

# **PENGARUH STRATEGI E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMSI PRODUK PADA SHOPEE**

(Studi kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)

## **SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan**

**Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi : S1 Manajemen**



**Disusun oleh :**

**YOLIS WAMU**

**19022000216**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yolis Wamu  
Nomor Pokok : 19022000216  
Universitas : Universitas Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi E-commerce Terhadap  
Perilaku Konsumsi Produk Pada Shopee

Malang, 12 Februari 2024

### DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



Irany Windhyastiti, SE, MM.

Dosen Pembimbing



Drs. Nirwana, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Universitas Merdeka Malang

Prof. Dr. Fajar Supanto, M.Si

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Strategi E-commerce Terhadap Perilaku Konsumsi Produk Pada  
Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

YOLIS WAMU

19022000216

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal, 15 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



DRS. NIRWANA, MM

Sekretaris Penguji



DR. HARIANTO RESPATI, SE, MM

Anggota Penguji



DR. H. PUDJO SUGITO, MBA

**Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan**

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Merdeka Malang



PROF. DR. FAJAR SUPANTO, SE, M.Si

## SURAT PERNYATAAN KEASLIHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Yolis Wamu  
Nomor Pokok : 19022000216  
Program Studi : S1 Manajemen  
Bidang Kajian Skripsi : Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI E-COMMERCE  
TERHADAP PERILAKU KONSUMSI PRODUK  
PADA SHOPEE (Studi kasus pada Mahasiswa  
FEB Universitas Merdeka Malang)  
Lokasi/Tempat yang diteliti : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka  
Malang  
Alamat Rumah Asal : Kampung Popugoba  
No. Telpon/HP : 082239476867

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian ini dan penulisan skripsi adalah benar-benar karya saya sendiri serta tidak melakukan plagiasi. Apa bila saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang,

Peneliti,



Yolis Wamu

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Yolis Wamu  
Nomor Pokok : 19022000216  
Universitas : Universitas Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tempat Tanggal Lahir : Wamena, 16 September 2001  
Alamat : Jl. Yos Sudarso Wamena, Papua Pegunungan

Nama Orang Tua (Ayah) : Amsal Wamu  
( Ibu ) : Hansa Hisage

Riwayat Pendidikan Terakhir:

SD : SD IMPRES KULITAREK (2007-2013)

SMP : SMP NEGERI 1 WAMENA (2013-2016)

SMK : SMK SIDRATUL MUNTHAHA YAPIS WAMENA (2016- 2019)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa telah memberikan penulis kesehatan dan keselamatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Strata 1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang dengan judul **“Pengaruh Strategi *E-commerce* Terhadap Perilaku Konsumsi Pada Produk Shopee”**

Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang memberi bantuan, motivasi serta do'a kepada penulis dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak. Yang paling utama penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua penulis yang telah memberikan cinta dan kasih sayang, semangat dan motivasi, serta doa yang tiada henti dan selalu memberikan yang terbaik kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi dan Bisnis.

Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Fajar Supanto, SE. M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Irany Windhyastiti, SE, M.M. selaku ketua program studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang
3. Drs. Nirwana, M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, nasehat-nasehat, pengarahan serta meluangkan waktu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. DR. Harianto Respati, SE. M.M sebagai dosen penguji 1 dan Dr. H. Pudjo Sugito, MBA selaku dosen penguji 2 yang telah memberi masukan untuk menyempurnakan skripsi ini.

5. Seluruh staf dan dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Manajemen Universitas Merdeka Malang selama proses belajar mengajar.
6. Saudara dan saudari serta ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh keluarga besar yang paling penulis cintai, yang telah memberi semangat motivasi dan do'a kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan mahasiswa S1 Ekonomi dan Bisnis atas dukungan dan motivasinya dan kepada semua pihak yang telah memberika dukungan serta doa yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya atas bantuan, bimbingan dan pengarahan serta dorongan yang diberikan semoga mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, dan penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan isi skripsi ini.

Malang, 20 Maret 2024

Penulis,

Yolis Wamu

## DAFTAR ISI

|                                         |           |
|-----------------------------------------|-----------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....         | ii        |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....        | iii       |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIHAN SKRIPSI..... | iv        |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....              | v         |
| KATA PENGANTAR.....                     | vi        |
| DAFTAR ISI .....                        | viii      |
| DAFTAR TABEL .....                      | xi        |
| DAFTAR GAMBAR.....                      | xi        |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                    | xiii      |
| ABSTRAK .....                           | xiv       |
| <i>ABSTRACT</i> .....                   | xv        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>           | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang Penelitian .....      | 1         |
| B. Perumusan Masalah.....               | 9         |
| C. Tujuan Penelitian .....              | 9         |
| D. Manfaat Penelitian .....             | 10        |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>      | <b>12</b> |
| A. Landasan Teori.....                  | 12        |
| 1. <i>E-commerce</i> .....              | 12        |
| 2. Perilaku Konsumtif .....             | 15        |
| 3. Konformitas.....                     | 19        |
| 4. Kualitas Informasi.....              | 21        |
| 5. Sikap Hedonisme .....                | 24        |
| 6. Penelitian Terdahulu .....           | 25        |
| B. Pengembangan Hipotesis.....          | 27        |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 1. Hipotesis .....                                  | 27        |
| 2. Kerangka Berpikir.....                           | 29        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>              | <b>30</b> |
| A. Definisi Operasional Variabel.....               | 30        |
| 1. Konformitas (X1) .....                           | 30        |
| 2. Kualitas Informasi (X2).....                     | 31        |
| 3. Hedonisme (X3) .....                             | 31        |
| 4. Perilaku Konsumtif (Y) .....                     | 31        |
| B. Lingkup Penelitian .....                         | 33        |
| C. Lokasi Penelitian .....                          | 33        |
| D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel .....       | 34        |
| 1. Populasi .....                                   | 34        |
| 2. Sampel.....                                      | 34        |
| E. Sumber Data dan Jenis Data.....                  | 36        |
| 1. Sumber Data.....                                 | 36        |
| 2. Jenis Data .....                                 | 36        |
| F. Teknik Pengumpulan Data .....                    | 36        |
| 1. Observasi.....                                   | 36        |
| 2. Kuesioner Angket.....                            | 37        |
| 3. Dokumentasi .....                                | 38        |
| G. Teknik Analisis Data .....                       | 38        |
| 1. Uji Instrumen.....                               | 39        |
| 2. Uji Asumsi Klasik.....                           | 40        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>44</b> |
| A. Hasil Penelitian.....                            | 44        |
| 1. Gambaran umum objek penelitian .....             | 44        |
| 2. Analisa Deskriptif.....                          | 47        |

|                                        |           |
|----------------------------------------|-----------|
| 3. Uji Instrumen.....                  | 49        |
| 4. Uji Asumsi Klasik.....              | 50        |
| 5. Uji Hipotesis .....                 | 52        |
| B. Pembahasan .....                    | 56        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b> | <b>59</b> |
| A. Kesimpulan.....                     | 59        |
| B. Saran.....                          | 60        |
| 6. Keterbatasan Penelitian .....       | 60        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>            | <b>62</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                  | <b>66</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1 Data pengguna e-commerce terhadap 40 Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang ..... | 5  |
| Tabel 2 Data perilaku Konsumtif terhadap Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang.....      | 6  |
| Tabel 3 Data Observasi Terhadap 40 Responden Mahasiswa FEB .....                            | 7  |
| Tabel 4 Penelitian Terdahulu.....                                                           | 25 |
| Tabel 5 Variabel Indikator .....                                                            | 32 |
| Tabel 6 Populasi Mahasiswa FEB UNMER Malang .....                                           | 34 |
| Tabel 7 Skala Likert.....                                                                   | 38 |
| Tabel 8 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                 | 45 |
| Tabel 9 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....                                          | 46 |
| Tabel 10 Deskripsi Responden Berdasarkan Terdapatnya Aplikasi Shopee pada Gadget .....      | 46 |
| Tabel 11 Deskripsi Variabel Konformitas.....                                                | 47 |
| Tabel 12 Variabel Kualitas Informasi .....                                                  | 47 |
| Tabel 13 Variabel Sikap Hedonisme .....                                                     | 48 |
| Tabel 14 Uji Validasi.....                                                                  | 49 |
| Tabel 15 Uji Reliabilitas .....                                                             | 50 |
| Tabel 16 Uji Normalitas .....                                                               | 51 |
| Tabel 17 Uji Multikolinieritas.....                                                         | 51 |
| Tabel 18 Uji Heteroskedastisitas .....                                                      | 52 |
| Tabel 19 Analisis Regresi Linear Berganda .....                                             | 52 |
| Tabel 20 Uji T .....                                                                        | 54 |
| Tabel 21 Uji F .....                                                                        | 55 |
| Tabel 22 Uji Koefisien Determinasi (R).....                                                 | 55 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Gambar 1 Kerangka Penelitian ..... | 29 |
|------------------------------------|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....              | 66 |
| Lampiran 2 Data Tabulasi .....                    | 69 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....               | 80 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas .....           | 83 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....          | 84 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... | 85 |
| Lampiran 7 Hasil Uji T .....                      | 86 |
| Lampiran 8 Hasil Uji F .....                      | 87 |
| Lampiran 9 Berita Acara Bimbingan Skripsi .....   | 88 |
| Lampiran 10 Berita Acara Perbaikan Skripsi .....  | 89 |
| Lampiran 11 Hasil Cek Plagiasi.....               | 90 |

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas, kualitas informasi dan sikap hedonisme terhadap perilaku konsumtif dengan objek penelitian yaitu pengguna aktif shopee Mahasiswa FEB Universitas Merdeka Malang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, Populasi diambil dari Mahasiswa aktif FEB Universitas Merdeka Malang yang diambil dari tahun angkatan 2019 sampai dengan tahun 2023 dengan jumlah total 2.464 orang. Sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik Proportionate Stratified Random Sampling, jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 96 responden serta dihitung menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner skala likert yang telah diuji validasi dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 23. Hasil uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: Nilai probabilitas signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $f$  hitung sebesar 30.386 lebih besar dari nilai  $f$  tabel sebesar 3.09, hal ini menunjukkan bahwa variabel Konformitas, Kualitas Informasi, dan Sikap Hedonisme semuanya mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji T dalam penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai  $t$  hitung sebesar 20.302 dan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$ ; (2) kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai  $t$  hitung sebesar 4.713 dan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$ ; (3) sikap hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai  $t$  hitung sebesar 16.304 dan nilai signifikan sebesar  $0,00 < 0,05$ . Selain itu, dalam penelitian ini konformitas, kualitas informasi dan sikap hedonisme mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 48,1% sedangkan sisanya 52,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian, oleh sebab itu peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif.

**Kata kunci : Konformitas, Kualitas Informasi, Sikap Hedonisme Dan Pengaruh Konsumtif.**

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the influence of conformity, information quality and hedonistic attitudes on consumer behavior with the object of research being active Shopee users, FEB students at Merdeka University, Malang. This research is a quantitative research. The population was taken from active FEB students at Merdeka University, Malang, taken from the 2019 to 2023 class with a total of 2,464 people. The sample in this research was carried out using the Proportionate Stratified Random Sampling technique, the number of samples required was 96 respondents and was calculated using the Slovin formula. The data collection technique uses a Likert scale questionnaire which has been tested for validation and reliability. The data analysis technique used is multiple linear analysis carried out using the SPSS 23 application. The results of the F test in this study show that: The significant probability value is  $0.000 < 0.05$  and the calculated f value is 30,386 which is greater than the f table value of 3.09, this is shows that the variables Conformity, Information Quality, and Hedonism all have a positive and significant impact on consumer behavior. The results of the T test in this research show that: (1) conformity has a positive and significant effect on consumer behavior with a calculated t value of 20,302 and a significant value of  $0.00 < 0.05$ ; (2) information quality has a positive and significant effect on consumer behavior with a calculated t value of 4,713 and a significant value of  $0.00 < 0.05$ ; (3) hedonistic attitudes have a positive and significant effect on consumer behavior with a calculated t value of 16,304 and a significant value of  $0.00 < 0.05$ . Apart from that, in this study conformity, quality of information and hedonistic attitudes influenced purchasing decisions by 48.1% while the remaining 52.9% was influenced by other variables outside the research, therefore further researchers are advised to add other variables which are thought to influence consumer behavior.*

**Keywords: Conformity, Information Quality, Hedonism and Consumptive Influence.**