

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA DAN KEBUTUHAN SARAN DALAM
PEMBELIAN PAKAIAN SECARA DARING**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Jennifer Inez

NPM: 190324957

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

SKRIPSI
PENGARUH ORIENTASI BELANJA DAN KEBUTUHAN SARAN DALAM
PEMBELIAN PAKAIAN SECARA DARING



Disusun oleh:
Jennifer Inez
NPM: 190324957

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Wenefrida Mahestu N. K., SE., M.Sc.IB., Ph.D.

Yogyakarta, 12 Juni 2023

Skripsi

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA DAN KEBUTUHAN SARAN
DALAM PEMBELIAN PAKAIAN SECARA DARING**

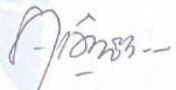
yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Jennifer Inez
NPM: 19 03 24957

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji
pada tanggal 12 Juli 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen


SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dr. J. Ellyawati, MM

Anggota Panitia Penguji



**W. Mahestu N. Krisjanti, SE.,
M.Sc.IB., Ph.D.**



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 12 Juli 2023

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH ORIENTASI BELANJA DAN KEBUTUHAN SARAN DALAM PEMBELIAN PAKAIAN SECARA DARING

Merupakan hasil karya saya sendiri. Seluruh pernyataan, ide, dan kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, dinyatakan secara tertulis dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh skripsi ini maka gelar sarjana dan ijazah yang diperoleh dinyatakan batal dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 Juni 2023



Jennifer Inez

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan rahmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH ORIENTASI BELANJA DAN KEBUTUHAN SARAN DALAM PEMBELIAN PAKAIAN SECARA DARING” dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penyusunan skripsi tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkatNya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik tanpa suatu kendala apapun.
2. Ibu Wenefrida Mahestu N Krisjanti., SE., M.Sc.IB, Ph.D selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing penulis dengan baik dalam penyusunan skripsi.
3. Mama, Papa, dan Koko yang selalu mendukung dalam doa, mendampingi, dan menyemangati penulis dalam penyusunan skripsi.
4. NPM 190325078 yang selalu menemani, menyemangati, dan mendukung penulis dalam proses skripsi.
5. Teman-teman Manajemen KRS yang memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi.
6. Teman-teman PIPH HMPSM 2021/2022 yang telah menjadi teman seperjuangan selama satu periode, serta mendukung satu sama lain dalam perkuliahan.
7. Teman-teman KKN UAJY kelompok 65 periode 82, khususnya Natasha, Imo, dan Wiku yang menjadi tempat keluh kesah dan bercerita.

8. Responden yang telah menyempatkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat baik kepada para pembaca.

Yogyakarta, 12 Juni 2023



Jennifer Inez

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| HALAMAN JUDUL..... | Error! Bookmark not defined. |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| ABSTRAK..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1. Kebutuhan akan saran dari toko | 9 |
| 2.2. Perilaku berbelanja untuk bersenang-senang | 9 |
| 2.3. Perilaku belanja secara cepat..... | 10 |
| 2.4. Pengalaman tidak menyenangkan | 11 |
| 2.5. Kesulitan dalam memilih barang..... | 12 |
| 2.6. Pembelian pakaian secara daring | 12 |
| 2.7. Penelitian Terdahulu..... | 14 |
| 2.8. Pengembangan Hipotesis | 19 |
| 2.9. Model Penelitian..... | 23 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 27 |
| 3.1. Lokasi dan Objek Penelitian..... | 27 |
| 3.2. Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel | 27 |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data | 28 |
| 3.4. Metode Pengumpulan dan Pengukuran Data | 28 |
| 3.5. Definisi dan Operasional Variabel | 29 |
| 3.6. Face Validity | 31 |
| 3.7. Metode Pengujian Instrumen..... | 32 |
| 3.7.1. Uji Validitas | 32 |
| 3.7.2. Uji Reliabilitas | 34 |
| 3.8. Metode Analisis Data | 35 |
| 3.8.1. Analisis Regresi Linier Sederhana | 35 |
| 3.8.2. Analisis Mediasi..... | 36 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 38 |
| 4.1. Profil Responden | 38 |
| 4.2. Analisis Regresi Sederhana | 39 |

| | | |
|---------|---|----|
| 4.2.1. | Kebutuhan akan saran dari toko terhadap pembelian pakaian secara daring | 39 |
| 4.2.2. | Kebutuhan akan saran dari toko terhadap kesulitan dalam memilih barang | 40 |
| 4.2.3. | Perilaku berbelanja untuk bersenang-senang terhadap pengalaman tidak menyenangkan | 41 |
| 4.2.4. | Perilaku berbelanja untuk bersenang-senang terhadap pembelian pakaian secara daring | 42 |
| 4.2.5. | Perilaku belanja secara cepat terhadap pembelian pakaian secara daring | 44 |
| 4.2.6. | Kesulitan dalam memilih barang terhadap pembelian pakaian secara daring | 45 |
| 4.2.7. | Kesulitan dalam memilih barang terhadap pengalaman tidak menyenangkan | 46 |
| 4.2.8. | Pengalaman tidak menyenangkan terhadap pembelian pakaian secara daring | 47 |
| 4.3. | Analisis Mediasi | 48 |
| 4.3.1. | Kebutuhan akan saran dari toko terhadap pembelian pakaian secara daring yang dimediasi oleh kesulitan dalam memilih barang | 48 |
| 4.3.2. | Perilaku berbelanja untuk bersenang-senang terhadap pembelian pakaian secara daring yang dimediasi oleh pengalaman tidak menyenangkan | 49 |
| 4.3.3. | Kesulitan dalam memilih barang terhadap pembelian pakaian secara daring yang dimediasi oleh pengalaman tidak menyenangkan | 50 |
| 4.4. | Pembahasan | 51 |
| 4.4.1. | Kebutuhan akan Saran dari Toko terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring | 51 |
| 4.4.2. | Kebutuhan akan Saran dari Toko terhadap Kesulitan dalam Memilih Barang | 52 |
| 4.4.3. | Perilaku Berbelanja untuk Bersenang-Senang terhadap Pengalaman Tidak Menyenangkan | 52 |
| 4.4.4. | Perilaku Berbelanja untuk Bersenang-senang terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring | 53 |
| 4.4.5. | Perilaku Belanja Secara Cepat terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring | 53 |
| 4.4.6. | Kesulitan dalam Memilih Barang terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring | 54 |
| 4.4.7. | Kesulitan dalam Memilih Barang terhadap Pengalaman Tidak Menyenangkan..... | 55 |
| 4.4.8. | Pengalaman Tidak Menyenangkan terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring | 55 |
| 4.4.9. | Pengaruh Kebutuhan akan Saran dari Toko terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring melalui Kesulitan dalam Memilih Barang | 56 |
| 4.4.10. | Pengaruh Perilaku Berbelanja untuk Bersenang-senang terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring melalui Pengalaman Tidak Menyenangkan.. | 56 |

| | |
|--|----|
| 4.4.11. Pengaruh Kesulitan dalam Memilih Barang terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring melalui Pengalaman Tidak Menyenangkan | 57 |
| BAB V PENUTUP..... | 59 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 59 |
| 5.2. Implikasi Manajerial..... | 60 |
| 5.3. Kelemahan Penelitian..... | 61 |
| 5.4. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA | 62 |
| LAMPIRAN..... | 64 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 14 |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 28 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional | 29 |
| Tabel 3.3 Face Validity | 32 |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas | 33 |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas | 34 |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 38 |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Anggaran Berbelanja Produk Fashion dalam 2 Bulan | 39 |
| Tabel 4.3 R Square pada kebutuhan akan saran dari toko terhadap pembelian pakaian secara daring | 39 |
| Tabel 4.4 Hasil uji F pada kebutuhan akan saran dari toko terhadap pembelian pakaian secara daring | 40 |
| Tabel 4.5 R Square pada kebutuhan akan saran dari toko terhadap kesulitan dalam memilih barang | 40 |
| Tabel 4.6 Hasil uji F pada kebutuhan akan saran dari toko terhadap kesulitan dalam memilih barang | 41 |
| Tabel 4.7 R Square pada perilaku berbelanja untuk bersenang-senang terhadap pengalaman tidak menyenangkan | 41 |
| Tabel 4.8 Hasil uji F pada perilaku berbelanja untuk bersenang-senang terhadap pengalaman tidak menyenangkan | 42 |
| Tabel 4.9 R Square pada perilaku berbelanja untuk bersenang-senang terhadap pembelian pakaian secara daring | 43 |
| Tabel 4.10 Hasil uji F pada perilaku berbelanja untuk bersenang-senang terhadap pembelian pakaian secara daring | 43 |
| Tabel 4.11 R Square pada perilaku belanja secara cepat terhadap pembelian pakaian secara daring | 44 |
| Tabel 4.12 Hasil uji F pada perilaku belanja secara cepat terhadap pembelian pakaian secara daring | 44 |
| Tabel 4.13 R Square pada kesulitan dalam memilih barang terhadap pembelian pakaian secara daring | 45 |
| Tabel 4.14 Hasil uji F pada kesulitan dalam memilih barang terhadap pembelian pakaian secara daring | 45 |
| Tabel 4.15 R Square pada kesulitan dalam memilih barang terhadap pengalaman tidak menyenangkan | 46 |
| Tabel 4.16 Hasil uji F pada kesulitan dalam memilih barang terhadap pembelian pakaian secara daring | 46 |
| Tabel 4.17 R Square pada pengalaman tidak menyenangkan terhadap pembelian pakaian secara daring | 47 |
| Tabel 4.18 Hasil uji F pada pengalaman tidak menyenangkan terhadap pembelian pakaian secara daring | 47 |

Tabel 4.19 Uji Mediasi Kebutuhan akan Saran dari Toko terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring yang Dimediasi Kesulitan dalam Memilih Barang 48

Tabel 4.20 Uji Mediasi Perilaku Berbelanja untuk Bersenang-senang terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring yang Dimediasi Pengalaman Tidak Menyenangkan 49

Tabel 4.21 Uji Mediasi Perilaku Berbelanja untuk Bersenang-senang terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring yang Dimediasi Pengalaman Tidak Menyenangkan 50



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Statistik Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia | 1 |
| Gambar 1.2 Statistik Produk yang Banyak Dibeli di E-Commerce..... | 2 |
| Gambar 2.1 Model Penelitian | 23 |
| Gambar 3.1 Model Mediasi Sederhana..... | 36 |
| Gambar 3.2 Alur Analisis Mediasi..... | 37 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Mediasi Kebutuhan akan Saran dari Toko terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring yang Dimediasi Kesulitan dalam Memilih Barang..... | 49 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Mediasi Perilaku Berbelanja untuk Bersenang-senang terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring yang Dimediasi Pengalaman Tidak Menyenangkan | 50 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Mediasi Perilaku Berbelanja untuk Bersenang-senang terhadap Pembelian Pakaian Secara Daring yang Dimediasi Pengalaman Tidak Menyenangkan | 51 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-------------------------------------|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| Lampiran 2 Data Responden dan Jawaban Kuesioner..... | 67 |
| Lampiran 3 Olah Data..... | 75 |
| Lampiran 4 Jurnal Acuan..... | 81 |



**PENGARUH ORIENTASI BELANJA DAN KEBUTUHAN SARAN DALAM
PEMBELIAN PAKAIAN SECARA DARING**

Jennifer Inez

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti., SE., M.Sc.IB, Ph.D

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Pembelian pakaian secara daring menjadi salah satu kebutuhan primer pada zaman sekarang. Konsumen ditawarkan berbagai kelebihan saat berbelanja secara daring, seperti kecepatan saat berbelanja yang menghemat waktu mereka, menjadi penghilang stres sehari-hari yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, serta penawaran produk yang lebih bervariasi, sehingga pembelian pakaian secara daring melalui *e-commerce* menjadi tren yang terus berkembang dan selalu inovatif. Faktor-faktor tersebut juga mempengaruhi orientasi belanja yang timbul pada setiap individu. Setiap konsumen memiliki kebiasaan dan rutinitas yang berbeda saat melakukan pembelian pakaian, baik secara langsung ke toko-toko maupun berbelanja secara daring. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 160 responden yang pernah melakukan pembelian pakaian secara daring. Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan dikumpulkan melalui *Google Form* dengan skala *likert* 5 poin. Data sampel yang terkumpul diolah menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pembelian pakaian secara daring dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel dalam orientasi belanja dan kebutuhan akan saran.

Kata kunci: Kebutuhan akan Saran dari Toko, Perilaku Berbelanja untuk Bersenang-senang, Perilaku Belanja Secara Cepat, Pengalaman Tidak Menyenangkan, Kesulitan dalam Memilih Barang, Pembelian Pakaian Secara Daring