

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA  
ONLINE DI LAZADA (STUDI KASUS PADA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**WANDA KRISTANTO**

**14420094**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2020**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wanda Kristanto

NPM : 14420094

Alamat : Perum. Bumi Citra Fajar Sekawan Elok III BV / 128 Sidoarjo

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada (Studi Kasus Pada Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”. Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Januari 2020

Yang membuat pernyataan



(Wanda Kristanto)

NPM : 14420094

**SKRIPSI**

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA  
ONLINE DI LAZADA (STUDI KASUS PADA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

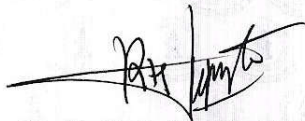
**Diajukan Oleh :**

**WANDA KRISTANTO**

**14420094**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



Drs. Ec. Redy Eko Hari Suprpto., MM

Tanggal, 17-12-2019

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Siti Djamilah, SE., MSi.

Tanggal, 18-12-2019

**SKRIPSI**

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA  
ONLINE DI LAZADA (STUDI KASUS PADA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**WANDA KRISTANTO**  
14420094

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain



Drs. Ec. Redy Eko Hari Suprpto, MM



Lestari, SE, MM



Givana, SE, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal 30-01-2020



Dr. Siti Djamilah, SE, MSi  
Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, hormat dan kemulyaan penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus Juruselamat penulis karena atas berkat, kasihkarunia dan pimpinannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada” (Study Kasus Pada Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya).

Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen. Meskipun banyak kendala yang penulis hadapi baik dalam hal waktu, maupun perolehan informasi yang berhubungan dengan penulisan skripsi , namun semua hanya karena kasih karunia, pimpinan dan berkat Tuhan penulis bisa kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga dengan terselesaikannya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan bagi para pembaca.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bantuan dan dukungannya pada penulis. Adapun ucapan terima kasih penulis kami sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. dr. 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 Universitas Wijaya Kusuma Surabaya,

3. Ibu Dr.Siti Djamilah, SE.,MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya,
4. Bapak Drs. Ec. Redy Eko H. S. MM, selaku Dosen Pembimbing terima kasih karena selama ini memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik,
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu di bangku perkuliahan,
6. Bapak dan Ibu tim dosen penguji yang telah meluangkan waktunya,
7. Bapak dan Ibu staff Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya,
8. Untuk papa tercinta Hari Winarno, mama tercinta Lenawati yang dengan sabar mendukung penulis dalam Doa dan bantuan lainnya selama penulis berkuliah sehingga sampai pada penyelesaian skripsi ini, inilah salah satu baktiku untuk papa dan mama
9. Untuk Windy Kristanti, SE. (kakak penulis), terima kasih untuk canda tawanya yang bisa menghibur penulis, dan bantuan lainnya dalam menyelesaikan skripsi ini,
10. Untuk Iik maria Magdalena (tante penulis), terima kasih iik buat doa dan dukungannya selama penulis berkuliah sampai pada penyelesaian skripsi ini,
11. Untuk sahabat-sahabat penulis di kampus: Agus atmajaya, Fachrur rozi, Irwan hadi, Fathur rozy, Anggie setya, Clara indah, Bayu setyo, Fitri

tania,dan Haifah wahidah terima kasih buat dukungan kebersamaannya,  
kekompakkannya semasa kuliah dan selama penyelesaian skripsi ini,

12. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima  
kasih buat dukungannya baik secara langsung maupun tidak langsung  
dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga berkat dan kasih karunia  
Tuhan beserta kita semua,

Penulis telah berusaha melakukan yang terbaik, namun karena adanya  
keterbatasan pengetahuan, refèrensi, dan pengalaman, penulis menyadari bahwa  
skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Penulis mengharapakan saran dan kritik guna  
mencapai hasil yang lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi  
ini dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Tuhan memberkati kita semua

Surabaya,.....

Penulis

Wanda Kristanto  
14420094

## DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR SUSUNAN TIM PENGUJI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GRAFIK .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	4
I.3 Tujuan Penelitian .....	5
I.4 Manfaat Penelitian .....	5
I.5 Sistematika Skripsi .....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Pengertian Marketing Mix Pemasaran Jasa .....	8



2.1.3 Pengertian E-Commers .....	10
2.1.3.1 Tipe-tipe E-Commers .....	11
2.1.4 Belanja Online .....	12
2.1.5 Gaya hidup .....	17
2.1.6 Persepsi Konsumen .....	19
2.1.7 Keputusan Pembelian Online .....	23
2.1.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian Online .....	23
2.1.7.2 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian .....	25
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	27
2.3 Hipotesa dan Model Analisa .....	27
2.3.1 Hipotesa .....	27
1.3.2 Model Analisa .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	29
3.2 Populasi dan Sampel .....	29
3.2.1 Populasi .....	29
3.2.2 Sampel .....	30
3.3 Identifikasi Variabel .....	30
3.4 Definisi Operasional .....	31
3.4.1 Gaya Hidup .....	31
3.4.2 Persepsi Konsumen .....	32
3.4.3 Keputusn Pembelian .....	32
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	33
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	34
3.7 Teknik Analisis Data .....	34
3.7.1 Uji Instrumen .....	34
3.7.1.1 Uji Validitas .....	34
3.7.1.2 Uji Realibilitas .....	35
3.7.2 Uji Model Analisa .....	36
3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.7.2.2 Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	37
3.7.3 Uji Hipotesis .....	38

3.7.3.1 Uji Parsial (Uji T) .....	38
3.7.3.2 Uji F .....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	42
4.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian .....	42
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	42
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	44
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	48
4.3 Analisa Data .....	51
4.3.1 Uji Validitas .....	51
4.3.2 Uji Reabilitas .....	53
4.3.3 Analisis Model .....	54
4.3.4 Melakukan Uji F .....	56
4.3.5 Melakukan Uji t .....	58
4.3 Pembahasan .....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	62
5.1 Simpulan .....	63
5.2 Saran .....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 4.1 Klarifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2 Klarifikasi Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 4.3 Klarifikasi Berdasarkan Barang yang di Beli Online .....	45
Tabel 4.4 Klarifikasi Berdasarkan Berapa Kali Beli Online .....	46
Tabel 4.5 Klarifikasi Berdasarkan Berapa Jam Berinternet .....	46
Tabel 4.6 Klarifikasi Berdasarkan Lama Mencari Informasi .....	47
Tabel 4.7 Klarifikasi Berdasarkan Media Elektronik yang Digunakan .....	47
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Gaya Hidup ( $X_1$ ) .....	49
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Konsumen ( $X_2$ ) .....	50
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	51
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Gaya Hidup ( $X_1$ ) .....	52
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Persepsi Konsumen ( $X_2$ ) .....	52
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas .....	54
Tabel 4.15 Regresi Linier Berganda .....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji F .....	56
Tabel 4.17 Hasil Uji t .....	58

## DAFTAR GRAFIK

	HALAMAN
Grafik 3.1 Kurva Distribusi t .....	39
Grafik 3.2 Kurva Distribusi F .....	41
Grafik 4.1 Kurva Uji F .....	57
Grafik 4.2 Kurva Uji t Untuk Variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) .....	59
Grafik 4.3 Kurva Uji t untuk variabel Persepsi Konsumen ( $X_2$ ) .....	60

## DAFTAR BAGAN

	HALAMAN
Bagan 2.1    Proses Psikologi Kunci .....	22
Bagan 2.2    Model Proses Pembelian Lima Tahap .....	25
Bagan 2.3    Model Analisa Penelitian .....	28

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Input SPSS

Lampiran 3 Output SPSS

Lampiran 4 Tabel Pengujian Nilai F dan t

## **ABSTRACT**

*Formulation of the problem was whether or not there is a significant the influence of lifestyle and konsumen perceptions on purchasing decision by online. The study aimed for finding out between lifestyle and konsumen perceptions on purchasing decision by online. The study was conduted by using assosiative for finding out whether or not lifestyle and konsumen perceptions influence on purchasing decision by online. There two variables; (1) lifestyle and konsumen perception and (2) dependence variable was purchasing decision that developed to be 14 indicators. The population was all of active student management in faculty of economi and bisnis at universities wijaya kusuma Surabaya. The sample was 346 by using purposive sampling. The data was primary data as source analysis. The data was collected by using questionnaire. The data was analyzed by using multiple linier regression. The result showed that there was a significant influence between lifestyle and student perceptions on purchasing decision by online in Surabaya.*

*Keyword : Purchasing decision, lifestyle, konsumen perceptions.*

## ABSTRAKSI

Rumusan masalah adalah ada atau tidaknya pengaruh gaya hidup dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian secara online (Study Kasus pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui antara persepsi gaya hidup dan konsumen tentang keputusan pembelian di Surabaya. Pendekatan metode asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian *online*. Penelitian menggunakan dua variabel meliputi gaya hidup dan persepsi konsumen dan (2) variabel dependen adalah keputusan pembelian yang dikembangkan menjadi 14 indikator. Populasi adalah semua mahasiswa manajemen di fakultas ekonomi dan bisnis yang aktif di universitas wijaya kusumasurabaya. Sampel berjumlah 346 dengan menggunakan purposive sampling. Data tersebut adalah data primer sebagai sumber data analisis. data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian secara *online* di Surabaya.

Kata kunci : keputusan pembelian, gaya hidup, persepsi konsumen.