

SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif
Konsumen Tokopedia Melalui Motivasi Belanja Hedonis Sebagai
Intervening
(Studi Pada Generasi Z Pengguna Tokopedia Di Kota
Banjarbaru)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Muhammad Cloudio Alvaridzi

NIM : 1910312210034

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2023

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 21 November 2023

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Cloudio Alvaridzi

NIM. 1910312210034

LEMBAR LEGALITAS**Pengaruh Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Tokopedia Melalui Motivasi belanja hedonis Sebagai Intervening (Studi Pada Gen Z Pengguna *Marketplace* Tokopedia Di Kota Banjarbaru)**

Yang dipersiapkandan disusun oleh :

Muhammad Cloudio Alvaridzi

Nim 1910312210034

Telah dipertahankan didepan tim penguji pada tanggal 5 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

PEMBIMBING

Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia)

NIP. 19730727 200112 001

Penguji I



M. Yudy Rachman, SE, MM
NIP: 19821023 200501 1 001

Penguji II



Rusniati, SE, M.Si
NIP: 19721117 199702 2 004

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen




Abdul Hadi, SE, M.Si.

NIP. 19100707 2001122 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Muhammad Cloudio Alvaridzi
NIM : 1910312210034
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Website terhadap Pembelian Impulsif
Konsumen Tokopedia Melalui Motivasi Belanja Hedonis
sebagai Intervening (Studi pada Pengguna Marketplace
Tokopedia Gen Z di Kota Banjarbaru)
Mata Kuliah Pokok : Perilaku Konsumen
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 5 desember 2023
Waktu Ujian : 09.00 WITA

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE,  (.....)
M.Si, CMA, CPM (Asia)

Penguji I : M. Yudy Rachman, SE, MM  (.....)

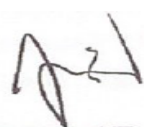
Penguji II : Rusniati, SE, M.Si  (.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

Nama : Muhammad Cludio Alvaridzi
 NIM : 1910312210034
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Website terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Tokopedia Melalui Motivasi Belanja Hedonis sebagai Intervening (Studi pada Pengguna Marketplace Tokopedia Gen Z di Kota Banjarbaru)
 Hari/Tanggal : Selasa, 5 Desember 2023
 Tempat : Ruang Ujian 1
 Waktu Ujian : 09.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji:

No	Nama	Keterangan	TTD
1	Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si, CMA, CPM (Asia)	Pembimbing	1. 

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarماسin, November 2023

Mengetahui,
 Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi. SE. M.Si.
 NIP. 19100707 2001122 001



Mahasiswa



Muhammad Cludio
Alvaridzi
 NIM. 1910312210034

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Website terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Tokopedia Melalui Motivasi Belanja Hedonis sebagai Intervening (Studi pada Pengguna Marketplace Tokopedia Gen Z di Kota Banjarbaru)”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi berkat arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan itu tidak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dengan memberikan sumbangan baik berupa materi maupun pikirannya untuk membantu penulis menghadapi hambatan dan kendala tersebut. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat dan Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam menyusun dan mencari

solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun skripsi ini sebaik mungkin.

3. Ibu Rusniati, SE, M.Si dan Bapak M. Yudy Rachman, SE, MM selaku Dosen Penguji dalam ujian skripsi yang telah membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu, memberikan saran, dan memotivasi saya selama masa perkuliahan berlangsung.
5. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, Ibunda saya Jati Wulansari, SP, dan Ayahanda saya Rino Arfiyanto, SP, serta satu-satunya saudara saya Muhammad Zaidan Athalla yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungannya yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata.
7. Saeful Arafat yang membantu saya banyak hal dalam proses pembuatan skripsi ini.
8. Novita Rahmayanti yang selalu menemani dan memberi semangat kepada saya ketika saya jenuh dan ingin menyerah, tanpa Ia saya tidak akan sampai di titik ini.
9. Seluruh teman-teman kelas Manajemen D 2019, kelas genap, dan konsentrasi pemasaran yang tidak bisa disebutkan satu-persatu khususnya M Hanif Safitri.

10. Seluruh keluarga saya di Jawa yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya: Nini, Bude, Pakde, Mba Adel, Mas Galih, Mas Cherah, Mba Eva, Ezel dan Ibrahim.
11. Sahabat saya sedari Sekolah Menengah Pertama yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
12. Diri saya sendiri Muhammad Cloudio Alvaridzi yang sudah berjuang dan bertahan sampai di titik ini.

Semoga amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan-Nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan bagi penulis sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Banjarmasin, 21 November 2023
Penulis



Muhammad Cloudio
Alvaridzi
NIM. 1910312210034

ABSTRACT

Muhammad Cloudio Alvaridzi (2023). *The Effect of Website Quality on Tokopedia Consumers' Impulse Buying through Hedonic Shopping Motivation as an Intervening (Study on Gen Z Tokopedia Marketplace Users in Banjarbaru City). Management Studies Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University. Advisor: Raden Roro Yulianti Prihatiningrum.*

This study aims to determine and analyze: (1) Know and analyze the effect of Website Quality on Impulse Buying. (2) Know and analyze the effect of website quality on hedonic shopping motivation. (3) Know and analyze the influence of hedonic shopping motivation on impulse buying.

This type of research is quantitative research. The population is generation Z in Banjarbaru who over 17 years and has purchased on Tokopedia impulsively. The data is collected from 140 respondents. Sampling technique used in this study is purposive sampling using questionnaires. Data analysis technique using SEM-PLS Method.

The study has found (1) website quality has a positive and partially significant effect toward impulse buying, (2) website quality has a positive and partially significant hedonic shopping motivation, (3) hedonic shopping motivation has a positive and partially significant effect toward impulse buying, (4) Hedonic shopping motivation can mediate between website quality and hedonic shopping motivation.

Keywords: Website Quality, Impulse Buying, Hedonic Shopping Motivation

ABSTRAKSI

Muhammad Claudio Alvaridzi (2023). Pengaruh Kualitas Website terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Tokopedia Melalui Motivasi Belanja Hedonis sebagai Intervening (Studi pada Pengguna Marketplace Tokopedia Gen Z di Kota Banjarbaru. Pembimbing: Raden Roro Yulianti Prihatiningrum.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Website terhadap Impulse Buying. (2) Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas website terhadap motivasi belanja hedonis. (3) Mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi belanja hedonis terhadap pembelian impulsif.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Respondennya adalah generasi Z di Banjarbaru yang berusia di atas 17 tahun dan telah membeli di Tokopedia secara impulsif. Data dikumpulkan dari 140 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan menggunakan angket. Teknik analisis data menggunakan SEM-PLS.

Studi ini menemukan (1) kualitas website berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, (2) kualitas website berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi belanja hedonis, (3) motivasi belanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, (4) motivasi belanja hedonis dapat memediasi antara kualitas website dan pembelian impulsif.

Kata Kunci: Kualitas Website, Pembelian Impulsif, Motivasi Belanja Hedonis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAKSI	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.5 Sistematika Pembahasan	20
BAB II	22
TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Kualitas Website	22
2.1.2 Pembelian Motivasi belanja hedonis	25
2.1.3 Pembelian Impulsif	27
2.2 Pengaruh Antar Variabel	29
2.2.1. Pengaruh Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif	29
2.2.2. Pengaruh Kualitas Website Terhadap <i>Hedonic Shopping Motivtaion</i>	29
2.2.3. Pengaruh Motivasi belanja hedonis Terhadap Pembelian Impulsif	30
2.3 Penelitian Terdahulu	31
BAB III	35
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	35
3.1 Kerangka Konseptual	35

3.2	Hipotesis.....	36
BAB IV.....		40
METODE PENELITIAN.....		40
4.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	40
4.2	Jenis Penelitian.....	40
4.3	Tempat/Lokasi Penelitian.....	40
4.4	Unit Analisis	41
4.5	Populasi dan Sampel.....	41
4.5.1	Populasi.....	41
4.5.2	Sampel.....	41
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	43
4.7	Teknik Pengumpulan Data	51
4.8	Teknik Analisis Data.....	52
4.8.2.	Analisis Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	53
4.8.3.	Analisis Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	55
4.8.4.	Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	56
BAB V		57
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....		57
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	57
5.2	Hasil dan Analisis.....	59
5.2.1	Karakteristik Responden	59
5.2.2	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	63
5.2.3	Evaluasi <i>Outer Model</i>	67
5.2.4	Evaluasi <i>Inner Model</i>	75
5.2.5	Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	78
5.2.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
5.2.7	Implikasi Hasil Penelitian	85
5.3	Keterbatasan Penelitian	90
BAB VI.....		91
KESIMPULAN DAN SARAN.....		91
6.1	Kesimpulan.....	91
6.2	Saran	91
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....		97
Lampiran 2. Deskripsi Responden		101
Lampiran 3. Deskripsi Variabel		102

Lampiran 4. Hasil Uji Outer	103
Lampiran 5. Hasil Uji Inner Model.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Data Rata-Rata Pengunjung Ecommerce Di Indonesia	2
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	32
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	61
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Satu Bulan.....	62
Tabel 5. 6 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Website.....	63
Tabel 5. 7Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Pembelian Impulsif.....	65
Tabel 5. 8 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Variabel Motivasi Belanja Hedonis.....	66
Tabel 5. 9 Convergent Validity	68
Tabel 5. 10 Discriminant Validity	71
Tabel 5. 11 AVE	72
Tabel 5. 12 Composite Reliability	73
Tabel 5. 13 Cronbach Alpha	74
Tabel 5. 14 R-Square	75
Tabel 5. 15 Uji Pengaruh Langsung	76
Tabel 5. 16 Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Hasil Survey Pendahuluan Gen Z Pengguna Tokopedia Di Kota Banjarbaru (sumber: Data Primer Hasil Survei Pendahuluan (2023))	10
Gambar 1. 2. Hasil Survey Pendahuluan Gen Z Pengguna Tokopedia Di Kota Banjarbaru (sumber: Data Primer Hasil Survei Pendahuluan (2023))	11
Gambar 1. 3. Hasil Survey Pendahuluan Gen Z Pengguna Tokopedia Di Kota Banjarbaru (sumber: Data Primer Hasil Survei Pendahuluan (2023))	11
Gambar 1. 4. Hasil Survey Pendahuluan Gen Z Pengguna Tokopedia Di Kota Banjarbaru (sumber: Data Primer Hasil Survei Pendahuluan (2023))	12
Gambar 1. 5. Hasil Survey Pendahuluan Gen Z Pengguna Tokopedia Di Kota Banjarbaru (sumber: Data Primer Hasil Survei Pendahuluan (2023))	12
Gambar 1. 6. Hasil Survey Pendahuluan Gen Z Pengguna Tokopedia Di Kota Banjarbaru (sumber: Data Primer Hasil Survei Pendahuluan (2023))	12
Gambar 1. 7. Hasil Survey Pendahuluan Gen Z Pengguna Tokopedia Di Kota Banjarbaru (sumber: Data Primer Hasil Survei Pendahuluan (2023))	13
Gambar 1. 8. Hasil Survey Pendahuluan Gen Z Pengguna Tokopedia Di Kota Banjarbaru (sumber: Data Primer Hasil Survei Pendahuluan (2023))	13
Gambar 1. 9. Hasil Survey Pendahuluan Gen Z Pengguna Tokopedia Di Kota Banjarbaru (sumber: Data Primer Hasil Survei Pendahuluan (2023))	13
Gambar 3. 1. Kerangka Konseptual	35
Gambar 5. 1 Outer Model	

Error! Bookmark not defined.