

PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS, KUALITAS WEBSITE DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
KONSUMEN MINISO PADA WEBSITE SHOPEE DI SURABAYA SELATAN

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :
TYARA KURNIA MAHARANI
NPM :17420017

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2021

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tyara Kurnia Maharani
NPM : 17420017
Alamat : Pondok Wage Indah 1 blok i-5, Sidoarjo
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Kualitas Website dan Keragaman Produk Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Miniso Pada Website Shopee Di Surabaya Selatan”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar – benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juni 2021

Yang membuat pernyataan



Tyara Kurnia Maharani

17420017

SKRIPSI

**PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS, KUALITAS WEBSITE
DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
KONSUMEN MINISO PADA WEBSITE SHOPEE DI SURABAYA
SELATAN**

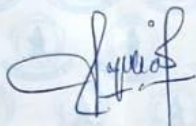
Diajukan Oleh :

TYARA KURNIA MAHARANI

NPM : 17420017

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING I



Ni Ketut Yulia Agustin, SE.MM

Tanggal, 19-07-2021

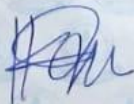
DOSEN PEMBIMBING II



Dana Aditya, SE., MBA

Tanggal, 19-07-2021

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE., MSi

Tanggal, 19-07-2021

SKRIPSI

PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS, KUALITAS WEBSITE DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN MINISO PADA WEBSITE SHOPEE DI SURABAYA SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh :

TYARA KURNIA MAHARANI

NPM : 17420017

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Ni Ketut Yulia Agustin, SE.MM

Ketua Tim Pengujian



DR. Indahwati, SE., MM

Pembimbing Kedua



Dana Aditya, SE., MBA

Anggota Dewan Pengujia Lain



Dewi Nuraini S.E., M SM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal



Dr. Kristiningsih, SE., MSi

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja – puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Kualitas Website dan Keragaman Produk Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Miniso pada Website Shopee Di Surabaya Selatan”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus – tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji., Sp., THT – KL., (K) Selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Pak Prof. Dr. Ir Ismanto Hadi Santoso, M.S. selaku dosen wali.
5. Ibu Ni Ketut Yulia Agustin, SE.MM, dan Pak Dana Aditya, SE., MBA selaku dosen pembimbing I dan II yang telah memberi segala bimbingan,

arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tidak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
7. Kedua orang tua penulis, Alm. Johan Lukiyanto dan Erna Sulistyarini, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
8. Kakak dan adik penulis, Aditya Eka Prasetyo, Cynthia Karlina dan Keisha Aura Cinta terima kasih atas doa dan segala dukungan.
9. Teman - teman seperjuangan : Elita Ahsana Amalia, Nur Fatimah Rahmawati, Vicky Lis Anisya, Widtha Ayu Fadillah dan teman manajemen A.

Demikian kata pengantar ini, penulis yakin masih banyak kekurangan yang masih harus disempurnakan dari penulisan skripsi ini. Semoga tulisan ini bisa bermanfaat dan mendorong kita untuk melakukan penelitian yang lebih baik dalam pembelajaran di masa mendatang.

Surabaya, 22 Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Motivasi Belanja Hedonis	13
2.1.3 Kualitas Website	17
2.1.4 Keragaman Produk.....	19

2.1.5 Pembelian Impulsif.....	23
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	32
2.3.1 Hipotesis	32
2.3.2 Model Analisis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Pendekatan Penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel	35
3.3 Identifikasi Variabel.....	36
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.5 Jenis dan Sumber Data	40
3.5.1 Jenis Data	40
3.5.2 Sumber Data	40
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
3.7.2 Uji Hipotesis	44
3.7.2.1 Regresi Linier Berganda	44
3.7.2.2 Uji t.....	44
3.7.2.4 Koefisien Determinasi (R^2)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	49
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	52

4.2.2	Deskripsi Tanggapan Variabel Penelitian	55
4.3	Analisis Model atau Pengujian Hipotesis	59
4.3.1	Hasil Pengujian Validitas	59
4.3.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	60
4.4	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	62
4.4.1	Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linier Berganda.....	62
4.5	Uji Hipotesis	64
4.5.1	Hasil Analisis Uji t	64
4.6	Pengujian Model	65
4.6.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.7	Pembahasan	67
4.7.1	Motivasi belanja hedonis berpengaruh terhadap pembelian impulsif konsumen miniso pada website shopee di Surabaya Selatan.....	68
4.7.2	Kualitas website berpengaruh terhadap pembelian impulsif konsumen miniso pada website shopee di Surabaya Selatan	69
4.7.3	Keragaman produk berpengaruh terhadap pembelian impulsif konsumen miniso pada website shopee di Surabaya Selatan.....	69
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN		71
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Saran.....	71
5.3	Keterbatasan	72
DAFTAR PUSTAKA		73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keragaman Produk Pada Miniso.....	6
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian	27
Tabel 3.1 Tingkat Skor Pengukuran.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Kecamatan.....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Kategori mean masing – masing variabel Tingkat Skor Pengukuran...	56
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Motivasi Belanja Hedonis	57
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Webiste.....	57
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Keragaman Produk.....	58
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Pembelian Impulsif.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Masing – Masing Variabel.....	60
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas	61
Tabel 4.12 Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji t.....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis	33
Gambar 4.1 Miniso	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Kuesioner

Lampiran 3 SPSS

Lampiran 4 Tabel Uji t

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah dilakukan untuk mengetahui motivasi belanja hedonis, kualitas website dan keragaman produk berpengaruh terhadap pembelian impulsif konsumen miniso pada website shopee di Surabaya Selatan. Populasi penelitian ini adalah warga surabaya yang pernah berbelanja di miniso melalui website shopee. Teknik pengambilan sampel digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan google form. Alat yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian menggunakan skala likert.

Sebelum dilakukan uji hipotesis dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Hasilnya adalah semua variabel valid dan reliabel. Hasil uji t menunjukan masing – masing variabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian “motivasi belanja hedonis, kualitas website, dan keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif konsumen miniso pada website shopee di Surabaya Selatan” dapat dibuktikan kebenarannya.

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

ABSTRACT

The purpose of this research was to know the hedonic shopping motivation, website quality and product diversity affect the impulse buying of miniso consumers on the shopee site in South Surabaya. The population in this study is Surabaya residents who have shopped at Miniso through the Shopee website. The sampling technique used in this study is non-probability sampling using purposive sampling and the research sample obtained is 100 respondents. Data collection techniques using google form. The tool used to measure the variables in the study uses a Likert scale.

Before testing the hypothesis, test is performed the reliability and validity tests are performed. The result is that all variables are valid and reliable. The results of the t test show each variable with a significance less than 0.05. Thus, "hedonic shopping motivation, website quality, and product assortment have a significant effect on minisio consumer impulse purchases on the shopee website in South Surabaya" can be proven true.

Keywords: Hedonic Shopping Motivation, Website Quality, Product Assortment, Impulsive Purchase

