

***SHOPPING LIFESTYLE DAN ONLINE STORE BELIEFS
DI E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA***

SKRIPSI



Oleh :

NOVIA CANDRA DEWI
1612010055

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2020**

**SHOPPING LIFESTYLE DAN ONLINE STORE BELIEFS
DI E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**



Oleh :

NOVIA CANDRA DEWI
1612010055

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2020**

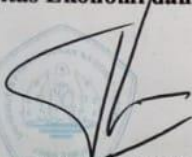
SKRIPSI

**SHOPPING LIFESTYLE DAN ONLINE STORE BELIEFS
DI E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA**

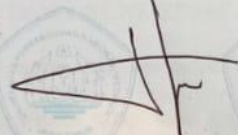
Oleh:
NOVIA CANDRA DEWI
1612010055 / FEB / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 17 Januari 2020

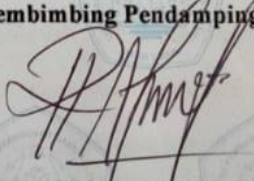
Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Sulastri Irbayuni, S.E., M.M
NIP. 196206161989032001


Pembimbing,
Pembimbing Utama


DRA.EC. Nuruni Ika Kusuma W, M.M
NIP. 196310091991032001

Pembimbing Pendamping


Zumrotul Fitriyah, S.E., MM
NPT. 380121002881

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Prof. Dr. Svamsul Huda, S.E., M.T
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur terpanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikaan rahmat taufik dan hidayah-Nya kepada hamba hamba-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam yang selalu senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, penyampai amanah, dan pemberi nasihat kepada umat manusia, serta para sahabat, keluarga dan para pengikutnya yang istiqomah dan di ridhoi Allah SWT.

Alhamdulillah Robbil'Alamin, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "*SHOPPING LIFESTYLE DAN ONLINE STORE BELIEFS DI E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA*" tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentu tak lepas dari arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor UPN "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, SE., MT selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Sulastrir Irbayuni, SE, MM selaku ketua program studi manajemen.

4. Ibu Dra.Ec. Nuruni Ika Kusuma W, MM selaku dosen pembimbing utama untuk bimbingan dan arahan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Zumrotul Fitriya, SE. MM. selaku dosen pembimbing pendamping yang selalu sabar membimbing dan meluangkan waktunya untuk membantu penulis selama proses pembuatan skripsi berlangsung.
6. Bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan segala do'a, kepercayaan, cinta kasih yang tiada henti diberikan kepada penulis, dan senantiasa memberikan dukungan serta motivasi yang luar biasa sehingga mampu memberikan pencerahan dan penguatan yang sangat berarti bagi penulis.
7. Sasa, dewi, oriza, delvi, tanti, regita, debriana dan kafita atas semangat dan bantuan yang telah diberikan selama di perkuliahan ini.

Sekian yang bisa penulis sampaikan, mohon maaf apabila ada pihak-pihak yang tidak tertuliskan, dengan segala kerendahan hati penulis amat mengharapkan kritik serta saran yang membangun agar laporan ini dapat menjadi yang terbaik. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih, besar harapan penulis agar skripsi ini menjadi penuh manfaat.

Sidoarjo, 17 November 2019

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABLE	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan Teori.....	13
2.2.1 Pemasaran Internet	13
2.2.2 <i>E-commerce</i>	14
2.2.3 Perilaku Konsumen	14
2.2.4 <i>Shopping Lifestyle</i> (gaya hidup belanja)	15
2.2.5 <i>Online Store Beliefs</i> (keyakinan toko <i>online</i>).....	16
2.2.6 <i>Impulse Buying</i> (pembelian tidak terencana).....	19
2.3 Hubungan Antar Variabel	21
2.3.1 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	21
2.3.2 Pengaruh <i>Online Store Beliefs</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	22
2.4 Kerangka Konseptual.....	24
2.5 Hipotesis	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	25
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	25
3.1.2 Pengukuran Variabel	28
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Jenis Data.....	30
3.3.2 Sumber Data	31
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	31
3.4.1 Uji Validitas	31
3.4.2 Uji Reliabilitas	32
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	32
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	32
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Formatif	34
3.5.3 Cara Kerja PLS	36
3.5.4 Langkah-langkah PLS	37
3.5.5 Asumsi PLS	44
3.5.6 Ukuran Sampel	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	45
4.1.1 Profil Perusahaan Shopee	45
4.2 Deskriptif Hasil Penelitian	46

4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	46
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Shopping Lifestyle</i> (X1).....	49
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Online Store Beliefs</i> (X2)	51
4.2.4 Deskripsi Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	53
4.3 Analisis Data	54
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier.....	54
4.3.2 Intrepretasi Hasil PLS	56
4.4 Pembahasan.....	65
4.4.1 Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	65
4.4.2 Pengaruh <i>Online Store Beliefs</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Proyeksi penetrasi pembeli digital di Indonesia
- Gambar 1.2 Pemetaan *e-commerce* di Indonesia
- Gambar 2.1 Kerangka Konseptual
- Gambar 3.1 *Principal Factor (Reflective) Model*
- Gambar 3.2 *Composite Latent Variable (Formative)*
- Gambar 3.3 Diagram Jalur Partial Least Square
- Gambar 4.1 Diagram Jalur Hasil Output PLS

DAFTAR TABLE

Table 1.1 TOP Brand Situs Belanja *Online* di Indonesia

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel *Shopping Lifestyle* (X1)

Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel *Online Store Belief* (X2)

Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel *Impulse Buying* (Y)

Tabel 4.7 Residuals Statistics

Tabel 4.8 Path Coefficients

Tabel 4.9 Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values)

Tabel 4.10 Average Variance Extracted

Tabel 4.11 Composite Reliability

Tabel 4.12 Latent Variable Correlations

Tabel 4.13 R Square

Tabel 4.14 Path Coefficients

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Uji Outlier
- Lampiran 4 Hasil Olah Data PLS

SHOPPING LIFESTYLE DAN ONLINE STORE BELIEFS DI E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA

NOVIA CANDRA DEWI
1612010055/FE/M

Abstraksi

Perkembangan teknologi yang pesat mengakibatkan meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahunnya di Indonesia. Peningkatan pengguna internet membuat masyarakat lebih konsumtif dan didukung pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Shopee merupakan *e-commerce* kategori situs belanja *online* yang paling diminati konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *shopping lifestyle* dan *online store beliefs* sebagai faktor dalam melakukan *impulse buying*.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Shopee wilayah Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu sampel dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Sampel yang diambil adalah sebesar 96 responden. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)*.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Shopping Lifestyle* mempengaruhi konsumen dalam melakukan *impulse buying* di *e-commerce* Shopee. Sedangkan, *Online store beliefs* tidak mempengaruhi konsumen dalam melakukan *impulse buying* di *e-commerce* Shopee.

Kata kunci : *Shopping Lifestyle, Online Store Beliefs, Impulse Buying, E-commerce*