

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN (*PERCEIVED USEFULNESS*),
PERSEPSI KESENANGAN (*PERCEIVED ENJOYMENT*),
DAN KESESUAIAN DENGAN GAYA HIDUP (*COMPATIBILITY WITH
LIFESTYLE*) TERHADAP SIKAP MEREK KONSUMEN (*BRAND
ATTITUDE*): TELAAH PADA *SHOPEE GAMES***

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

Arrahman Hajir

1910521021

Dosen Pembimbing:

Dr. Vera Pujani, SE, MM, Tech

Program Studi S1 Departemen Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Andalas

Padang

2023



No. Alumni Universitas

Arrahman Hajir

No. Alumni Fakultas

a) Tempat/Tanggal Lahir: Bukittinggi/ 13 Oktober 2000 , b) Nama Orang Tua: Usman c) Fakultas: Ekonomi dan Bisnis, d) Departemen: Manajemen, e) No Bp: 1910521021, f) Tanggal Lulus: 17 Februari 2023, g) Predikat Lulus: Dengan Pujian h) IPK: 3,73 i) Lama Studi: 3 Tahun 6 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Jl Padang Banyak No. 90 Kamp. Surau Kapau Padang Banyak, Sungai Pua, Kab. Agam

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN (*PERCEIVED USEFULNESS*), PERSEPSI KESENYANGAN (*PERCEIVED ENJOYMENT*), DAN KESESUAIAN DENGAN GAYA HIDUP (*COMPATIBILITY WITH LIFESTYLE*) TERHADAP SIKAP MEREK KONSUMEN (*BRAND ATTITUDE*): TELAAH PADA SHOPEE GAMES

Skripsi oleh Arrahman Hajir

Pembimbing: Dr. Vera Pujani, SE, MM, Tech

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kesenangan dan kesesuaian dengan gaya hidup terhadap sikap merek konsumen pada *Shopee Games*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa S1 se-Indonesia yang pernah menggunakan *Shopee Games*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada 140 orang responden. Kuisioner diukur dengan menggunakan skala likert 1-5. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *non-probability* dengan metode *purposive sampling*. Pengelolaan data penelitian dilakukan dengan *software* SPSS versi 29. Teknik pengujian data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel persepsi kegunaan, persepsi kesenangan dan kesesuaian dengan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap merek konsumen yang menggunakan *Shopee Games* pada merek *Shopee*.

Kata Kunci: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kesenangan, Kesesuaian dengan Gaya Hidup, Sikap Merek Konsumen

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 17 Februari 2023. Abstrak telah disetujui oleh :

| | | | |
|--------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Tanda Tangan | 1. | 2. | 3. |
| Nama Terang | Dr. Vera Pujani, SE, MM, Tech | Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D | Syafrizal, SE, ME, Ph.D |

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D
NIP. 197106242006041007

Tanda Tangan

Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus

| | Petugas Fakultas/Universitas | |
|------------------------|------------------------------|--------------|
| No. Alumni Fakultas | Nama | Tanda Tangan |
| No. Alumni Universitas | Nama | Tanda Tangan |