

**PENGARUH *HEDONIC VALUE* DAN *UTILITARIAN VALUE*
TERHADAP *BUYING DECISION* PADA CV CAHAYA
LISTRIK MANDIRI SUNGAILIAT**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**NAMA : KELVIN HANDOKO
NIM : 302 15 11 039**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG**

2019



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kelvin Handoko
NIM : 302 15 11 039
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : "Pengaruh *Hedonic Value* dan *Utilitarian Value* terhadap *Buying Decision* pada CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat"

Pembimbing Utama

Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP.197903152012121005

Pembimbing Pendamping

Christianingrum, S.Pd., M.M.
NIP. 198704022014042001

Balunijuk, 16 Mei 2019

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Hamsani, S.E., M.Sc.
NP. 506906008



PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**“PENGARUH *HEDONIC VALUE* DAN *UTILITARIAN VALUE*
TERHADAP *BUYING DECISION* PADA CV CAHAYA LISTRIK
MANDIRI SUNGAILIAT”.**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Kelvin Handoko
Nomor Induk Mahasiswa : 302 15 11 039

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada Tanggal 6 Agustus 2019 dan
telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Dewan Penguji :

Ketua

Dr. Hamsani, S.E., M.Sc
NP. 506906008

Anggota

Doni Yanuar, S.E., M.M.
NP. 0207017402

Anggota

Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP. 197903152012121005

Anggota

Christianingrum S.Pd., M.M
NIP. 198704022014042001

Balunijuk, 9 Agustus 2019
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hamsani, S.E., M.Sc
NP. 506906008

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini penulis menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh *Hedonic Value* dan *Utilitarian value* terhadap *Buying Decision* pada CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat” ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan referensi dan apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Balunijuk, 9 Agustus 2019

Penulis



Kelvin Handoko

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“OUR PARENTS ARE THE GREATEST GIFT IN A LIFE”

**‘ORANG TUA KITA ADALAH ANUGRAH TERBESAR DIDALAM SEBUAH
KEHIDUPAN’**

“WHERE THERE’S A WILL, THERE’S A WAY”

‘DIMANA ADA KEMAUAN, DISITULAH ADA JALAN’

“STOP DREAMING AND START DOING !”

‘BERHENTI BERKHAYAL DAN MULAI LAKUKAN !’

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini saya persembahkan untuk...

- Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dan memudahkan dalam menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
- Orang tua saya tercinta Mama Siau Phing dan Papa Handoko Effenly. Mama terima kasih untuk doa terbaik yang tiada hentinya selalu dipanjatkan dan yang setulus hati memberikan dukungan,

motivasi dan nasehat serta moril dan materil dalam setiap keadaan.

Untuk papa terima kasih atas supportnya selama ini.

- Adikku Vionita terima kasih atas support dan dukungannya selama ini.
- Sahabat terbaik yang selalu bersama-sama dari awal hingga lulus sekarang Kurnia Sandy, Ivan Pratama, Maulana Aprianto, Nico Martimbang, Oktavia Ratnasari, Nurhayati, Monica dan Ovina Mastira.
- Sahabatku Shella, Juwita, Cici, Melan, Sherren, Norry, Mona, Mincen, Doyok, Ayuy, Kiki, dan Jeffry terima kasih atas supportnya selama ini.
- Teman seperjuangan keluarga besar Manajemen 2.
- HIMAMA FE UBB, BEM FE UBB, dan GENBI BABEL yang telah menemani hari-hariku selama perkuliahan.
- Almamater kebanggaan ku, Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Kelvin Handoko 302 15 11 039 *Effects of Hedonic Value and Utilitarian Value on Buying Decision at CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat.*

The purpose of this study was to find out: 1) the effect of hedonic value on buying decisions at CV Cahaya Listrik Sungailiat; 2) the effect of utilitarian value on the buying decision at CV Cahaya Listrik Sungailiat; and 3) the influence of hedonic value and utilitarian value together on buying decisions at CV Cahaya Listrik Sungailiat.

This research can be categorized in quantitative research because the data obtained are in the form of numbers derived from questionnaires. The number of samples in this study were 170 respondents using the accidental sampling method. Data quality testing used is validity test and reliability test. The data analysis model is done using multiple linear regression, with the f test, t test and coefficient of determination.

The results of this study indicate: 1) hedonic value has a positive and significant effect on the buying decision, acceptable. This is evidenced by the significant value of the t test smaller than 0.05 and the calculated t value is greater than t table at 9.757; 2) utilitarian value has a positive and significant effect on the buying decision, acceptable. This is evidenced by the significant value of the t test smaller than 0.05 and the calculated t value is greater than t table of 5.661; 3) hedonic value and utilitarian value simultaneously have a positive and significant effect on the buying decision, acceptable. This is evidenced by the F value of 119.143 with a significant value of 0,000. The results of the analysis of the coefficient of determination (R²) shows the determination of R² in this study 58.8% and still remaining 41.2% other variables outside of this study which can still be developed for the next study.

Keywords: hedonic value, utilitarian value and buying decision.

ABSTRAK

Kelvin Handoko 302 15 11 039 Pengaruh *Hedonic Value* dan *Utilitarian Value* Terhadap *Buying Decision* Pada CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis : 1) pengaruh *hedonic value* terhadap *buying decision* pada CV Cahaya Listrik Sungailiat; 2) pengaruh *utilitarian value* terhadap *buying decision* pada CV Cahaya Listrik Sungailiat; dan 3) pengaruh *hedonic value* dan *utilitarian value* secara bersama-sama terhadap *buying decision* pada CV Cahaya Listrik Sungailiat.

Penelitian ini dapat dikategorikan dalam penelitian kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka yang berasal dari kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 170 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Pengujian kualitas data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Model analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda, dengan uji f, uji t dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan : 1) *hedonic value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *buying decision*, dapat diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan uji t lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 9,757; 2) *utilitarian value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *buying decision*, dapat diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan uji t lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 5,661; 3) *hedonic value* dan *utilitarian value* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *buying decision*, dapat diterima. Hal ini dibuktikan dengan nilai F sebesar 119,143 dengan nilai signifikan 0,000. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan determinasi R^2 pada penelitian ini 58,8% dan masih bersisa 41,2% variabel lain diluar penelitian ini yang masih bisa dikembangkan untuk penelitian berikutnya.

Kata kunci : *hedonic value, utilitarian value dan buying decision.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa puji dan syukur pada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung. Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Hedonic Value* dan *Utilitarian Value* terhadap *Buying Decision* pada CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat”.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini tepat waktu, yaitu:

1. Bapak Dr. Ir. Muhammad Yusuf, M.Si, selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Bapak Dr. Nizwan Zukhri, S.E., M.M, selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Kemahasiswaan.
3. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Bapak Dr. Hamsani, S.E., M.Sc, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
5. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan menyediakan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Christianingrum, S.Pd., M.M, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah berkenan menyediakan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staff Akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
8. CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat telah memberikan izin penulis melakukan penelitian serta informasi mengenai penelitian ini.
9. Keluarga Tercinta, Terutama Mama dan Papa Serta Adikku yang selalu memberi semangat, dukungan moral maupun materiil, motivasi dan doanya.

Saya ucapkan terimakasih lagi atas semua yang sudah mensupport, semoga hasil penelitian ini bisa sebagai pengetahuan yang dapat menumbuh kembangkan kemajuan dan dapat berguna bagi Universitas Bangka Belitung dan orang banyak.

Balunijuk, 9 Agustus 2019

Penulis

Kelvin Handoko

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12

2.1	Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.1	Pengertian Manajemen.....	12
2.1.2	Pengertian Pemasaran	12
2.1.3	Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2.2	Pengertian <i>Hedonic Value</i>	13
2.3	Pengertian <i>Utilitarian Value</i>	15
2.4	Keputusan Pembelian	15
2.4.1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.4.2.	Peran Konsumen Dalam Pembelian.....	16
2.4.3	Dimensi Keputusan Pembelian	17
2.5	Peneliti Terdahulu	18
2.6	Kerangka Pemikiran	23
2.6.1	Hubungan <i>Hedonic Value</i> terhadap <i>Buying Decision</i> pada CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat.....	24
2.6.2	Hubungan <i>Utilitarian Value</i> terhadap <i>Buying Decision</i> pada CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat.....	24
2.6.3	Hubungan <i>Hedonic Value</i> dan <i>Utilitarian Value</i> terhadap <i>Buying Decision</i> pada CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat.	24
2.7	Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN		26

3.1	Pendekatan Penelitian.....	26
3.2	Tempat dan Waktu	26
3.3	Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel.....	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.4.1	Jenis data	28
3.4.2	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.5.1	Definisi Operasional.....	29
3.5.2	Pengukuran Variabel.....	31
3.6	Teknik Analisis Data	32
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	32
3.6.2	Analisis Deskriptif	33
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.6.5	Uji Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran umum Objek Penelitian	39
4.1.1	Profil singkat	39

4.1.2	Visi dan Misi CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat.....	40
4.1.3	Struktur Organisasi CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat	41
4.2	Hasil Deskriptif Penelitian	41
4.2.1	Hasil Deskriptif Karakteristik Responden	41
4.2.2	Hasil Deskriptif Masing-masing Variabel	44
4.2.3	Rekapitulasi Deskriptif Variabel.....	67
4.3	Hasil Analisis Data.....	68
4.3.1	Uji Validitas.....	68
4.3.2	Uji Reliabilitas	70
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	70
4.3.4	Analisis Regresi Berganda.....	74
4.3.5	Uji t.....	75
4.3.6	Uji F	77
4.3.7	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.4	Pembahasan.....	78
4.4.1	Gambaran <i>Hedonic Value</i> , <i>Utilitarian Value</i> dan <i>Buying Decision</i>	79
4.4.2	Pengaruh <i>Hedonic Value</i> Terhadap <i>Buying Decision</i>	80
4.4.3	Pengaruh <i>Utilitarian Value</i> Terhadap <i>Buying Decision</i>	81
4.4.4	Pengaruh <i>Hedonic Value</i> dan <i>Utilitarian Value</i> Terhadap <i>Buying Decision</i>	81

BAB V PENUTUP	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
DAFTAR LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Alasan Berbelanja Konsumen.....	5
Tabel I.2	Perasaan Konsumen Setelah Berbelanja.....	6
Tabel I.3	Jenis Produk Yang Dibeli Konsumen.....	6
Tabel I.4	Pembelian Produk Dalam Kurun Waktu 1 Bulan Terakhir.....	7
Tabel I.5	Alasan Konsumen Melakukan Pembelian.....	7
Tabel II.1	Peneliti Terdahulu.....	19
Tabel III.1	Jumlah Pembeli.....	27
Tabel III.2	Definisi Opersional Dan Variabel Penelitian.....	30
Tabel III.3	Skala Likert.....	32
Tabel III.4	Kategori Skala.....	33
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasrakan Usia.....	42
Tabel IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
Tabel IV.4	Indikator Petualangan.....	44
Tabel IV.5	Indikator Sesuatu Yang Menarik Untuk Berbelanja.....	45
Tabel IV.6	Indikator Hobi.....	46
Tabel IV.7	Indikator Bersosialisasi.....	46

Tabel IV.8 Indikator Menambah Pengalaman	47
Tabel IV.9 Indikator Membuat Perasaan Lebih Baik	48
Tabel IV.10 Indikator Membutuhkan Produk	48
Tabel IV.11 Indikator Menghilangkan Stress	49
Tabel IV.12 Indikator Tren	50
Tabel IV.13 Indikator Memenuhi Kebutuhan.....	50
Tabel IV.14 Indikator Berbelanja Untuk Keluarga.....	51
Tabel IV.15 Indikator Kebutuhan Orang Lain.....	52
Tabel IV.16 Indikator Promosi	52
Tabel IV.17 Indikator Tawar-Menawar Harga	53
Tabel IV.18 Indikator Skala.....	54
Tabel IV.19 Indikator Rata-Rata Jawaban Responden Hedonic Value	54
Tabel IV.20 Indikator Satu Tempat Menyediakan Segalanya	55
Tabel IV.21 Indikator Saat Membutuhkan Sesuatu	56
Tabel IV.22 Indikator Menemukan Barang	56
Tabel IV.23 Indikator Puas	57
Tabel IV.24 Indikator Skala.....	58
Tabel IV.25 Indikator Rata-Rata Jawaban Responden Utilitarian Value ...	58

Tabel IV.26 Indikator Menyadari Adanya Kebutuhan	59
Tabel IV.27 Indikator Produk Sangat Baik.....	59
Tabel IV.28 Indikator Seudah Biasa Belanja Disini	60
Tabel IV.29 Indikator Rekomendasi Orang Terdekat.....	61
Tabel IV.30 Indikator Merekomendasikan Pada Teman	61
Tabel IV.31 Indikator Memenuhi Kebutuhan.....	62
Tabel IV.32 Indikator Produk Yang Tersedia Lengkap.....	63
Tabel IV.33 Indikator Kualitas Produk.....	63
Tabel IV.34 Indikator Garansi	64
Tabel IV.35 Indikator Kembali Lagi Untuk Berbelanja	65
Tabel IV.36 Indikator Kategori Skala.....	65
Tabel IV.37 Indikator Rata-Rata Jawaban Terhadap Buying Decision.....	66
Tabel IV.38 Indikator Rekapitulasi Deskriptif Variabel.....	67
Tabel IV.39 Indikator Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel IV.40 Indikator Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel IV.41 Indikator Hasil Uji Kalmogorov Smirnov	72
Tabel IV.42 Indikator Hasil Uji Multikolonieritas	73
Tabel IV.43 Indikator Hasil Regresi Berganda.....	74

Tabel IV.44 Indikator Hasil Analisis Uji T.....	76
Tabel IV.45 Indikator Hasil Analisis Uji F.....	77
Tabel IV.46 Indikator Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Pertumbuhan Ekonomi Bangka Belitung.....	2
Gambar I.2 Data Omset Penjualan.....	3
Gambar II.1 Kerangka Berpikir	23
Gambar IV.1 Struktur Organisasi CV Cahaya Listrik Mandiri Sungailiat .	41
Gambar IV.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .	42
Gambar IV.3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Gambar IV.4 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
Gambar IV.5 Hasil Uji Normalitas	71
Gambar IV.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74