

PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION, PRIOR ONLINE PURCHASE EXPERIENCE, TIME SAVING ORIENTATION, PRICE SAVING ORIENTATION* TERHADAP *CONVENIENCE MOTIVATION* DAN *ACTUAL BEHAVIOR* PADA KONSUMEN GO-FOOD DI SURABAYA



OLEH:

ALOYSIUS YESA GUSTI SASONGKO

3103014268

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION, PRIOR ONLINE PURCHASE EXPERIENCE, TIME SAVING ORIENTATION, PRICE SAVING ORIENTATION* TERHADAP *CONVENIENCE MOTIVATION* DAN *ACTUAL BEHAVIOR* PADA KONSUMEN GO-FOOD DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh: ALOYSIUS YESA GUSTI SASONGKO
3103014268

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

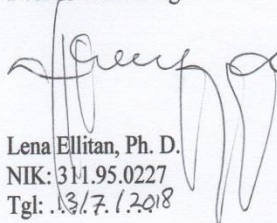
PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION, PRIOR ONLINE PURCHASE EXPERIENCE, TIME SAVING ORIENTATION, PRICE SAVING ORIENTATION* TERHADAP *CONVENIENCE MOTIVATION* DAN *ACTUAL BEHAVIOR* PADA KONSUMEN GO-FOOD DI SURABAYA

Oleh: ALOYSIUS YESA GUSTI SASONGKO
3103014268

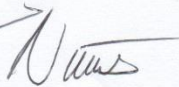
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji Sidang Akhir

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2



Lena Ellitan, Ph. D.
NIK: 311.95.0227
Tgl: 13/7/2018

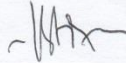


Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.
NIK: 311.95.0230
Tgl: 13/7/2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini ditulis oleh: Aloysius Yesa Gusti Sasongko, NRP:
3103014268 telah diuji pada tanggal 31 Juli 2018 dan dinyatakan lulus
oleh Tim Penguji,

Ketua Tim Penguji




Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M. SI
NIK. 311.95.0228


Mengetahui,

Dekan

Ketua Jurusan

Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA
NIK: 321.99.0370



Robertus Sigit H.L. SE.MSc
NIK: 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aloysius Yesa Gusti Sasongko

NRP : 3103014268

Judul Skripsi : Pengaruh *Hedonic Motivation, Prior Online Purchase Experience, Time Saving Orientation, Price Saving Orientation* terhadap *Convenience Motivation* dan *Actual Behavior* Pada Konsumen Go-Food Di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas Akhr ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya tulis ini merupakan plagiarism, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui apabila karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Dengan demikian pertanyaan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 juli 2018
Yang menyatakan,



Aloysius Yesa Gusti Sasongko

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas semua rahmat, anugrah, dan hidayah yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Hedonic Motivation, Prior Online Purchase Experience, Time Saving Orientation, Price Saving Orientation terhadap Convenience Motivation dan Actual Behavior Pada Konsumen Go-Food Di Surabaya*”. Tujuan dari penulisan skripsi ini untuk menyelesaikan persyaratan kelulusan pada masa kuliah dan meraih Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Lena Ellitan, Ph.D., selaku dosen pembimbing pertama yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan, dan

mengarahkan penulis mulai dari awal hingga selesainya pembuatan tugas akhir.

4. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM., selaku dosen pembimbing ke-2 yang telah senantiasa membantu dan menyediakan waktunya untuk membantu mengarahkan penulis mulai dari awal hingga selesainya pembuatan tugas akhir.
5. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si., selaku ketua rumpun konsentrasi ritel yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan, dan mengarahkan penulis mulai dari awal hingga selesainya pembuatan Tugas Akhir.
6. Ibu Christofera Marliana Junaedi, S.E., M.Si., selaku dosen wali selama masa perkuliahan. Terima kasih atas motivasi dan semangat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi
7. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis semasa kuliah.
8. Orang tua saya Bapak Agoes Setija Boedi, Ibu Christina Suwarti, dan adik saya Ursula Yesi Gusti Ayu putri yang telah memberi doa serta dukungan baik moral maupun materi selama penulis menempuh perkuliahan.
9. Sahabat tercinta saya yang selama ini telah menemani penulis dan membantu dalam setiap proses akademi (Marta Munthe, Morena Valleta S, Novia Sanjaya, Noor Isnaini Hanifah, Fasa Handika, Yunique Agustin, Alvin Williyanto, Albertus Tito, Hari Wahono,

dan Funny ony via). Penulis berharap agar setiap doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis berkenan di hadapan Tuhan Yesus Kristus.

10. Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2014, khususnya teman-teman dari rumpun ritel yang telah bersama-sama melewati masa studi baik suka maupun duka.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada pada penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak agar Tugas Akhir ini menjadi sempurna. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkan

Surabaya, 3 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	7
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11

2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 <i>Actual Behavior</i>	13
2.2.2 <i>Convenience Motivation</i>	14
2.2.3 <i>Price Saving Orientation</i>	16
2.2.4 <i>Time Saving Orientation</i>	17
2.2.5 <i>Prior online Purchase Experience</i>	17
2.2.6 <i>Hedonic Motivation</i>	18
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	19
2.3.1 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Convenience Motivation</i>	20
2.3.2 Pengaruh <i>Prior Online Purchase Experience</i> terhadap <i>Convenience Motivation</i>	20
2.3.3 Pengaruh <i>Time Saving Orientation</i> terhadap <i>Convenience Motivation</i>	21
2.3.4 Pengaruh <i>Price Saving Orientation</i> terhadap <i>Convenience Motivation</i>	21
2.3.5 Pengaruh <i>Convenience Motivation</i> terhadap <i>Actual Behavior</i>	22
2.4 Model Penelitian	23
2.5 Hipotesis.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Identifikasi Variabel.....	26
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.3.1 <i>Hedonic Motivation</i>	27

3.3.2	<i>Prior Online Purchase Experience</i>	27
3.3.3	<i>Time Saving Orientation</i>	28
3.3.4	<i>Price Saving Orientation</i>	28
3.3.5	<i>Convenience Motivation</i>	29
3.3.6	<i>Actual Behavior</i>	29
3.4	Pengukuran Variabel.....	30
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.7	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel...	31
3.8	Teknik Analisis Data.....	32
3.8.1	Uji Validitas.....	32
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.8.3	Uji Normalitas.....	33
3.8.4	Uji Kecocokan Model.....	34
3.8.5	Uji Kecocokan Model Struktural.....	36
3.8.6	Uji Hipotesis.....	36
BAB 4	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Sampel Penelitian.....	37
4.2	Karakteristik Responden.....	37
4.2.1	Jenis Kelamin.....	37
4.2.2	Usia.....	38
4.2.3	Pendidikan Terakhir	38
4.2.4	Pekerjaan.....	39
4.2.5	Penghasilan/Uang Saku Per Bulan.....	40
4.3	Deskriptif Data.....	40

4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	41
4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Prior Onlin Purchase Experience</i>	43
4.3.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Time Saving Orientation</i>	44
4.3.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Saving Orientation</i>	45
4.3.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Convenience Motivation</i>	46
4.3.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Actual Behavior</i>	48
4.4 Analisis Data SEM	49
4.4.1 Uji Validitas	49
4.4.2 Uji Reliabilitas	51
4.4.3 Uji Normalitas	55
4.4.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	56
4.4.5 Uji Kecocokan Model Struktural	57
4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian	59
4.6 Pembahasan	61
4.6.1 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap <i>Convenience Motivation</i>	61
4.6.2 Pengaruh <i>Prior Online Purchase Experience</i> terhadap <i>Convenience Motivation</i>	62
4.6.3 Pengaruh <i>Time Saving Orientation</i> terhadap <i>Convenienc Motivation</i>	63

4.6.4 Pengaruh <i>Price Saving Orientation</i> terhadap <i>Convenience Motivation</i>	64
4.6.5 Pengaruh <i>Convenience Motivation</i> terhadap <i>Actual Behavior</i>	65
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1. Simpulan.....	67
5.2. Saran.....	69
5.2.1. Saran Teoritis.....	69
5.2.2. Saran Praktis.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	12
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Usia	38
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4.4 Pekerjaan	39
Tabel 4.5 Penghasilan/Uang Saku Per Bulan.....	40
Tabel 4.6 Kategori dari Rata-Rata Skor	41
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	41
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Prior Onlin Purchase Experience</i>	43
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Time Saving Orientation</i>	44
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Saving Orientation</i>	45
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Convenience Motivation</i>	47
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Actual Behavior</i>	48
Tabel 4.13 Hasil Validitas.....	49
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> HM.....	51
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> POPE.....	52

Tabel 4.16 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> TSO.....	52
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> PSO.....	53
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> CM.....	53
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> AB.....	54
Tabel 4.20 Hasil <i>Univariate Normality</i>	55
Tabel 4.21 Tabel Hasil <i>Multivariate Normality</i>	56
Tabel 4.22 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	57
Tabel 4.23 Hasil Uji Kecocokan Hipotesis.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Ritel <i>Year on Year</i> Indonesia (%).....	2
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Karakteristik Responden

Lampiran 3a: Jawaban Responden Tentang HM, POPE, dan TSO

Lampiran 3b: Jawaban Responden Tentang PSO dan CM

Lampiran 3c: Jawaban Responden Tentang AB

Lampiran 4: Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 5: Uji Normalitas

Lampiran 6: Output SEM

Lampiran 7a: Path Diagram –T-values

Lampiran 7b: Path Diagram – Estimate

Lampiran 7c: Path Diagram – Standardize Solution

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *hedonic motivation*, *prior online purchase experience*, *time saving orientation*, *price saving orientation* terhadap *convenience motivation* dan *actual behavior* pada konsumen Go-food di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Go-Food Surabaya yang berbelanja menggunakan Go-Food selama 1 bulan terakhir. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM dengan program LISREL.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *hedonic motivation*, *prior online purchase experience*, *time saving orientation*, dan *price saving orientation* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *convenience motivation* dan *convenience motivation* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Actual behavior* pada pada konsumen Go-Food di Surabaya.

Kata Kunci: Hedonic Motivation, Prio Online Purchase Experience, Time Savin Orientation, Price Saving Orientation Convenience Motivation, Actual Behavior

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of hedonic motivation, prior online purchase experience, time saving orientation, price saving orientation towards convenience motivation and actual behavior on Go-food consumers in Surabaya.

This research is a causal research using survey method. Sampling technique used is nonprobability sampling with purposive sampling method. The sample used is 150 respondents. The sample in this research is consumer of Go-Food Surabaya who shop using Go-Food during last 1 month. The analysis technique used is SEM with LISREL program.

The results of this analysis indicate that hedonic motivation, prior online purchase experience, time saving orientation, and price saving orientation have a significant positive effect on convenience motivation and convenience motivation have a significant positive effect on actual behavior on Go-Food consumers in Surabaya.

Keywords: Hedonic Motivation, Prio Online Purchase Experience, Time Savin Orientation, Price Saving Orientation Convenience Motivation, Actual Behavior