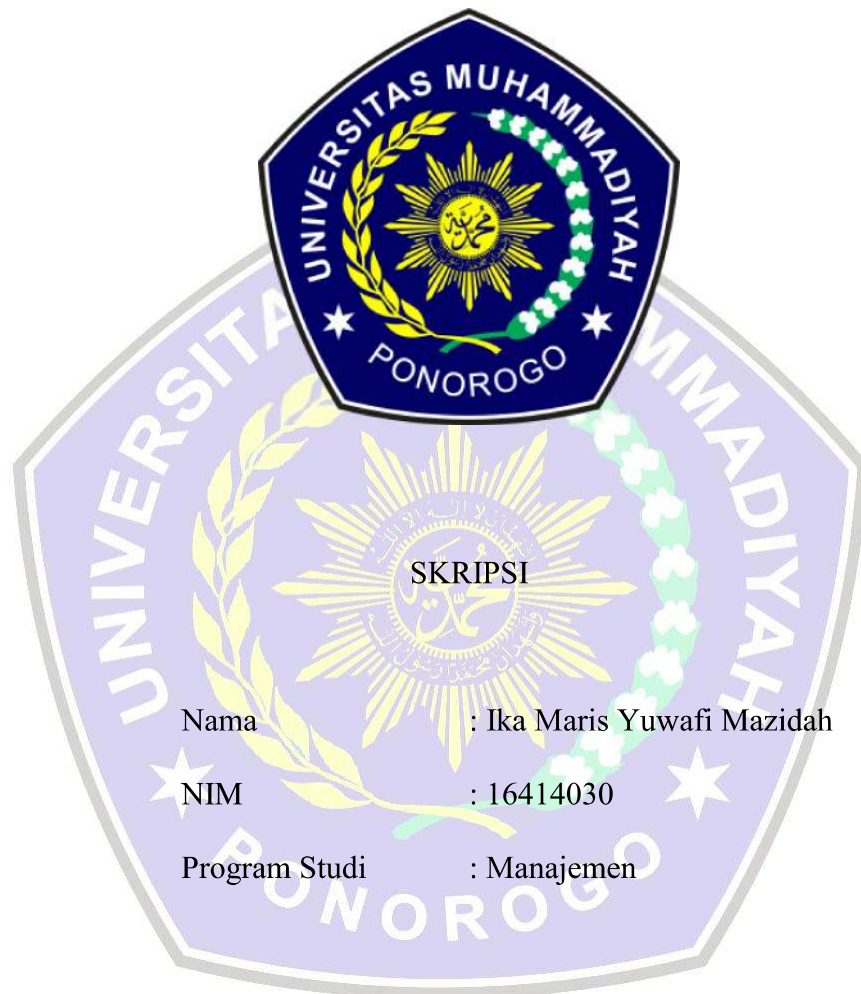


**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, BRAND EQUITY*
DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *FASHION* DI *SHOPEE* PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI PRODI MANAJEMEN ANGKATAN 2017/2018
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**



Nama : Ika Maris Yuwafi Mazidah
NIM : 16414030
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

**PENGARUH *HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, BRAND EQUITY*
DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *FASHION* DI *SHOPEE* PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI PRODI MANAJEMEN ANGKATAN 2017/2018
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Program Studi Strata Satu (S-1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ika Maris Yuwafi Mazidah

NIM : 16414030

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, *Brand equity* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* di *Shopee* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2017/2018

Nama : Ika Maris Yuwafi Mazidah

NIM : 16414030


Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 01 Maret 1998

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 24 Januari 2022

Pembimbing I


(Drs. Ec. Purwanto, MM)
NIDK. 8808523419

Pembimbing II



(Naning Kristiyana, SE., MM)
NIDN. 0721117501

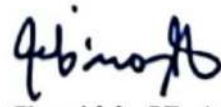
Mengetahui :


Dekan Fakultas Ekonomi


(Dr. Hadi Sumarsono, SE., M. Si)
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji :


(Drs. Ec. Purwanto, MM)
NIDK. 8808523419


(Siti Chamidah, SE., M Si)
NIDN. 0019057101


(Riawan, S Pd., MM)
NIDN. 0705128502

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya asli saya sendiri (ASLI) dan isi di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftart pustaka.

Ponorogo, Januari 2022



(Ika Maris Yuwafi Mazidah)

NIM : 16414030

MOTTO

Keuntungan dalam berusaha memang tidak selalu bertahan lama, namun kerja keras selalu didekati berbagai keuntungan yang baik untuk usahamu di masa depan. Selalu menjadi manusia cakap berkarya dan berinovasi di berbagai wirausaha yang sehat dan bersahabat.

“Sesungguhnya hanya orang-orang yang bersabarlah yang di cukupkan pahala mereka tanpa batas.”

(QS. Az-Zumar : 10)



RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh mengenai Hedonic Shopping motivation, Brand Equity dan Shopping Lifestyle terhadap Keputusan pembelian produk Fashion di Shopee. Penelitian ini di tujukan untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen angkatan 207/2018 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian ini menggunakan data primer dimana penyebaran datanya menggunakan teknik menyebar angket atau kuisioner kepada responden, ruang lingkup penyebarannya yaitu kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Podi Manajemen angkatan 2017/2018 yang sudah pernah melakukan transaksi menggunakan E-commerce Shopee. Jumlah Mahasiswa aktif prodi Manajemen adalah sejumlah 130 Mahasiswa. Data tersebut diperoleh dari BAAK Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Arikunto (2014) dengan menggunakan batas persentase sebanyak 10% sehingga total keseluruhan berjumlah 96 dan di bulatkan menjadi 100 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik probability sampling atau random. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa terkait yang sudah pernah melakukan pembelian produk fashion di e-commerce Shopee. Di Dalam penyebaran kuisioner penelitian ini menggunakan google form , peneliti menggunakan langkah ini dikarenakan masih dalam situasi COVID-19 dan sebagai upaya guna untuk mencegah penyebaran COVID 19. Untuk menguji penilaian ini menggunakan Regresi Linier Berganda. Dari penelitian ini menemukan hasil bahwasannya Hedonic Shopping Motivation, Brand Equity dan Shopping Lifestyle berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Fashion di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2017/2018 Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmanirraahim

Assalamualaikum, Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin Segala puji bagi Allah SWT Tuhan sekalian alam yang maha pengasih kepada segenap hamba-hambanya atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul ” Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation, Brand Equity* Dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Di *Shopee* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2017/2018 Universitas Muhammadiyah Ponorogo ” dengan lacer

Shalawat serta salam juga penulis haturkan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa manusia kepada zaman yang penuh ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Program S-rata satu (S-1) Program study Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulisan Skripsi ini dapat diselesaikan atas dasar bantuan dari berbagai pihak, maka dengan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang tulus serta rasa hormat kepada :

1. Dr. Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang mendukung selama saya menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Hadi Sumarsono, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas

selama saya menjadi bagian dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3. Slamet Santoso, SE., M.Si, selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama saya menjadi bagian dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Naning Kristiyana, S.E., MM selaku ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama saya menjadi bagian dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Drs. Ec. Purwanto, MM dan Naning Kristiyana, S.E., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan, petunjuk, dan semangat guna menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen, seluruh staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah membantu dalam proses ini.
7. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat yang telah diberikan.
8. Sahabat-sahabat saya, yang telah memberikan dukungan, semangat, hiburan, bantuan, do'a selama kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Saudara/I seluruh responden yang telah membantu untuk pengisian kuesioner penelitian yang saya berikan dan sekaligus memberikan banyak ilmu baru kepada saya.

10. Seluruh rekan kerja yang selalu memberikan motivasi, semangat dan dukungannya kepada saya.

11. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebut semua dalam penulisan ini terimakasih atas dukungan motivasi, dan semangatnya.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini , oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti selanjutnya. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Ponorogo, Januari 2022

(Ika Maris Yuwafi Mazidah)

NIM : 16414094



DAFTAR ISI

Halaman	
Halaman Sampul depan.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pernyataan Orisinalitas	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Ringkasan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
D. Ruang Lingkup Penelitian.....	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian	38
F. Metode Pengambilan Data	40
G. Definisi Operasional Variabel.....	41
H. Metode Analisis Data.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

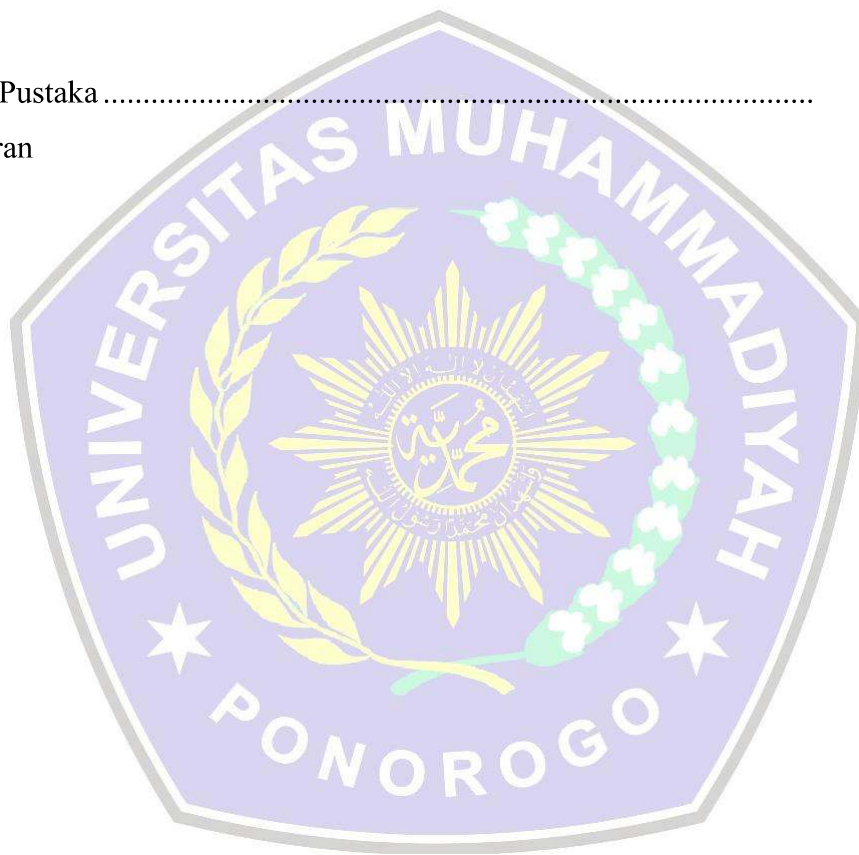
A. Hasil 48
B. Pembahasan 66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 70
B. Pembahasan..... 71

Daftar Pustaka 72

Lampiran



DAFTAR TABEL

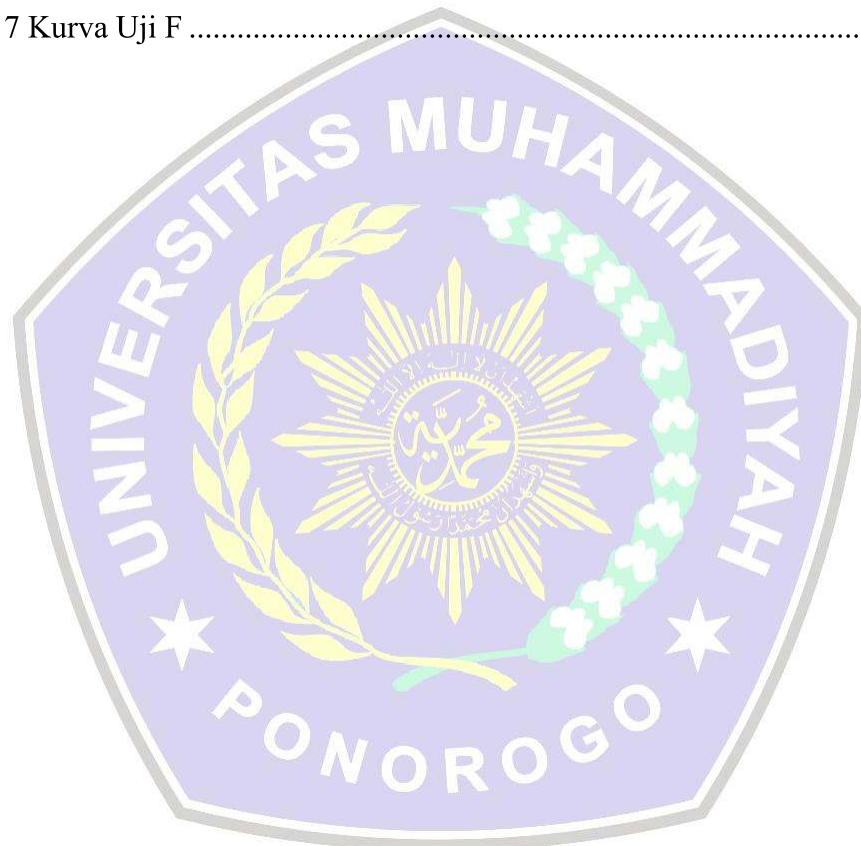
	Halaman
Tabel 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2 Skala Penelitian	41
Tabel 3 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4 Responden berdasarkan Usia	50
Tabel 5 Kriteria Nilai Deskripsi Variabel Penelitian	51
Tabel 6 Tanggapan Responden terhadap Variabel X1	51
Tabel 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel X2	52
Tabel 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel X3	54
Tabel 9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Y1	91
Tabel 10 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 12 Hasil Analisis Regresi Linier.....	57
Tabel 13 Hasil Koefisien Determinasi Model 2	59
Tabel 14 Hasil Uji t terhadap Keputusan Pembelian.....	61
Tabel 15 Hasil Uji F ₁	64



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1 Model Perilaku Konsumen	15
Gambar 2 Dinamika Proses Motivasi Kebutuhan.....	20
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4 Daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a X_1 terhadap Y_1	62
Gambar 5 Daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a X_2 terhadap Y_1	62
Gambar 6 Daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_a X_3 terhadap Y_1	63
Gambar 7 Kurva Uji F	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 4 Uji Instrument Penelitian

Lampiran 5 Hasil Alat Analisis Data, Uji T dan F

Lampiran 6 Tabel Uji R, Uji T, Dan Uji F

Lampiran 7 Berita Acara Bimbingan Skripsi

