

PERILAKU MEMBELI DI MEDIA *ONLINE* DITINJAU  
DARI GAYA HIDUP HEDONIS PADA MAHASISWI

SKRIPSI

Oleh:  
INGSIH SURYA KRISSETIA  
09.40.0181



FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG

2016

PERILAKU MEMBELI DI MEDIA *ONLINE* DITINJAU  
DARI GAYA HIDUP HEDONIS PADA MAHASISWI

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang  
untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna  
Memeroleh Derajat Sarjana Psikologi

Oleh :  
INGSIH SURYA KRISSETIA  
09.40.0181



FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG

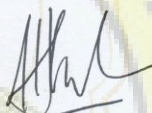
2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang  
dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna Memeroleh  
Derajat Sarjana Psikologi

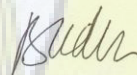
Pada Tanggal  
20 September 2016


Mengesahkan  
Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Dekan,

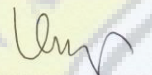
  
(Dr. M. Sih Setija Utami, M.Kes)

**Dewan Penguji :**

1. Drs. D.P. Budi Susetyo, M.Si
2. Esthi Rahayu, S.Psi., M.Si
3. Dra. Praharesti Eriany, M.Si







## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini saya persembahkan kepada:**



Kedua orang tua saya tercinta,  
Saudara kandung saya terkasih,  
dan Sahabat- sahabatku terhangat.  
Terimakasih untuk doa, dukungan, semangat yang diberikan selama  
saya menyelesaikan skripsi ini.

## MOTTO

*“To every thing there is a season, and a time to every purpose under the heaven:  
A time to be born, and a time to die; a time to plant, and a time to pluck up that  
which is planted;*

*A time to kill, and a time to heal; a time to break down, and a time to build up;  
A time to weep, and a time to laugh; a time to mourn, and a time to dance;  
A time to cast away stones, and a time to gather stones together; a time to  
embrace, and a time to refrain from embracing;*

*A time to get, and a time to lose; a time to keep, and a time to cast away;  
A time to rend, and a time to sew; a time to keep silence, and a time to speak;  
A time to love, and a time to hate; a time of war, and a time of peace.”*

**(Ecclesiastes 3:1-8)**



**“You’ll Never Walk Alone”**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari jasa, bantuan, nasihat, bimbingan, serta doa dari orang-orang yang selalu ada selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. M. Sih Setija Utami, M.Kes, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Dra. Praharesti Eriany, M.Si, selaku Dosen Pembimbing atas kesediaannya memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
3. Dra. Sri Sumijati, M.Si selaku Dosen Wali yang telah memberikan masukan kepada penulis selama menempuh studi.
4. Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberi ijin penelitian.
5. Seluruh subjek atas kesediaan serta kerjasamanya dalam membantu mengisi skala.
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membantu dalam segala urusan administrasi dan surat perijinan.

8. Seluruh Staf Perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membantu dalam mencari buku-buku sumber referensi yang dibutuhkan oleh penulis.
9. Kedua Orang tuaku, Alm. Sigit Suryanto dan Sri Sukatmi yang selalu mendoakan, membimbing dan memotivasi saya menyelesaikan skripsi ini.
10. Saudara- saudara kandung saya yang memberikan penghiburan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabatku, Sherly, Indah, Anggita, Gladys, Hani, Medha, Maria, Irawan, Henry yang memberi warna saat lelah menghadapi tekanan dunia kampus.
12. Teman-temanku yang tak bisa saya sebutkan satu persatu yang ikut berpartisipasi memberi referensi, dukungan mental untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis haturkan terima kasih.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan, kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan penulis di masa yang akan datang. Semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, September 2016

Penulis





# PERILAKU MEMBELI DI MEDIA *ONLINE* DITINJAU DARI GAYA HIDUP HEDONIS PADA MAHASISWI

Oleh:  
INGSIH SURYA KRISSETIA  
09.40.0181

FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku membeli di media *online* pada mahasiswa. Hipotesis yang diajukan adalah “Ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku membeli di media *online*. Semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku membeli di media *online*, demikian juga sebaliknya”. Subjek dalam penelitian ini adalah 40 mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, yang pernah berbelanja di media *online*. Teknik samplingnya adalah *quota sampling*. Skala yang digunakan adalah skala perilaku membeli di media *online* dan skala gaya hidup hedonis. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi *Product Moment*. Berdasarkan analisis data diperoleh nilai korelasi sebesar 0,563 ( $p < 0,01$ ), artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku membeli di media *online*. Semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku membeli di media *online*, demikian juga sebaliknya.

*Kata kunci* : perilaku membeli di media *online*, gaya hidup hedonis, mahasiswa

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Halaman Motto .....	v
Ucapan Terima Kasih .....	vi
Abstraksi .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	10
C. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	12
1. Pengertian Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	12
2. Tahap-tahap Perilaku Membeli.....	14
3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Membeli ....	20
B. Gaya Hidup Hedonis .....	26
1. Pengertian Gaya Hidup Hedonis .....	26
2. Dimensi Gaya Hidup Hedonis .....	29

C. Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	31
D. Hipotesis .....	35
BAB III METODE PENELITIAN .....	36
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	36
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
1. Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	36
2. Gaya Hidup Hedonis .....	37
C. Subjek Penelitian.....	37
1. Populasi dan Sampel.....	37
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	38
D. Metode Pengumpulan Data.....	38
1. Skala Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	39
2. Skala Gaya Hidup Hedonis .....	41
E. Uji Coba Alat Ukur .....	42
1. Uji Validitas Alat Ukur .....	42
2. Uji Reliabilitas Alat Ukur.....	43
F. Metode Analisis Data.....	43
BAB IV LAPORAN PENELITIAN.....	44
A. Orientasi Kancas Penelitian.....	44
B. Persiapan Penelitian .....	46
1. Penyusunan Skala Penelitian .....	46
a. Skala Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	46
b. Skala Gaya Hidup Hedonis.....	47
2. Tahap Perizinan Penelitian .....	48

C. Pelaksanaan Pengambilan Data Penelitian .....	49
1. Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	52
2. Validitas dan Reliabilitas Skala Gaya Hidup Hedonis ....	53
BAB V HASIL PENELITIAN .....	55
A. Uji Asumsi .....	55
1. Uji Normalitas.....	55
2. Uji Linearitas .....	56
B. Uji Hipotesis .....	56
C. Pembahasan.....	57
BAB VI PENUTUP .....	61
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	66

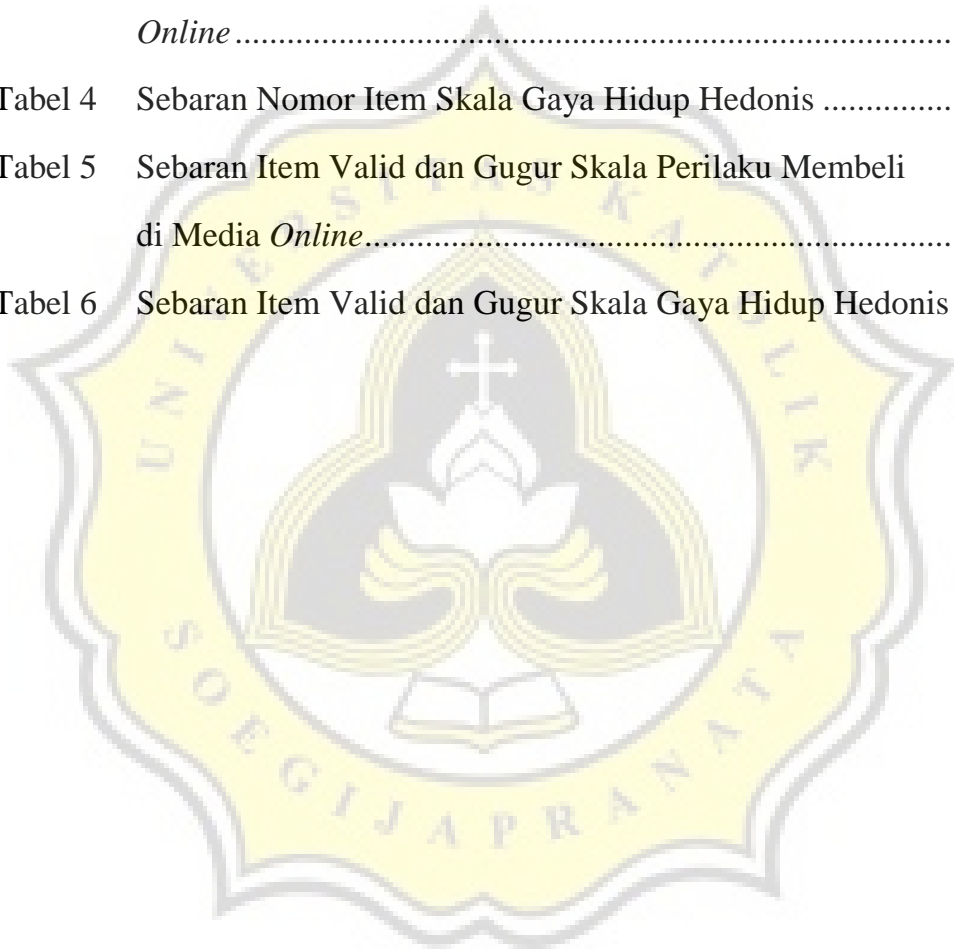
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Grafik Pengguna Internet di Indonesia.....	2
----------	--------------------------------------------	---



## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Rancangan Skala Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	40
Tabel 2	Rancangan Skala Gaya Hidup Hedonis .....	41
Tabel 3	Sebaran Nomor Item Skala Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	47
Tabel 4	Sebaran Nomor Item Skala Gaya Hidup Hedonis .....	48
Tabel 5	Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	53
Tabel 6	Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Gaya Hidup Hedonis..	54



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN .....	66
LAMPIRAN A SKALA PENELITIAN .....	67
A-1 Skala Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	68
A-2 Skala Gaya Hidup Hedonis .....	73
LAMPIRAN B DATA AWAL/ KASAR .....	77
B-1 Data Awal/ Kasar Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	78
B-2 Data Awal/ Kasar Gaya Hidup Hedonis.....	81
LAMPIRAN C VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	84
C-1 Validitas dan Reliabilitas Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	85
C-2 Validitas dan Reliabilitas Gaya Hidup Hedonis.....	91
LAMPIRAN D DATA VALID .....	96
D-1 Data Valid Perilaku Membeli di Media <i>Online</i> .....	97
D-2 Data Valid Gaya Hidup Hedonis.....	100
LAMPIRAN E UJI ASUMSI .....	102
E-1 Uji Normalitas.....	103
E-2 Uji Linearitas.....	105
LAMPIRAN F ANALISIS DATA .....	107
LAMPIRAN G SURAT IJIN PENELITIAN DAN BUKTI	
PENELITIAN .....	109
G-1 Surat Ijin Penelitian .....	110
G-2 Surat Bukti Penelitian.....	113