

**HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMEN DAN GAYA HIDUP HEDONIS
DENGAN KEPUTUSAN MEMBELI FASHION MELALUI ONLINE SHOP**

SKRIPSI



Diajukan oleh :

NGGONI'MAH MIFTAHUL JANAHA

2016-60-079

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

2020

**HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMEN DAN GAYA HIDUP HEDONIS
DENGAN KEPUTUSAN MEMBELI FASHION MELALUI ONLINE SHOP**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus untuk Memenuhi

Sebagian dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi



Diajukan oleh :

NGGONI'MAH MIFTAHUL JANAHA

2016-60-079

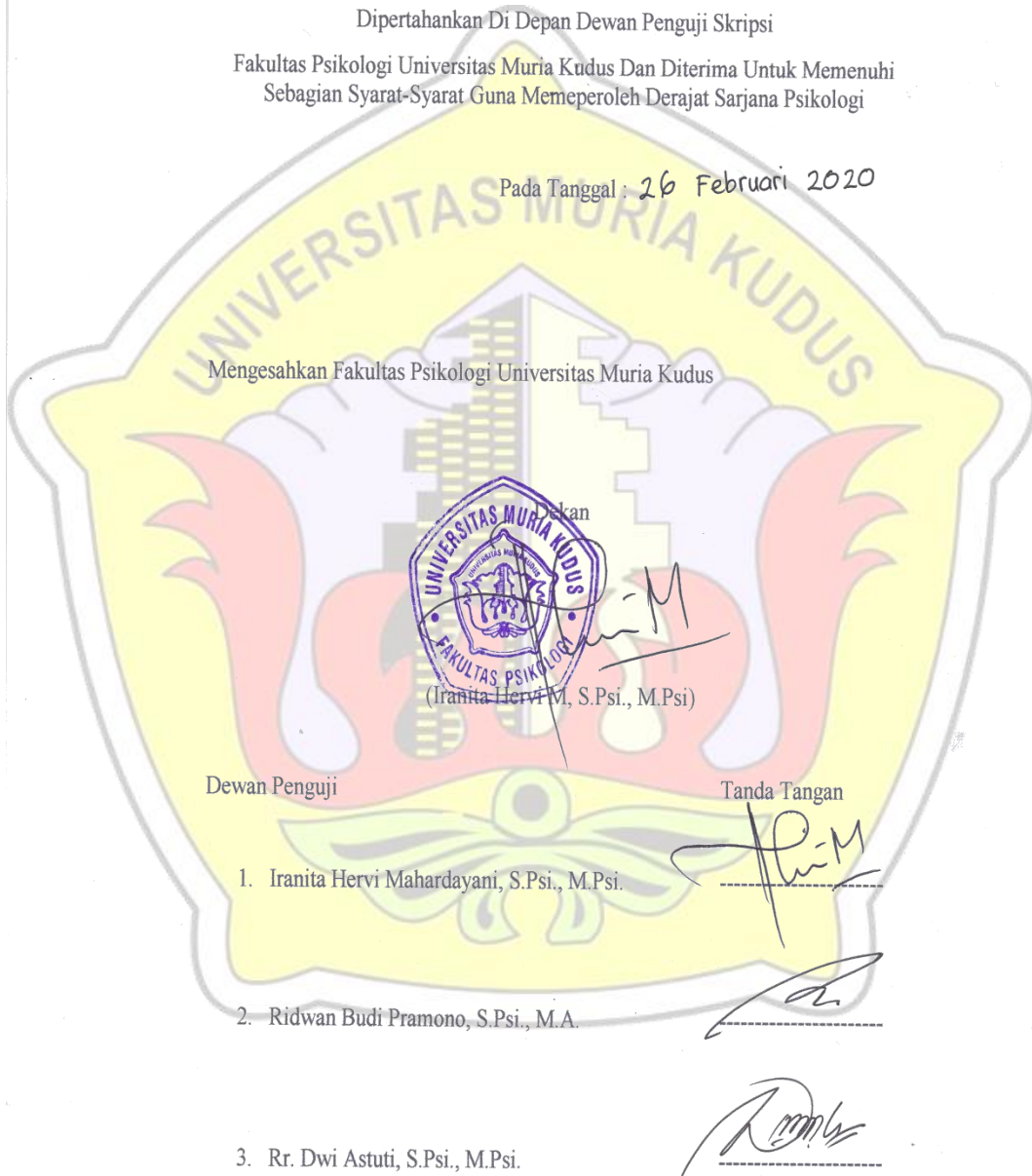
**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus Dan Diterima Untuk Memenuhi
Sebagian Syarat-Syarat Guna Memeperoleh Derajat Sarjana Psikologi

Pada Tanggal : 26 Februari 2020



HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMEN DAN GAYA HIDUP HEDONIS
DENGAN KEPUTUSAN MEMBELI FASHION MELALUI ONLINE SHOP**

Yang diajukan oleh

NGGONI'MAH MIFTAHUL JANAH

2016-60-079

Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama



Iranita Hervi M,S.Psi., M.Psi

Tanggal 26 Februari 2020

Pembimbing Pendamping



Fajar Kawuryan, S.Psi., M.Si

Tanggal 26 Februari 2020

MOTTO

**“Jadilah dirimu sendiri, ekspresikan dirimu sendiri,
yakinlah pada dirimu sendiri, jangan pergi dan mencari kepribadian sukses
dan menduplikasinya”**

Bruce Lee

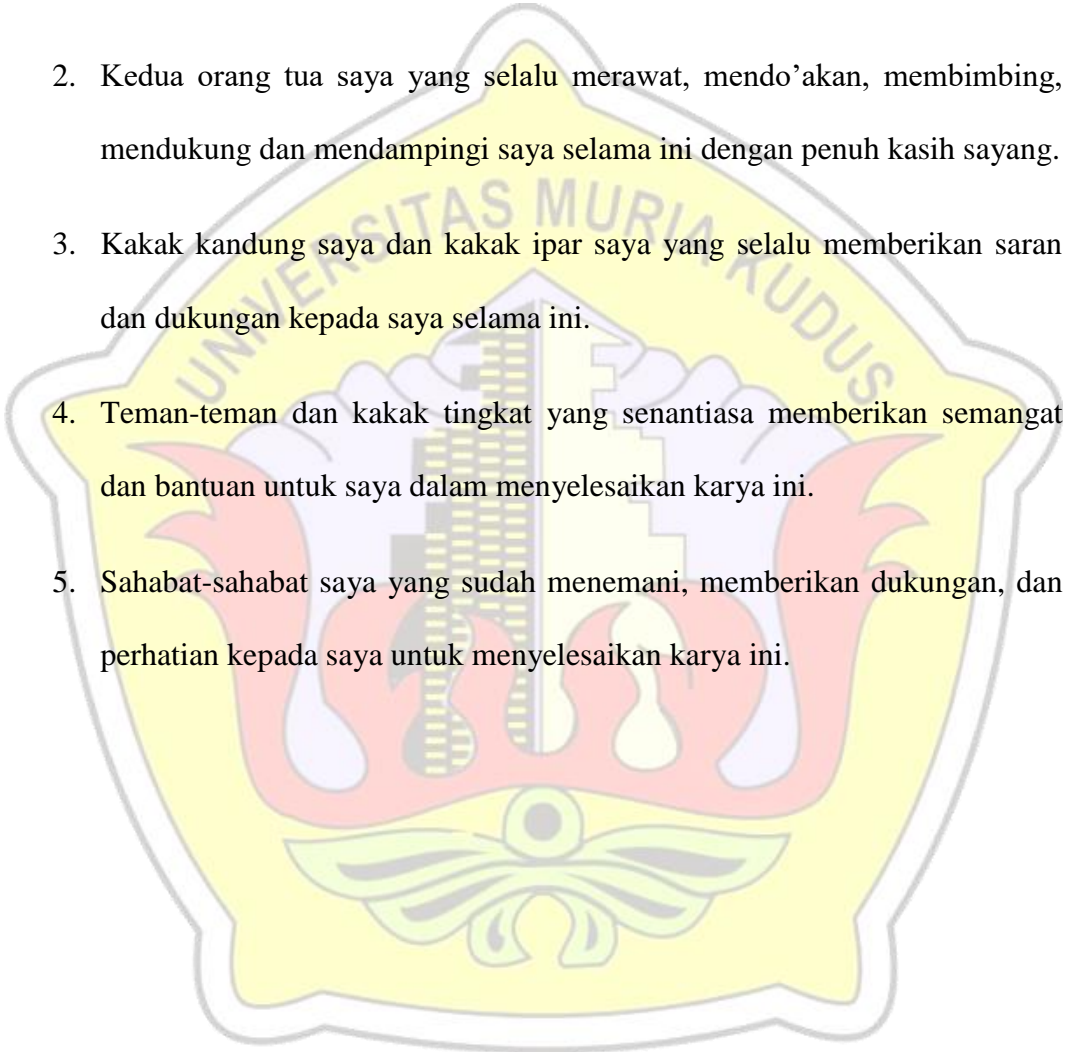
**“Sesuatu akan terlihat sangat sulit dan berat ketika sedang kita hadapi,
tetapi semua akan menjadi pengalaman besar setelah kita lewati”**

Ngoni'mah Miftahul Janah

PERSEMBAHAN

Dengan penuh hormat, karya ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya
2. Kedua orang tua saya yang selalu merawat, mendo'akan, membimbing, mendukung dan mendampingi saya selama ini dengan penuh kasih sayang.
3. Kakak kandung saya dan kakak ipar saya yang selalu memberikan saran dan dukungan kepada saya selama ini.
4. Teman-teman dan kakak tingkat yang senantiasa memberikan semangat dan bantuan untuk saya dalam menyelesaikan karya ini.
5. Sahabat-sahabat saya yang sudah menemani, memberikan dukungan, dan perhatian kepada saya untuk menyelesaikan karya ini.



PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Hubungan Motivasi Konsumen Dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Keputusan Membeli Fashion Melalui Online Shop”**.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, dan perhatian dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Iranita Hervi M, S.Psi., M.Psi. selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus dan selaku dosen pembimbing utama, yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan perhatian serta bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Fajar Kawuryan, S.Psi., M.Si. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membimbing, meluangkan waktunya, dan tak henti-hentinya memberikan nasehat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu dan motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus.

4. Seluruh Staf Fakultas Psikologi yang telah membantu dan mendukung penulis dalam proses administratif.
5. Untuk pihak SMK N 1 KUDUS yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan penyebaran skala sampai masa penyusunan skripsi penulis selesai.
6. Bapak, ibu, kakak, dan kakak ipar saya yang selalu memberikan do'a serta dukungan yang tak henti-hentinya terutama pada saat studi dan penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman angkatan 2015 dan 2016 terimakasih atas kerjasamanya selama ini.
8. Sahabat-sahabat saya istiqomah, d'rainna, nila dan indah terimakasih untuk dukungan dalam pembuatan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat saya di Universitas Islam Sultan Agung yang memberikan dukungan dan do'a dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu selama proses menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam proses penyusunan skripsi ini, oleh karena itu Penulis megharapkan saran yang bersifat membangun untuk lebih menyempurnakan penelitian selanjutnya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai keputusan membeli, motivasi konsumen, dan gaya hidup hedonis.

Kudus, 11 Februari 2020

Penulis

Nggoni'mah Miftahul Janah



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I. PENGANTAR	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	8
C. Manfaat Penelitian	9
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. KEPUTUSAN PEMBELIAN	
1. Pengertian Keputusan Pembelian	10
2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	12
3. Dimensi Keputusan Pembelian.....	15
B. MOTIVASI KONSUMEN	
1. Pengertian Motivasi Konsumen	19
2. Dimensi Motivasi Konsumen.....	19

C. GAYA HIDUP HEDONIS	
1. Pengertian Gaya Hidup Hedonis	21
2. Aspek-Aspek Gaya Hidup Hedonis.....	22
D. Hubungan Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup Hedonis dengan Keputusan Pembelian Melalui Online Shop	
	24
E. Hipotesis Mayor dan Minor	27
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel.....	29
B. Definisi Operasional Variabel	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian	31
D. Subjek Penelitian	32
E. Metode Pengumpulan Data.....	37
F. Metode Analisis Data.....	38
BAB IV. PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN	
A. Orientasi Kancas Penelitian.....	39
B. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian	
1. Perijinan Penelitian.....	40
2. Persiapan dan Alat Pengumpulan Data	40
3. Pelaksanaan Penelitian	44
C. Perhitungan Validitas dan Reabilitas	
1. Perhitungan Validitas	45
2. Perhitungan Reabilitas.....	48
D. Analisis Data	
1. Uji Normalitas	52
2. Uji Linieritas.....	53
3. Uji Hipotesis.....	54
E. Pembahasan.....	57

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan 62

B. Saran-saran..... 62

DAFTAR PUSTAKA 63

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Tabel Blue Print Skala Keputusan Pembelian 35
Tabel 3.2	Tabel Blue Print Skala Motivasi Konsumen 36
Tabel 3.3	Tabel Blue Print Skala Gaya Hidup Hedonis 36
Tabel 4.1	Tabel Distribusi Item Skala Sebaran Keputusan Pembelian 42
Tabel 4.2	Tabel Distribusi Item Skala Motivasi Konsumen 43
Tabel 4.3	Tabel Distribusi Item Skala Gaya Hidup Hedonis 44
Tabel 4.4	Tabel Sebaran Item Skala Keputusan Pembelian Yang Valid Dan Gugur 47
Tabel 4.5	Tabel Sebaran Item Skala Motivasi Konsumen Yang Valid Dan Gugur 48
Tabel 4.6	Tabel Sebaran Item Skala Gaya Hidup Hedonis Yang Valid Dan Gugur 49
Tabel 4.7	Distribusi Item Baru Skala Keputusan Pembelian 51
Tabel 4.8	Distribusi Item Baru Skala Motivasi Konsumen 52
Tabel 4.9	Distribusi Item Baru Skala Gaya Hidup Hedonis 53
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas Antara Motivasi Konsumen Dengan Keputusan Pembelian 53
Tabel 4.12	Hasil Uji Linieritas Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Keputusan Pembelian 54
Tabel 4.13	Hasil Uji Hipotesis Mayor 55
Tabel 4.14	Hasil Analisis Korelasi Motivasi Konsumen Dengan Keputusan Pembelian 56
Tabel 4.15	Hasil Analisis Korelasi Gaya Hidup Hedonis Dengan Keputusan Pembelian 57

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. DATA KASAR

A-1 Data Kasar Keputusan Pembelian

A-2 Data Kasar Motivasi Konsumen

A-3 Data Kasar Gaya Hidup Hedonis

LAMPIRAN B. VALIDITAS DAN REABILITAS

B-1 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Keputusan Pembelian

B-2 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Motivasi Konsumen

B-3 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Gaya Hidup Hedonis

LAMPIRAN C. DATA PENELITIAN FIX

C-1 Data Penelitian Fix Keputusan Pembelian

C-2 Data Penelitian Fix Motivasi Konsumen

C-3 Data Penelitian Fix Gaya Hidup Hedonis

C-4 Data Analisis Hubungan

LAMPIRAN D. UJI ASUMSI

D-1 Uji Normalitas

D-2 Uji Linieritas

LAMPIRAN E. UJI ASUMSI REGRESI

LAMPIRAN F. SKALA PENELITIAN

LAMPIRAN G. SURAT IJIN PENELITIAN

LAMPIRAN H. FORM A, FORM B, SCREENING JUDUL

HUBUNGAN MOTIVASI KONSUMEN DAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN KEPUTUSAN MEMBELI *FASHION* MELALUI ONLINE SHOP

Nggoni'mah Miftahul Janah

Universitas Muria Kudus

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris hubungan motivasi konsumen dan gaya hidup hedonis dengan keputusan membeli *fashion* melalui online shop. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI jurusan Pemasaran SMK N 1 KUDUS. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling secara *purposive* yaitu dengan 90 siswa. Alat pengumpulan data menggunakan skala keputusan pembelian, skala motivasi konsumen, dan skala gaya hidup hedonis. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan hasil nilai $r_{x1,2y}$ sebesar 0,852 dengan F sebesar 68,868 dan $p < 0,000$ ($p < 0,01$). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara motivasi konsumen dan gaya hidup hedonis dengan keputusan membeli *fashion* melalui online shop dengan sumbangan efektif sebesar 72,6%. Hipotesis minor pertama koefisiensi $rx1y$ sebesar 0,845 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,01$) artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara motivasi konsumen dengan keputusan pembelian. Sedangkan hipotesis minor kedua diperoleh koefisien $rx2y$ sebesar 0,662 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,01$) sehingga dapat diartikan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dengan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Motivasi Konsumen, Gaya Hidup Hedonis dan Keputusan Membeli

THE CORRELATION OF COSTUMER MOTIVATION AND HEDONIST LIFESTYLE WITH BUYING DECISION *FASHION* THROUGH ONLINE SHOP

Ngoni'mah Miftahul Janah

Muria Kudus University

ABSTRACT

The objective of this research is to find out the correlation between customer motivation and hedonist lifestyle with buying decision *fashion* through online shop empirically. The population of this research was the eleventh grade students of SMK N 1 KUDUS in majoring Marketing. The sample was gotten by using *purposive* sampling technique with 90 students. The data collection tools were buying decision scale, customer motivation scale, and hedonist lifestyle scale. The hypothesis testing result used simple regression analysis. The result shows that $r_{x1,y}$ is 0,852 with F 68,868 and p 0,000 ($p < 0,01$). That condition shows that there is a very significant correlation between customer motivation and hedonist lifestyle with buying decision *fashion* through online shop with effective contribution 72,6%. The first minor hypothesis of coefficient $rx1y$ is 0,845 with the level of significant 0,000 ($p < 0,01$). It indicates that there is a very significant positive correlation between customer motivation and buying decision. While the second minor hypothesis of coefficient $rx2y$ is 0,662 with the level of significant 0,000 ($p < 0,01$). It indicates that there is a very significant positive correlation between hedonist lifestyle and buying decision.

Key Words: Customer Motivation, Hedonist Lifestyle and Buying Decision