

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
PERILAKU BERBELANJA ONLINE PADA KONSUMEN YANG  
MENGUNAKAN JASA TITIP ELLY SANDRA  
KABUPATEN ENDE**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**OLEH**

**LIDYA MURDI YANI LELU  
2019410731**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS FLORES**

**ENDE**

**2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

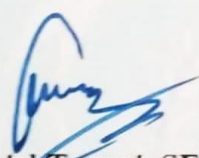
Nama : LIDYA MURDI YANI LELU  
Nim : 2019410731  
Judul : PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP PERILAKU BERBELANJA ONLINE PADA  
KONSUMEN YANG MENGGUNAKAN JASA TITIP ELLY  
SANDRA KABUPATEN ENDE

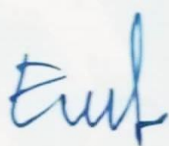
Ende, 14 September 2024

Telah Diuji dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Flores

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Gabriel Tanusi, SE.,M.Si  
NIDN.0827067101

  
Maria Endang Jamu, SE.,MM  
NIDN. 0814109101

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores

  
Maria Endang Jamu, SE.,MM  
NIDN. 0814109101

## LEMBAR PENGESAHAN

Telah Diterima dan Disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 14 September 2024



Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc.  
NIDN. 0826097401



Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

Maria Endang Jamu, SE., MM  
NIDN. 0814109101

### Dewan Penguji:

1. Lambertus Langga, SE., M.Sc  
NIDN. 0825077101

2. Santy Permata Sari, S.AB., MM  
NIDN. 0829069001

3. Maria Helena Carolinda Dua Mea, SS., MM  
NIDN. 0831108301

4. Maria Endang Jamu, SE., MM  
NIDN. 0814109101

5. Gabriel Tanusi, SE., M.Si  
NIDN.0827067101

1. ....

2. ....

3. ....

4. ....

5. ....



**UNIVERSITAS FLORES**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul : **“Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandrakabupaten Ende”** Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 14 September 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. bila kemudian terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 14 September 2024  
Yang Memberi Pernyataan



**Lidya Murdi Yani Lelu**  
**2019410731**

## **MOTTO**

***“YAKINLAH BAHWA AKAN SELALU ADA HARAPAN BAGI MEREKA YANG  
SENANTIAYA BERDOA, PERCAYALAH BAHWA AKAN SELALU ADA JALAN  
BAGI MEREKA YANG BERUSAHA”***

***BY: LIDYA LELU***

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa maka dengan kerendahan hati peneliti mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Ucapan rasa syukur yang tak terhingga dan terimakasih kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini hingga terselesaikan.
2. Kedua orangtuaku tercinta Bapak Yustinus Angi dan Mama Yuliana Setia terima kasih atas segala doa, dukungan, pengorbanan, cinta dan kasih sayang yang selalu diberikan sehingga saya berada dititik ini.
3. Yang tersayang kakak Elsa Angi, kakak Nita Angi, Kakak Orin Angi, Dartin, Adik Ifan Angi, dan Geral serta seluruh keluarga yang selalu mensupport dan membantu saya dalam menempuh pendidikan ini.
4. Teristimewa sahabat- sahabatku Linda Fono, Melan Teme, Andi Gou dan Ritno Gagi yang selalu ada dan telah memberikan dukungan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
5. Yang tercinta Ritno Gagi yang selalu mensupport dalam penulisan skripsi ini.
6. Yang tercinta Kakak Evarista, Kakak Anita, Erna, Yuni, Adik Kris dan Vantris yang selalu mensupport dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak Gabriel Tanusi, SE., M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Almamaterku tercinta Universitas Flores.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya serta Pertolongan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende” penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Flores.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaa. Walaupun sangat sederhana, tanpa bantuan dari berbagai pihak pastinya peneliti akan mengalami berbagai macam kesulitan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Willybrordus Lanamana, S.E., M.M.A., selaku Rektor Universitas Flores Ende yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu pengetahuan pada lembaga tercinta Universitas Flores Ende.
2. Bapak Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc. selaku Dekan dan Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada lembaga tercinta Universitas Flores.
3. Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen bersama staf Universitas Flores.
4. Bapak Gabriel Tanusi,SE.,M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan

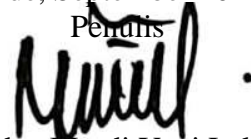
tenaga untuk membimbing dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak /ibu Dosen Program Stidu Manajemen yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kepada pemilik dan karyawan Jasa Titip Elly Sandra yang telah membantu dan mendorong penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Almamaterku Tercinta Universitas Flores Ende.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaa akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi yang sederhana ini bisa dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Ende, September 2024

Penulis



Lidya Murdi.Yani Lelu  
2019410731



## ABSTRAK

**Lidya Murdi Yani Lelu, Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende. Skripsi. Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores.**

**Pembimbing 1: Gabriel Tanusi, SE.,M.Si**

**Pembimbing 2: Maria Endang Jamu, SE.,MM**

---

Penelitian ini Bertujuan; (1) Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku berbelanja online pada konsumen yang menggunakan jasa titip Elly Sandra. (2) Untuk mengetahui harga terhadap perilaku berbelanja online pada konsumen yang menggunakan jasa titip Elly Sandra. (3) Untuk mengetahui kepercayaan terhadap perilaku berbelanja online pada konsumen yang menggunakan jasa titip Elly Sandra.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini Menggunakan Rumus *Cochran*, maka responden yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan dokumentasi dengan teknik analisis data, Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik, Uji normalitas, Uji multikolinearitas, Uji heteroskedastisitas, Analisis linear berganda, Uji hipotesis,

Hasil penelitian ini : (1) Hasil statistik uji regresi variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ), terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende (Y), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,887 artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  1,98609 dan nilai signifikan  $0,005 < 0,05$  maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Gaya Hidup terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende(Y). (2) Hasil statistik uji regresi variabel Harga ( $X_2$ ), terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende (Y), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,723 Artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  1,98609 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. Terdapat pengaruh variabel Harga ( $X_2$ ) secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende (Y). (3) Hasil statistik uji regresi variabel Kepercayaan ( $X_3$ ), terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende (Y), nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,832 Artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  1,98609 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti. Terdapat pengaruh variabel Kepercayaan ( $X_3$ ) secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende (Y).

***Kata Kunci : Gaya Hidup, Harga, Kepercayaan, Terhadap Perilaku Berbelanja Online***

## ABSTRACT

**Lidya Murdi Yani Lelu, The Influence of Lifestyle, Price and Trust on Online Shopping Behavior of Consumers Using Elly Sandra's Personal Shopping Service, Ende Regency. Thesis.Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Flores.**

**Supervisor 1: Gabriel Tanusi, SE.,M.Si**

**Supervisor 2: Maria Endang Jamu, SE., MM**

---

This study aims; (1) To determine the influence of lifestyle on online shopping behavior of consumers using Elly Sandra's personal shopping service. (2) To determine the price on online shopping behavior of consumers using Elly Sandra's personal shopping service. (3) To determine trust in online shopping behavior of consumers using Elly Sandra's personal shopping service.

This study is a quantitative study. The sample in this study uses the Cochran Formula, so the respondents used as samples in this study are 96 respondents. Data were collected by questionnaires and documentation with data analysis techniques, Validity test, Reliability test, Classic assumption test, Normality test, Multicollinearity test, Heteroscedasticity test, Multiple linear analysis, Hypothesis test,

The results of this study: (1) The statistical results of the regression test of the Lifestyle variable (X1), on Online Shopping Behavior in Consumers Using Elly Sandra's Titip Service, Ende Regency (Y), the t-value is 2.887, meaning  $t\text{-value} > t\text{-table } 1.98609$  and a significant value of  $0.005 < 0.05$ , it can be concluded that the hypothesis is accepted and proven. There is a positive and significant influence of the Lifestyle variable on Online Shopping Behavior in Consumers Using Elly Sandra's Titip Service, Ende Regency (Y). (2) The statistical results of the regression test of the Price variable (X2), on Online Shopping Behavior of Consumers Using Elly Sandra's Consignment Services in Ende Regency (Y), the t-value is 4.723. This means that  $t\text{-value} > t\text{-table } 1.98609$  and the significant value is  $0.000 < 0.05$ , so it can be concluded that the hypothesis is accepted and proven. There is a positive and significant influence of the Price variable (X2) on Online Shopping Behavior of Consumers Using Elly Sandra's Consignment Services in Ende Regency (Y). (3) The statistical results of the regression test of the Trust variable (X3), on Online Shopping Behavior of Consumers Using Elly Sandra's Consignment Services in Ende Regency (Y), the t-value is 3.832. This means that  $t\text{-value} > t\text{-table } 1.98609$  and the significant value is  $0.000 < 0.05$ , so it can be concluded that the hypothesis is accepted and proven. There is a positive and significant influence of the Trust variable (X3) on Online Shopping Behavior in Consumers Who Use Elly Sandra's Delivery Service in Ende Regency (Y).

**Keywords: *Lifestyle, Price, Trust, on Online Shopping Behavior***

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Pengertian manajemen pemasaran .....	8
2.1.3 Konsep pemasaran .....	9
2.2 Gaya hidup .....	9

2.2.1 Pengertian gaya hidup .....	9
2.2.2 Faktor gaya hidup.....	9
2.2.3 Indikator gaya hidup .....	10
2.3 Harga.....	11
2.3.1 Pengertian harga.....	11
2.3.2 Faktor harga .....	11
2.3.3 Indikator harga .....	12
2.4 Kepercayaan.....	12
2.4.1 Pengertian kepercayaan.....	12
2.4.2 Faktor kepercayaan .....	13
2.4.3 Indikator kepercayaan .....	13
2.5 Belanja <i>Online</i> .....	14
2.5.1 Pengertian belanja <i>online</i> .....	14
2.5.2 Faktor belanja <i>online</i> .....	14
2.5.3 Indikator belanja <i>online</i> .....	15
2.6 Penelitian Terdahulu .....	16
2.7 Kerangka Pemikiran.....	17
2.8 Pengembangan Hipotesis .....	18
2.8.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra .....	18
2.8.2 Pengaruh Harga Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra .....	19
2.8.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	22

3.2 Lokasi Penelitian.....	22
3.3 Populasi dan Sampel .....	22
3.3.1 Populasi.....	22
3.3.2 Sampel.....	22
3.4 Teknik pengambilan sampel .....	24
3.5 Definisi operasional variable .....	24
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.6.1 Jenis data .....	25
3.6.2 Sumber data.....	26
3.7 Teknik pengumpulan data.....	26
3.7.1 Dokumentasi .....	26
3.7.2 Kuesioner .....	27
3.8 Instrumen Penelitian .....	27
3.9 Teknik analisis data.....	27
3.9.1 Uji validitas .....	27
3.9.2 Uji reliabilitas .....	28
3.10 Uji asumsi klasik .....	28
3.10.1 Uji normalitas.....	28
3.10.2 Uji multikolinearitas.....	29
3.10.3 Uji heteroskedastisitas.....	29
3.10.4 Analisis linear berganda.....	29
3.10.5 Uji hipotesis .....	30
3.10.6 Koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	32

4.1.1 Deskripsi Responden.....	32
4.2 Uji Instrument Penelitian .....	38
4.2.1 Uji Validitas .....	38
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	40
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.3.1 Uji Normalitas .....	42
4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	43
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	44
4.4 Uji Hipotesis .....	44
4.4.1 Hipotesis Pertama .....	44
4.4.2 Hipotesis Kedua .....	46
4.4.3 Hipotesis Ketiga.....	48
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	50
4.5.1 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende .....	50
4.5.2 Pengaruh Harga terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende .....	52
4.5.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende .....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel.1.1 Konsumen yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende Tahun 2023.....	4
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu .....	16
Tabel 3.1 Definisi operasional variable .....	25
Tabel 3.2 Skala likert .....	27
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan .....	35
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	37
Tabel 4.6 Tabel Uji Validitas.....	39
Tabel 4.7 Tabel Uji Realiabilitas .....	40
Tabel 4.8. Uji Normalitas Data.....	42
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas .....	43
Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas .....	44
Tabel 4.11. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende .....	45
Tabel 4.12. Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende.....	46
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Harga Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende .....	47
Tabel 4.14. Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Harga Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende .....	48



Tabel 4.15. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende.....	49
Tabel 4.16. Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Konsumen Yang Menggunakan Jasa Titip Elly Sandra Kabupaten Ende.....	50

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	17
Digram 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Usia .....	33
Digram 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	35
Digram 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	37
Digram 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Pendapatan .....	38