

PENGARUH *PERSONALITY TRAITS* TERHADAP *HEDONIC MOTIVATION*, *UTILITARIAN MOTIVATION*, *SEARCH INTENTION*, DAN *PURCHASE INTENTION* PADA PENGUNJUNG SITUS *ONLINE DI INTERNET*



Oleh :
ADRIAND 3103008055

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013**

PENGARUH *PERSONALITY TRAITS* TERHADAP *HEDONIC MOTIVATION, UTILITARIAN MOTIVATION, SEARCH INTENTION, DAN PURCHASE INTENTION* PADA PENGUNJUNG SITUS *ONLINE DI INTERNET*

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

ADRIAND

3103008055

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *PERSONALITY TRAITS* TERHADAP *HEDONIC MOTIVATION, UTILITARIAN MOTIVATION, SEARCH INTENTION, DAN PURCHASE INTENTION* PADA PENGUNJUNG SITUS *ONLINE DI INTERNET*

Oleh:

**ADRIAND
3103008055**


**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji**

Pembimbing I,



**Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
Tanggal: 23 Januari 2013.....**

Pembimbing II,

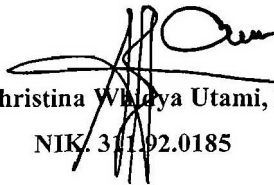


**Drs. Ec. Siprianus Sina, MM.
Tanggal: 25 Januari 2013.....**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Adriand NRP: 3103008055
Telah diuji pada tanggal 2 Februari 2013 dan dinyatakan lulus oleh
Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Widya Utami, MM.
NIK. 311.92.0185

Mengetahui:



Dr. Ludovicus Lasdi, MM.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan.



Herlina Yoka R., SE., M.Com.
NIK. 311.99.0362

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Adriand**
NRP : **3103008055**
Judul Tugas Akhir : **Pengaruh *Personality Traits* terhadap *Hedonic Motivation, Utilitarian Motivation, Search Intention,* dan *Purchase Intention* pada Pengunjung Situs *Online* di *Internet***

Menyatakan bahwa tugas akhir (TA) ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ilmiah ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya bersedia pula bahwa karya ilmiah ini dipublikasikan/ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library*) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

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

Surabaya, 5 Februari 2013

Yang menyatakan,



Adriand
(Adriand)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas semua rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan. Tujuan penulisan skripsi yang berjudul, “**Pengaruh *Personality Traits* terhadap *Hedonic Motivation, Utilitarian Motivation, Search Intention, dan Purchase Intention* pada Pengunjung Situs Online di Internet**” adalah untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis selama ini, yaitu:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu melimpahkan karunianya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Herlina Yoka R., SE., M.Com., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
4. Ibu Elisabeth Suprihayanti, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan penelitian ini dengan baik sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak Drs.Ec. Siprianus Sina, MM., selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan kepada penulis selama ini.
6. Bapak dan Ibu dosen dan seluruh staff pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis.
7. Seluruh staff tata usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan staff perpustakaan yang telah membantu selama proses perkuliahan dan kelancaran pengajuan skripsi.

8. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan doa dan membantu dalam hal materi dengan segala pengorbanan, semangat dan dorongan sehingga terselesainya skripsi ini.
9. Keseluruhan responden penelitian yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
10. Semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan yang telah diberikan.

Demikian, semoga penyusunan skripsi ini memberikan banyak manfaat kepada semua pihak, terima kasih.

Surabaya, Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi
ABSTRACT	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan teori	9
2.2.1. <i>Personality Traits</i>	9
2.2.2. <i>Hedonic Motivation</i>	11
2.2.3. <i>Utilitarian Motivation</i>	13
2.2.4. <i>Search Intention</i>	15
2.2.5. <i>Purchase Intention</i>	17
2.3. Hubungan Antar Variabel	18
2.3.1. Hubungan <i>Personality Traits</i> dan <i>Hedonic Motivation</i>	18

2.3.2. Hubungan <i>Personality Traits</i> dan <i>Utilitarian Motivation</i>	18
2.3.3. Hubungan <i>Hedonic Motivation</i> dan <i>Search Intention</i>	19
2.3.4. Hubungan <i>Utilitarian Motivation</i> dan <i>Search Intention</i>	19
2.3.5. Hubungan <i>Search Intention</i> dan <i>Purchase Intention</i>	20
2.4. Konseptual Penelitian	20
2.5. Hipotesis Penelitian	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1. Desain Penelitian	22
3.2. Identifikasi Variabel	22
3.3. Definisi Operasional Variabel	22
3.4. Jenis dan Sumber Data	25
3.5. Pengukuran Variabel	25
3.6. Metode Pengumpulan Data	25
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	25
3.7.1. Populasi	25
3.7.2. Sampel	26
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel	26
3.8. Teknik Analisis Data	26
3.8.1. Analisis Deskriptif	26
3.8.2. Pengujian Asumsi SEM	27
3.8.3. Analisis SEM	29
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Karakteristik Responden Penelitian	32
4.2. Statistik Deskriptif	34
4.3. Evaluasi Data Penelitian	39

4.3.1. Pengujian <i>Outlier</i>	39
4.3.2. Asumsi Normalitas Data	40
4.4. Analisis Data	42
4.4.1. Uji Validitas	42
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	44
4.4.3. Uji Kecocokan Model	45
4.4.4. Pengujian Hipotesis.....	45
4.5. Pembahasan	46
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1. Simpulan.....	50
5.2. Saran.....	50
5.2.1. Saran Praktis.....	50
5.2.2. Saran Akademis.....	51

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Konseptual Penelitian	20
Gambar 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin	32
Gambar 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	33
Gambar 4.3. Profil Responden Berdasarkan Status	34
Gambar 4.4. <i>Measurement dan Structural Model</i>	42

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. <i>Website</i> Peritel	2
Tabel 2.1. Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian saat ini	8
Tabel 4.1. Statistik Deskriptif	34
Tabel 4.2. <i>Outlier</i> Data Penelitian	38
Tabel 4.3. <i>Multivariate Normality</i>	40
Tabel 4.4. <i>Univariate Normality</i>	40
Tabel 4.5. Pengujian Validitas	42
Tabel 4.6. <i>Composite Reliability</i>	43
Tabel 4.7. Penilaian Model <i>fit</i>	44
Tabel 4.9. Pengujian Hipotesis	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Kuesioner

Lampiran 3. Uji Outlier

Lampiran 4. Normalitas Data

Lampiran 5. Output SEM

Lampiran 6. *Measurement dan Structural Model*

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh *personality traits* terhadap *hedonic motivation* dan *utilitarian motivation*, menjelaskan pengaruh *hedonic motivation* terhadap *search intention*, menjelaskan pengaruh *utilitarian motivation* terhadap *search intention*, dan menjelaskan pengaruh *search intention* terhadap *purchase intention*.

Obyek penelitian ini adalah pengunjung situs *online* di *internet*. Jumlah sampel adalah 146 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *structural equation model* dengan menggunakan program Lisrel. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *personality traits* berpengaruh positif terhadap *hedonic motivation*, *personality traits* berpengaruh positif *utilitarian motivation*, *hedonic motivation* berpengaruh negatif terhadap *search intention*, *utilitarian motivation* berpengaruh positif terhadap *search intention*, dan *search intention* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* pengunjung situs *online* di *internet*.

Kata Kunci: *Personality Traits, Hedonic Motivation, Utilitarian Motivation, Search Intention, Purchase Intention*

**THE INFLUENCE OF PERSONALITY TRAITS TOWARDS
HEDONIC MOTIVATION, UTILITARIAN MOTIVATION,
SEARCH INTENTION, AND PURCHASE INTENTION TO
VISITORS ONLINE SITES ON INTERNET**

ABSTRACT

The purpose of this study is to explain the influence of personality traits on hedonic and utilitarian motivation, to explain the influence of hedonic motivation on search intention, to explain the effect of utilitarian motivation on search intention, moreover to explain the effect of search intention on purchase intention.

The object of this study focuses on the internet visitors. The number of samples are as many as 146 respondents. The data analysis technique which is used in this study is structural equation model using Lisrel program. The findings in this study suggest that personality traits gives positive effect on hedonic motivation, also personality traits gives positive effect on utilitarian motivation, while hedonic motivation gives negative effect on search intention, utilitarian motivation gives positive effect on search intention, and search intention gives positive effect on purchase intention of the internet visitors.

Keywords: Personality Traits, Hedonic Motivation, Utilitarian Motivation, Search Intention, Purchase Intention