

HALAMAN MOTTO

“Hidup adalah cara kita bersyukur terhadap apa yang sudah kita miliki”

“Penulis”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah Swt. atas terselesaikannya penulisan skripsi ini, penulis ingin mempersembahkan karya ini sebagai bentuk penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah Swt yang telah menganugerahkan kesehatan, ketenangan pikiran, serta kemudahan dalam setiap langkah penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
2. Untuk diri penulis sendiri, terima kasih atas segala usaha dan keteguhan hati yang telah dijalani selama proses ini. Semoga tetap semangat dalam menghadapi masa depan, terus berdoa, dan jangan pernah menyerah.
3. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendukung dalam setiap kondisi, sejak awal penulis menempuh pendidikan di Universitas Putra Bangsa hingga saat berhasil menyelesaikannya.
4. Bapak Anton Prasetyo S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah membimbing dan meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Teman-teman dan rekan seperjuangan yang telah memberikan semangat, doa, serta kerja sama selama proses penulisan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh diskon, persepsi kemudahan dan *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini dilakukan pada pengguna *e-commerce* shopee pada masyarakat Kebumen. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner dengan menggunakan *google form*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Teknik analisa yang digunakan menggunakan bantuan program analisis *SPSS Versi 25 for Windows*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menunjukkan bahwa diskon berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan variabel *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, diskon, persepsi kemudahan dan *lifestyle* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci : Diskon, Persepsi Kemudahan, *Lifestyle*, Perilaku Konsumtif



ABSTRACT

This study aims to examine the influence of discounts, perceived convenience, and lifestyle on consumer behavior. This study was conducted among Shopee e-commerce users in the Kebumen community. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents. The data collection technique used multiple linear regression analysis. The analysis technique used was SPSS version 25 for Windows. The results of the study indicate that. Discounts significantly influence consumer behavior, perceived convenience significantly influences consumer behavior, and lifestyle significantly influences consumer behavior. Discounts, perceived convenience, and lifestyle variables simultaneously and significantly influence consumer behavior

Keywords: discounts, perceived convenience, lifestyle, consumer behavior



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Diskon, Persepsi kemudahan dan *Lifestyle* Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *e-commerce* Shopee Pada Masyarakat Kebumen”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Bisnis Digital, Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini menjadi salah satu tolak ukur dalam mengaplikasikan ilmu yang telah penulis peroleh selama masa perkuliahan ke dalam praktik nyata, khususnya dalam kegiatan penelitian ilmiah. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini terdapat berbagai tantangan dan hambatan. Namun, berkat bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

1. Bapak Anton Prasetyo S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah membimbing serta meluangkan waktu dan pikirannya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan, membimbing, memotivasi, serta berjuang sepenuh hati demi pendidikan dan masa depan anak-anaknya agar kelak menjadi pribadi yang berilmu dan berakhlak mulia.
3. Seluruh dosen dan segenap civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan pengalaman yang berharga selama masa studi.

4. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan data yang sangat penting dalam kelangsungan penelitian ini.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, tetapi telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bentuk bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah Swt. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Kebumen, 31 Juli 2025

Penulis,



Mohamad Salim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	16
BAB II	18
KAJIAN PUSTAKA	18
2.1. Landasan Teori	18
2.1.1. Perilaku Konsumtif	18
2.1.2. Diskon	23
2.1.3. Persepsi Kemudahan	25
2.1.4. <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup)	26
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.3. Hubungan Antar Variabel	37

2.4. Model Empiris.....	41
2.5. Hipotesis.....	42
BAB III.....	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	43
3.1.1. Objek Penelitian	43
3.1.2. Subjek Penelitian	43
3.2. Variabel Penelitian.....	43
3.3. Definisi Operasional Variabel	44
3.4. Instrumen Atau Alat Pengumpulan Data.....	48
3.5. Data Dan Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1. Data	50
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	51
3.6. Populasi Penelitian Dan Sampel Penelitian.....	52
3.6.1. Populasi Penelitian	52
3.6.2. Sampel Penelitian	52
3.7. Teknik Analisis Data	54
3.7.1. Analisis Deskriptif	54
3.7.2. Analisis Statistika	55
3.8. Alat Analisis Data	55
3.8.1. Uji Validitas dan Realibilitas	55
3.8.2. Uji Asumsi Klasik	56
3.8.3. Analisis Regresi Berganda.....	58
3.8.4. Uji Hipotesis	59
3.8.5. Koefisien Determinasi (R^2).....	61
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1. Gambaran Umum	62
4.1.1. Gambaran Umum Pt. Shopee	62
4.1.2. Visi Dan Misi Pt. Shopee	63
4.2. Analisis Deskriptif.....	63
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	64

4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Berbelanja Dalam Satu Bulan	66
4.3. Analisis Statistik	66
4.3.1. Uji Validitas.....	67
4.3.2. Uji Reliabilitas	69
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	70
4.3.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.3.5. Uji Hipotesis	75
4.3.6. Uji Koefisien Deteminasi.....	77
4.4. Pembahasan.....	78
BAB V.....	83
SIMPULAN.....	83
5.1. Simpulan.....	83
5.2. Keterbatasan Penelitian	83
5.3. Implikasi	84
5.3.1. Implikasi Praktis	84
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak 2024	4
Tabel I- 2 Penggunaan E-commerce di Kebumen.....	6
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III- 1 Indikator Dan Distribusi Variabel Kinerja Pada Kuesioner	46
Tabel III- 2 Distribusi Variabel Diskon.....	47
Tabel III- 3 Distribusi Variabel Persepsi Kemudahan.....	47
Tabel III- 4 Distribusi Variabel <i>Lifestyle</i>	48
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Berbelanja Dalam Satu Bulan.....	66
Tabel IV- 4 Uji Validitas Variabel Diskon.....	67
Tabel IV- 5 Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan.....	68
Tabel IV- 6 Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i>	68
Tabel IV- 7 Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif.....	69
Tabel IV- 8 Uji Reliabilitas Variabel.....	70
Tabel IV- 9 Uji Normalitas.....	71
Tabel IV- 10 Uji Multikolineritas	71
Tabel IV- 11 Uji Glejser Sub.....	73
Tabel IV- 12 Regresi Linier Berganda	74
Tabel IV- 13 Uji t	75
Tabel IV- 14 Uji F (simultan).....	77
Tabel IV- 15 Uji Koefisien Determinasi.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia dari Tahun 2018 sampai 2024	2
Gambar II- 1 KERANGKA BERPIKIR.....	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Data Pribadi Responden
Lampiran III	Tabulasi Responden
Lampiran IV	Uji Validitas
Lampiran V	Uji Realibilitas
Lampiran VI	Uji Multikolinearitas, Uji Regresi Linear Berganda, Uji t
Lampiran VII	Uji F
Lampiran VIII	Uji Determinasi
Lampiran IX	Uji Heteroskedastisitas
Lampiran X	Normalitas
Lampiran XI	Tabel R
Lampiran XII	Tabel T
Lampiran XIII	Tabel F
Lampiran XVI	Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran XVII	Kartu Bimbingan Skripsi

