



**PENGARUH PREFERENSI SOSIAL DAN PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE
FASHION DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Disusun Oleh:

Ukhtiana Khoirun Nisa'

2020-11-201

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH PREFERENSI SOSIAL DAN PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE
FASHION DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

Ukhtiana Khoirun Nisa'

2020-11-201

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2024

**PENGARUH PREFERENSI SOSIAL DAN PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE
FASHION DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Ukhtiana Khoirun Nisa'

NIM : 202011201

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Dosen Pembimbing I

12/9/24

(Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K)

NIDN. 0630098401

Dosen Pembimbing II



(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M)

NIDN. 0630109701

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

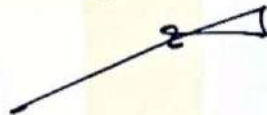
**PENGARUH PREFERENSI SOSIAL DAN PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE
FASHION DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Ukhtiana Khoirun Nisa'
NIM : 202011201
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

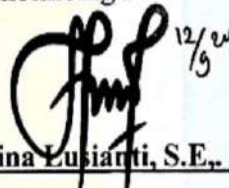
Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I

 12/9

(Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K)
NIDN. 0630098401

Mengetahui,
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN.0616077304

Pembimbing II



(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M)
NIDN. 0630109701

MOTTO

“janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur.” **-(QS Yusuf: 87)-**

“Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan.” – **(Ali Bin Abi Thalib) –**

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya Skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik dan tepat waktu, oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia Saya Ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Ayahanda tercinta Mustain dan ibunda tersayang Endang Susilowati yang telah memberikan dukungan moril maupun material serta doa yang tiada henti untuk keberhasilan Saya, karena tiada kata seindah doa dan tiada doa yang paling khusus selain doa yang tercapai dari lisan orang tua.
2. Adik tercinta Muhammad Khoiruz Zaidit Taqwa yang turut mendoakan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Keluarga besar dan sahabat penulis yang selalu memberikan dorongan dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater yang menjadi kebanggaan Saya, Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Preferensi Sosial dan Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Fashion dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus)”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

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

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing selama proses penyusunan skripsi.
5. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah berbagi ilmu pengetahuan maupun pengalaman selama proses perkuliahan berlangsung.
7. Keluarga Besar dan teman terdekat yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang dapat membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memiliki kepentingan.

Kudus, 2024

Penulis

Ukhtiana Koirun Nisa'

202011201

**PENGARUH PREFERENSI SOSIAL DAN PENGGUNAAN DOMPET
DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE
FASHION DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

**(STUDI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Ukhtiana Khoirun Nisa'

Pembimbing I: Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.

Pembimbing II: Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh preferensi sosial dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif belanja online fashion dengan kontrol diri sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 180 responden, dengan menggunakan teknik sampling *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan SEM-AMOS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Preferensi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri. Dompet digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri. Kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel kontrol diri dapat memediasi dari pengaruh preferensi sosial terhadap perilaku konsumtif dan kontrol diri tidak dapat memediasi pengaruh variabel dompet digital terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: Preferensi Sosial, Dompet Digital, Perilaku Konsumtif, Kontrol Diri.

**THE INFLUENCE OF SOCIAL PREFERENCES AND DIGITAL WALLET
USE ON ONLINE FASHION SHOPPING CONSUMPTIVE BEHAVIOR
WITH SELF-CONTROL AS AN INTERVENING VARIABLE (STUDY ON
STUDENTS OF THE MANAGEMENT STUDY PROGRAM OF MURIA
KUDUS UNIVERSITY)**

Ukhtiana Khoirun Nisa'

202011201

Pembimbing I: Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.

Pembimbing II: Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

**FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM**

ABSTACT

The purpose of this study to analyze the influence of social preferences and the use of digital wallets on conscientious online fashion shopping behavior with self-control as an intervening variable. This study uses a quantitative approach. The sample in this study consisted of 180 respondents, using non probability sampling techniques with the purposive sampling method. The analytical tool in this research uses SEM-AMOS 24. The results of this research show that social preferences do not have a significant effect on consumer behavior. Digital wallets have a positive and significant effect on consumer behavior. Social preferences have a positive and significant effect on self-control. Digital wallets do not have a significant effect on self-control. Self-control has a positive and significant effect on consumer behavior. The self-control variable can mediate the influence of social preferences on consumptive behavior and self-control cannot mediate the influence of the digital wallet variable on consumptive behavior.

Keywords: Social Preferences, E-Wallet, Consumptive Behavior, Self Control.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iiv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI	ixx
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.2 Perilaku Konsumtif.....	18
2.3 Preferensi Sosial.....	22
2.4 Dompot Digital.....	24
2.5 Kontrol Diri.....	27
2.6 Pengaruh Antar Variabel	30
2.7 Penelitian Terdahulu.....	34
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Rancangan Penelitian.....	42
3.2 Variabel Penelitian	42
3.3 Definisi Operasional Variabel	43
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	49

3.5 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.6 Uji Instrumen Penelitian	53
3.7 Metode Pengolahan Data	56
3.8 Metode Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	66
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
4.2 Penyajian Data	67
4.3 Uji Instrumen Penelitian	76
4.4 Analisis Data	80
4.5 <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	86
4.6 Pembahasan.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Peningkatan Pengeluaran konsumsi Bulanan Masyarakat Setiap Tahun.....	3
Gambar 1.2 Data Pembelian Impulsif Paling Banyak dilakukan Masyarakat Indonesia Tahun 2023.....	3
Gambar 1.3 Metode Pembayaran Paling Banyak Digunakan Masyarakat.....	6
Gambar 1.3 Metode Pembayaran Paling Banyak Digunakan Masyarakat.....	6
Gambar 1.4 Grafik Penggunaan Dompot Digital dalam Kebutuhan Sehari-hari	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	40
Gambar 3.2 Diagram Jalur	59
Gambar 4.1 <i>Full Meansurement</i> Sebelum Perbaikan	80
Gambar 4.2 <i>Full Meansurement</i> Setelah dilakukan Perbaikan Pertama	82
Gambar 4.3 <i>Full Meansurement</i> Setelah Perbaikan Keempat.....	83
Gambar 4.4 Analisis Full Model	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Tabel Kuesioner	53
Tabel 3.2 Tabel <i>Goodness Of Fit Index</i>	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	70
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Fashion.....	70
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Preferensi Sosial.....	72
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Dompet Digital	73
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif.....	74
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Kontrol Diri	75
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Counvergent Validity</i>	76
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis <i>Discriminant Validity</i>	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 4.13 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fitt Full Meansurement</i> Sebelum dilakukan Perbaikan	81
Tabel 4.14 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fitt Full Meansurment</i> Setelah Perbaikan Pertama.....	82
Tabel 4.15 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fitt Full Meansurement</i> Setelah Perbaikan Ketiga	84
Tabel 4.16 Uji Kesesuaian Model <i>Goodness of Fit</i>	85
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	86
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Outlier</i>	87
Tabel 4.19 <i>Standardized Regression Weights</i>	88
Tabel 4.20 <i>Squared Multiple Correlations</i>	89
Tabel 4.21 Uji Hipotesis	90
Tabel 4.22 Besar <i>Total Effect</i>	92