

**PENGARUH MANFAAT HEDONIS, MANFAAT UTILITARIAN, DAN
WOM TERHADAP NIAT BELI MILENIAL
STUDI PADA TAIGERSPRUNG DIMSUM**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen (S1)

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Ignatius Leonard Brian Mulyono

190325249

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

Skripsi

**PENGARUH MANFAAT UTILITARIAN, MANFAAT HEDONIS, DAN WOM
TERHADAP NIAT BELI MILENIAL STUDI PADA TAIGERSPRUNG DIMSUM
SHOP**

Yang telah dipersiapkan dan di susun oleh

Ignatius Leonard Brian Mulyono

NPM: 190325249

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 1 Desember 2023

Dan di nyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S 1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

M. Parnawa Putranta, MBA, Ph.D.

Anggota Panitia Penguji

Drs. C. Jara Priyogutomo, MBA.

Nadia Nila Sari, SE, MBA.

Yogyakarta, 5 Desember 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atmajaya Yogyakarta

Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

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

LEMBAR PERNYATAAN

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

PENGARUH MANFAAT HEDONIS, MANFAAT UTILITARIAN, DAN WOM TERHADAP NIAT BELI MILENIAL STUDI PADA TAIGERSPRUNG DIMSUM

Merupakan penelitian yang dilakukan oleh saya sendiri. Ide, kutipan, dan pernyataan bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang dinyatakan secara tertulis dan disertakan dalam daftar Pustaka pada penelitian skripsi ini. Apabila penelitian skripsi yang saya ciptakan ini terbukti melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, saya akan bersedia melepaskan gelar dan mengembalikan ijazah yang saya dapatkan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 November 2023

Yang Menyatakan,



Ignatius Leonard Brian Mulyono

KATA PENGANTAR

Tidak ada hasil yang mengkhianati usaha, begitu pula dengan laporan skripsi ini yang dapat terselesaikan dengan segala jerih payah. Penulis panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Manfaat Hedonis, Manfaat Utilitarian, dan WOM Terhadap Niat Beli Milenial (Studi Pada Taigersprung Dimsum)”. Laporan skripsi ini juga diajukan guna memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Program Strata I, Program Studi Manajemen. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak. Meskipun begitu, penulis menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Penulis menyadari bahwa kelancaran ini didapatkan dari bantuan, dukungan dan motivasi serta bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus,
2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 13 November 2023

Penulis



Ignatius Leonard Brian Mulyono

MOTTO

“MATI UTOWO MUKTI”

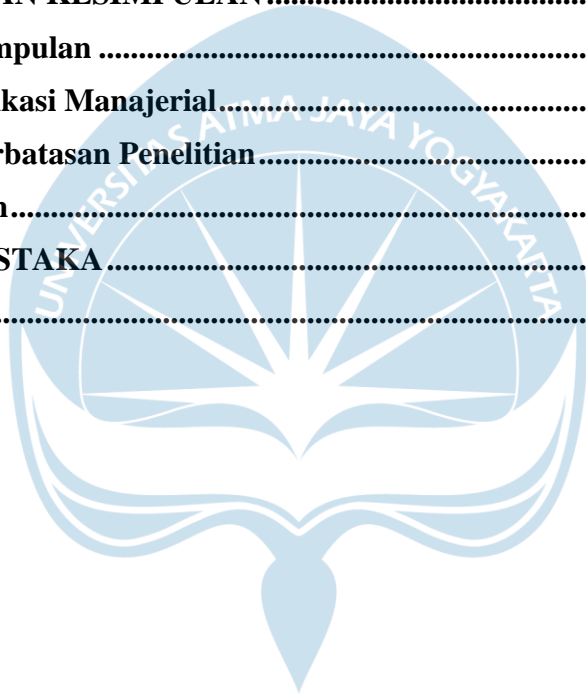


DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
MOTTO	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
Abstrak.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Praktis	9
1.5.2 Manfaat Teoritis	10
1.6. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1 Nilai utilitarian	12
2.1.2 Penghematan Moneter.....	14
2.1.3 Kualitas	15
2.1.4 Kemudahan	16
2.1.5 Nilai Hedonis	17
2.1.6 Ekspresi Nilai	18
2.1.7 Hiburan.....	18
2.1.8 Eksplorasi.....	19
2.1.9 <i>Word of Mouth</i>	20
2.1.10 Niat Beli	21
2.3. Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
2.4. Model Kerangka Penelitian	28

2.5. Hipotesis	28
2.5.1 Persepsi Penghematan Terhadap Niat Beli Mahasiswa	28
2.5.2 Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Milenial	30
2.5.3 Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Milenial	31
2.5.4 Persepsi Ekspresi Nilai Terhadap Niat Beli Milenial	33
2.5.5 Persepsi Hiburan Terhadap Niat Beli Milenial	34
2.5.6 Persepsi Eksplorasi Terhadap Niat Beli Milenial	35
2.5.7 <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Niat Beli Milenial	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Data dan Sumber Penelitian.....	39
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.4 Lokasi, Subyek, dan Obyek Penelitian.....	41
3.5 Definisi Operasional dan Pembentukan Instrumen Penelitian.....	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7 Metode Analisis Data	49
3.8 Metode Pengujian Instrumen.....	50
3.8.1 Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	50
3.8.2 Analisis Model Struktural (Inner Model).....	53
3.8.3 Uji Hipotesis	55
BAB IV	56
HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Analisis Responden Berdasarkan Kriteria	56
4.1.1 Kriteria “Apakah Anda lahir pada tahun 1982 – 2000”	57
4.1.2 Kriteria “Apakah Anda mengetahui Taigersprung Dimsum”	57
4.1.3 Kriteria “Apakah Anda mengetahui promo yang dilakukan oleh Taigersprung Dimsum”	58
4.1.4 Kriteria “Melalui apa atau dimana Anda mengetahui promo yang dilakukan oleh Taigersprung Dimsum”	59
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	60

4.3 Analisis Structural Equation Modeling (SEM) / Partial Least Square (PLS) 69	
4.4 Uji Hipotesis	78
4.5 Pembahasan	82
4.5.1 Pengaruh Manfaat Utilitarian Terhadap Niat Beli	82
4.5.2 Pengaruh Manfaat <i>Hedonic</i> Terhadap Niat Beli	84
4.5.3 Pengaruh WOM Terhadap Niat Beli.....	85
BAB V.....	87
PENUTUP DAN KESIMPULAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Implikasi Manajerial.....	88
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	91
5.4 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Tabel Instrumen Penelitian.....	43
Tabel 4.1 Tabel Umur Responden.....	57
Tabel 4.2 Responden Mengetahui Taigersprung Dimsum	58
Tabel 4. 3 Responden Mengetahui Promo Taigersprung Dimsum.....	58
Tabel 4. 4 Sumber Responden Mengetahui Promo Taigersprung Dimsum	59
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Penghematan Moneter	61
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Kualitas	62
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Kemudahan.....	63
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Ekspresi Nilai.....	64
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Hiburan	65
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Eksplorasi.....	66
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Minat Beli.....	67
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif WoM.....	68
Tabel 4.13 Uji Validitas Konvergen (Outer Loading).....	70
Tabel 4. 14 Uji Validitas Konvergen (AVE).....	72
Tabel 4.15 Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading Factor)	73
Tabel 4. 16 Uji Validitas Diskriminan (The Fornell-Lacker Criterion).....	74
Tabel 4. 17 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	74
Tabel 4.18 Nilai R-Square.....	76
Tabel 4.19 Nilai Goodness of Fit (GoF)	77
Tabel 4. 20 Nilai Prediction of Relevance (Q-Square).....	78
Tabel 4.21 Hasil Uji Path Coefficient.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PDB usaha makanan dan minuman	1
Gambar 1.2 Sensus Penduduk di DIY	4
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	28
Gambar 4. 1 Pengujian PLS	69



**PENGARUH MANFAAT HEDONIS, MANFAAT UTILITARIAN, DAN
WOM TERHADAP NIAT BELI MILENIAL
STUDI PADA TAIGERSPRUNG DIMSUM**

Disusun Oleh:

Ignatius Leonard Brian Mulyono

NPM: 190325249

Pembimbing:

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Abstrak

Tujuan - Untuk mengetahui dan melihat apa yang mendorong faktor-faktor pada niat beli di Taigersprung Dimsum lewat variabel manfaat utilitarian, manfaat hedonis, dan WoM. Pada variabel utilitarian terdapat tiga bagian di dalamnya yaitu penghematan moneter, kualitas, dan kemudahan lalu pada bagian manfaat hedonis memiliki tiga bagian di dalamnya yaitu hiburan, eksplorasi nilai, eksplorasi yang akan mengetahui manfaat yang didapatkan konsumen pada niat beli di Taigersprung Dimsum.

Desain/metodologi/pendekatan – Desain penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian diambil dengan penggunaan teknik *purposive sampling* dengan objek yang dipilih pada penelitian ini yaitu Taigersprung Dimsum, subjek yang dipakai pada penelitian ini yaitu milenial dan analisis data menggunakan software SmartPLS 4.

Hasil – Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif terhadap variabel manfaat utilitarian dengan 2 bagian di dalamnya yakni penghematan moneter dan kualitas. Sedangkan, bagian kemudahan berpengaruh negatif, pada variabel manfaat *hedonic* yang terdapat 3 bagian yaitu eksplorasi nilai, hiburan, dan eksplorasi berpengaruh positif, tetapi variabel WoM berpengaruh negatif.

Keterbatasan/implikasi – Penelitian ini menyarankan untuk mencoba objek penelitian yang berbeda agar timbul sebuah penelitian atau penemuan baru pada perusahaan yang bergerak di makanan dan minuman.

Kata Kunci: Manfaat *hedonic*, Manfaat Utilitarian, Niat beli, Wom