonis.....	46
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Browsing.....	46
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif <i>Urge to Buy Impulsively</i> .....	47
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Pembelian Impulsif.....	47
Tabel 4. 8 Uji Normalitas Data.....	52
Tabel 4. 9 Pengujian Normalitas <i>Outliers</i> .....	54
Tabel 4. 10 <i>Computation of degrees of freedom (Default model)</i> .....	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Goodness-of-fit</i> Indeks.....	56
Tabel 4. 12 Hubungan Antar Variabel.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kunjungan web e-commerce .....	6
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	21
Gambar 4. 1 Beranda Shopee .....	39
Gambar 4. 2 Logo Shopee.....	40
Gambar 4. 3 Diagram Jalur .....	49
Gambar 4. 4 Model Penelitian Output AMOS .....	50
Gambar 4. 5 Nilai Batas Mahalomobis Distance .....	54
Gambar 4. 6 Direct Effect Variabel .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 Data Kuesioner.....	86
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden.....	92
Lampiran 4 Uji Kualitas Instrumen.....	94
Lampiran 5 Analisis Deskriptif.....	97
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	98
Lampiran 7 Uji Outlier.....	99
Lampiran 8 Degree Of Freedom.....	102
Lampiran 9 Uji Goodness Of Fit.....	102
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	103