

**PENGARUH *HEDONIC* DAN *UTILITARIAN VALUE* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA APLIKASI *TOKOPEDIA*
(Survey Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Andalas)**



Diajukan Oleh:

M. IRFAN SYAH

1710526011

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2019

	No. Alumni Universitas:	M. IRFAN SYAH	No. Alumni Fakultas:
	a). Tempat / Tanggal Lahir: Bukittinggi / 27 Juni 1996 b). Nama Orang Tua: Syahdanur dan Fenny Arifin c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 1710526011 f). Tanggal Lulus: 16 Oktober 2019 g). IPK: 3,40 h). Prediksi Kelulusan: Sangat Memuaskan i). Lama Studi : 2 Tahun 2 Bulan j). Alamat Orang Tua: Jl. Sudirman No 148 Muaro Gambok Kab. Sijunjung.		

PENGARUH HEDONIC DAN UTILITARIAN VALUE TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA APLIKASI TOKOPEDIA

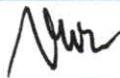
Skripsi S1 Oleh: M. Irfan Syah
Pembimbing : Asmi Abbas, SE. MM.

ABSTRAK

Pada era global seperti saat ini, kebutuhan seseorang akan kemudahan dalam melakukan segala kegiatan menjadi prioritas utama baik itu dalam pemenuhan kebutuhan pokok, sekunder dan tersier. nilai berbelanja berorientasi pada dua motivasi, yaitu *Utilitarian Value* dan *Hedonic*. Nilai *Utilitarian* mewakili untuk orientasi pada tugas yang harus dilakukan, sedangkan nilai *Hedonic* mengungkapkan kepuasan diri seseorang dan pergaulan seseorang dengan pengalaman berbelanja. Hadirnya *Tokopedia* sebagai aplikasi yang memudahkan seseorang dalam melakukan *online shopping*, serta banyaknya promosi yang ditawarkan kepada para pengguna. Dengan hadirnya *e-commerce* seperti *tokopedia* menyebabkan meningkatnya perilaku *hedonic* dan *utilitarian value* terhadap *purchase intention*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *spss 16,0*. Data yang digunakan berupa data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada responden yang berjumlah 110 orang yang menjadi sampel pada penelitian ini. Metode dalam pengambilan sampel pada penelitian ini bersifat *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *hedonic* dan *utilitarian value* terhadap *purchase intention* pada aplikasi *tokopedia*.

Keyword: *hedonic, utilitarian value, purchase intention.*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal 16 Oktober 2019. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Asmi Abbas, SE. MM.	Dr. Eri Besra, SE. MM.	Dr. Verinita, SE. M.Si

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE. M.Si
NIP. 197208262003122004


Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

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