

**PENGARUH *UTILITARIAN VALUE* DAN *HEDONIC VALUE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS
DI SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

Urdana Chesta Adabi P.

21012010152/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

**PENGARUH *UTILITARIAN VALUE* DAN *HEDONIC VALUE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

Urdana Chesta Adabi P.

21012010152/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

SKRIPSI

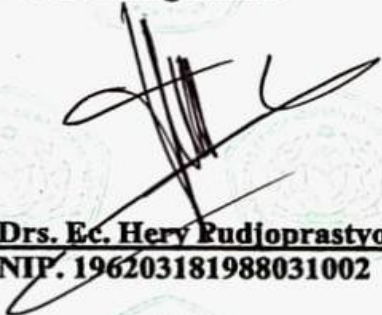
**PENGARUH *UTILITARIAN VALUE* DAN *HEDONIC VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

URDANA CHESTA ADABI P
21012010152 / FEB / EM

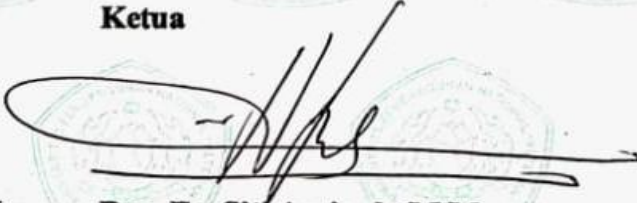
**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 5 Juni 2025**

Pembimbing Utama


Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M
NIP. 196203181988031002

Tim Penguji

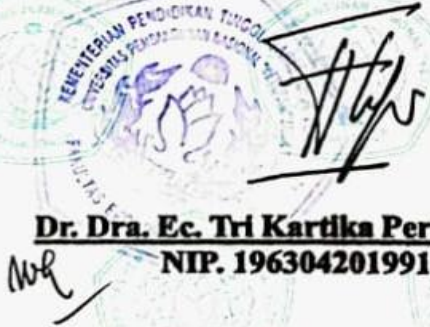
Ketua


Dra. Ec. Siti Aminah, M.M
NIP. 196107121988032001

Anggota


Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M
NIPPPK. 198012182024212011

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


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Urdana Chesta Adabi P.
NPM : 21012010152
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 5 Juni 2025
Yang Membuat Pernyataan



Urdana Chesta Adabi P.
NPM. 21012010152

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, shalawat serta salam semoga tercurah kepada Rasulullah SAW beserta keluarga dan sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Penelitian dengan judul **“PENGARUH UTILITARIAN VALUE DAN HEDONIC VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS DI SURABAYA”**. Adapun tujuan pengajuan Proposal Penelitian ini guna memenuhi salah satu syarat penyelesaian studi pendidikan Strata satu (S-1), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Selama proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta motivasi dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan kali ini penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, IPU Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, Msi, CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing saya selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan membantu penulis selama menjalani masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan membantu penulis selama menjalani masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
7. Kedua orang tua yaitu Alm. Edi Purwanto dan Ibu Surhartatik yang telah memberikan dukungan dan doa yang tiada henti kepada penulis, yang menjadikan sumber kekuatan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Saudara-saudara penulis, Rengga Aggi P P, Amalia Putri Pertiwi, Nayra Syalaaisyah P yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan bantuan baik secara moril ataupun materil.
9. Seluruh keluarga penulis (terutama bibi dan paman yaitu Pak Djarot dan Bu Hariyati) yang selalu mendoakan dan membantu.
10. Teman-teman saya, terutama Terkelupas yang telah mendukung

dalam proses pengerjaan proposal skripsi ini.

11. Terima kasih juga terhadap beberapa figure/artis yang mendorong saya dan memotivasi saya selama masa covid dan kuliah ini, mereka memberi arti dalam kehidupan penulis serta memberikan semangat baru bagi penulis, terutama untuk Ado, Miyu Ottavia, Esmilia, dan Ferry Irwandy.

12. *And the last appreciation goes to myself*, terima kasih telah bertahan selama ini dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Pesan untuk diri sendiri di masa yang akan datang *“it’s just the beginning of your voyage man, I trust you that you could make people around you happy and let’s fullfill that boy’s dreams inside your physical body”*.

Terima kasih kepada pihak yang turut mendukung dalam upaya penyelesaian proposal skripsi ini. Perlu disadari bahwa dengan segala keterbatasan proposal ini tentunya belum sempurna, sehingga masih diperlukan saran dan kritikan untuk penulis agar penelitian ini menjadi sempurna dan lebih baik. Semoga penelitian ini nantinya akan bermanfaat bagi seluruh pihak.

Lamongan, 08 February 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1. Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.2.1.2 Tujuan Manajemen Pemasaran	20
2.2.2 Perilaku Konsumen	21
2.2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	21
2.2.2.1 Karakteristik Perilaku Konsumen	22
2.2.3 <i>Utilitarian Value</i>	23
2.2.3.1 Pengertian Utilitarian Value	23
2.2.3.2 Indikator Utilitarian Value.....	24
2.2.4 <i>Hedonic Value</i>	26
2.2.4.1 Pengertian Hedonic Value	26
2.2.4.2 Indikator Hedonic Value	27
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	29
2.2.5.1 Proses Keputusan Pembelian	30

2.2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian	31
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Hubungan Utilitarian Value Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3.2 Hubungan Hedonic Value Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.4 Kerangka Konseptual	34
2.5 Hipotesis	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN	35
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1 Variabel Indepenen (X)	35
3.1.1.1 Utilitarian Value (X1)	36
3.1.1.2 Hedonic Value (X2)	36
3.1.2 Variabel Dependens (Y)	37
3.1.2.1 Keputusan Pembelian (Y)	38
3.1.3 Pengukuran Variabel	38
3.2 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1 Jenis Data	41
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	42
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.4.1 Uji Validitas	42
3.4.1 Uji Reliabilitas	43
3.5 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	43
3.5.1 Teknik Analisis	43
3.5.2 Cara Kerja PLS	45
3.5.3 Langkah-Langkah PLS	46
3.5.4 Asumsi PLS	54
3.5.5 Ukuran Sampel	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	56

4.1.1 Profil Perusahaan	56
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Asus	58
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	59
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	59
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	63
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data.....	73
4.3.1 Evaluasi Model Stage 1	73
4.3.1.1 Evaluasi Model Stage 1.....	73
4.3.1.2 Evaluasi Model Stage 2.....	75
4.4 Pembahasan.....	82
4.4.1 Pengaruh Utilitarian Value Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.4.2 Pengaruh Hedonic Value Terhadap Keputusan Pembelian	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Top 5 Companies. Worldwide Traditional PC Shipments, Market Share, Year-on-Year Growth, Q423	3
Tabel 1. 2 Top Brand Index	5
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel Utilitarian Value	64
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel Hedonic Value	67
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian..	70
Tabel 4. 7 Outer Loadings Stage 1	74
Tabel 4. 8 Cross Loadings Stage 1	74
Tabel 4. 9 Outer Loadings	76
Tabel 4. 10 Cross loadings	77
Tabel 4. 11 Average Variance Extracted (AVE) dan Composite	78
Tabel 4. 12 R-Square	80
Tabel 4. 13 Uji Hipotesis Path Coefficients	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 ASUS Personal Computer (PC) Unit Shipments Worldwide, By Quarter.....	4
Gambar 1. 2 Komentar pengguna laptop ASUS dari video Youtube Gadgetin	7
Gambar 1. 3 Keluhan pengguna laptop ASUS Vivobook A1404ZA pada grup Facebook	7
Gambar 1. 4 Keluhan pengguna laptop ASUS pada sosial media X	8
Gambar 1. 5 Keluhan pengguna laptop ASUS pada sosial media X	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 3. 1 Diagram Jalur PLS	47
Gambar 4. 1 Model PLS Stage.....	73
Gambar 4. 2 Model PLS Stage 2.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kueisioner.....	93
Lampiran 2. Data Identitas Responden dan Tabulasi Data	100
Lampiran 3. Hasil Olah Data	108

**PENGARUH *UTILITARIAN VALUE* DAN *HEDONIC VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS
DI SURABAYA**

Oleh:

Urdana Chesta Adabi P.

21012010152/FEB/EM

ABSTRAKSI

Pada era modern ini, kemajuan teknologi merupakan faktor utama yang mendorong perubahan yang ada dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Teknologi mempunyai peran penting dalam memberikan berbagai manfaat dalam banyak bidang. Dari revolusi industri hingga era digital saat ini, inovasi dalam hal teknologi terus memberikan jalan bagi hal-hal yang sebelumnya dianggap mustahil menjadi mungkin. Contoh teknologi yang sangat diandalkan pada era ini adalah laptop/PC (*Personal Computer*), terutama ketika terjadinya virus *covid-19* yang mana membuat orang-orang tidak dapat berkomunikasi dan bekerja dengan tatap muka, dan akhirnya mengandalkan perangkat yang dapat membantu pekerjaan mereka dari rumah. Dan hal tersebut membuat peningkatan signifikan aras permintaan laptop di dunia, serta membuat perusahaan laptop bersaing dan berinovasi untuk menjadi yang terbaik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Utilitarian Value* dan *Hedonic Value* terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif. Populasi yang diambil dalam penelitian ini merupakan pembeli/konsumen laptop Asus di Surabaya. Sampel penelitian ini sebesar 96 responden. Metode dalam penentuan sample menggunakan *non-propability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner melalui google form. Teknik analisa data menggunakan software SmartPLS dengan metode Structurl Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Utilitarian Value* dan *Hedonic Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus di Surabaya.

Kata Kunci: *Utilitarian Value, Hedonic Value, Keputusan Pembelian*