

**PENGARUH MOTIVASI HEDONIS DAN UTILITARIAN  
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI LAZADA.CO.ID  
MELALUI BROWSING SEBAGAI MEDIASI**



OLEH:  
**GUNARDI WIJAYA**  
**3103015138**

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019

**PENGARUH MOTIVASI HEDONIS DAN UTILITARIAN  
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DI LAZADA.CO.ID  
MELALUI BROWSING SEBAGAI MEDIASI**

**SKRIPSI S1**  
Diajukan kepada  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Bisnis

**GUNARDI WIJAYA**  
**3103015138**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
2019

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH MOTIVASI HEDONIS DAN UTILITARIAN TERHADAP  
IMPULSE BUYING DI LAZADA.CO.ID MELALUI BROWSING  
SEBAGAI MEDIASI**

**OLEH:**

**GUNARDI WIJAYA  
3103015138**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Drs. P. Julius F. Nagel, S. Th., MM.  
Tanggal: 14 Juni 2019

Pembimbing II,

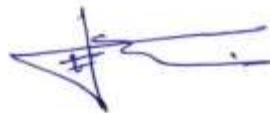


Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB.  
Tanggal: 14 Juni 2019.

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Gunardi Wijaya NRP 3103015138 Telah diuji pada tanggal 3 juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Drs. P. Julius F. Nagel, S. Th.,MM.

NIK.311.91.0180

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi,MM.,AK.,CA.,CPAI

NIK.311.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L.,SE.,M.Sc

NIK.311.11.0678

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

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gunardi Wijaya

NRP : 3103015138

Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Utilitarian Terhadap *Impulse Buying* Di Lazada.Co.Id Melalui Browsing Sebagai Mediasi

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Juni 2019  
Yang menyatakan



(Gunardi Wijaya)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan yang berjudul “Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Utilitarian Terhadap *Impulse Buying* Di Lazada.Co.Id Melalui Browsing Sebagai Mediasi” ini dengan baik. Penulis sangat bersyukur kerana telah mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan laporan ini dapat selesai dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
2. Bapak Robertus Sigit, H.L.SE.M.SC.. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak Drs. P. Julius F. Nagel, S. Th., MM. selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Ibu Yulika Rosita Agrippina, S.M., MIB. selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Kepada Dosen dan Karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
6. Kepada keluarga saya yang telah memberikan banyak dukungan, doa, cinta dan kasih sayang, dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh.
7. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan.

8. Kepada teman-teman yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan laporan ini, terima kasih atas semangat, bantuan, saran, dan doanya.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan ini, oleh karena itu kritik maupun saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya, 11 Juni 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xi
BAB 1 Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.2. Penelitian Terdahulu .....	17
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	18
2.4. Model Penelitian .....	20
2.5. Hipotesis.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Desain Penelitian.....	22
3.2. Identifikasi Variabel.....	22



3.3. Definisi Operasional.....	23
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	24
3.5. Skala Pengukuran Variabel .....	25
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	25
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.8. Teknik Analisis Data.....	26
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1. Deskripsi Data .....	31
4.2. Hasil Analisis Data.....	39
4.3. Pembahasan.....	45
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>48</b>
5.1. Simpulan.....	48
5.2. Keterbatasan.....	48
5.3. Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. <i>Goodness of Fit</i> .....	29
Tabel 4.1. Jenis Kelamin .....	31
Tabel 4.2. Usia.....	32
Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir .....	32
Tabel 4.4. Pengeluaran Tiap Bulan .....	33
Tabel 4.5. Lama Browsing Tiap Minggu .....	34
Tabel 4.6. Kategori Interval Responden.....	35
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Motivasi Hedonis .....	35
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Motivasi Utilitarian.....	36
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif <i>Browsing</i> .....	37
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif <i>Impulse Buying</i> .....	38
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	39
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	40
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	40
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas .....	42
Tabel 4.15. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> .....	43
Tabel 4.16. Pengujian Hipotesis .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016 .....	1
Gambar 1.2. Jumlah Wilayah di Indonesia dalam menggunakan internet.....	2
Gambar 1.3. Hasil Survei Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016.....	3
Gambar 1.4. Jumlah Pengunjung <i>Website E-Commerce</i> Populer di Indonesia Tahun 2017 .....	4
Gambar 1.5. Tampilan <i>Website</i> Lazada Indonesia.....	5
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	20

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. SEM

## ABSTRAK

Motivasi sangat penting untuk proses terciptanya sebuah transaksi antara penjual dengan pembeli. Sehingga kebutuhan konsumen yang semakin banyak menyebabkan munculnya motivasi untuk berbelanja. Motivasi belanja konsumen mengarah kepada pencarian konsumen pada produk yang berakhir pada pembelian *impulsif* yang dilakukan oleh konsumen. Penelitian ini bermaksud melihat pengaruh langsung motivasi hedonis dan utilitarian terhadap *impulse buying* di lazada.co.id melalui browsing sebagai mediasi

Sampel yang digunakan berjumlah 150 orang konsumen Lazada.co.id. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah *structural equation model*. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis dan utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap *browsing* dan *impulse buying*. Selain itu juga *browsing* berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying* konsumen

**Kata Kunci: Hedonis; Utilitarian; Browsing; Impulse Buying.**

# **INFLUENCE OF HEDONIS AND UTILITARIAN MOTIVATION TOWARD IMPULSE BUYING AT LAZADA.CO.ID THROUGH BROWSING AS MEDIATING**

## **ABSTRACT**

Motivation is crucial for the process of creation of a transaction between the seller and the buyer. So that more consumer needs lead to the emergence of motivation to shop. The motivation of consumer spending leads to consumer search on products that end in an impulsive purchase done by consumers. This research intends to see the direct influence of the motivation of hedonistic and utilitarian on impulse buying at [lazada.co.id](https://www.lazada.co.id) through browsing as mediation

The sample used amounted to 150 consumers Lazada.co.id. Data is collected using questionnaires. Data is collected using questionnaires. Sampling techniques using purposive sampling. The analytical techniques used are structural equation models. The results of this analysis show that hedonistic and utilitarian motivation significantly affects the browsing and impulse buying. Moreover, it also significantly affects the impulse buying of consumers

**Key words: Hedonis; Utilitarian; Browsing; Impulse Buying.**