

**PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN GENERASI X
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA
ONLINE DI KOTA YOGYAKARTA**

TESIS

**Disusun Dalam Rangka Memenuhi Persyaratan
Program Studi Magister Administrasi Bisnis**



Oleh:

**VIRA INNAYAH SIREGAR
14030120410002**

**MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

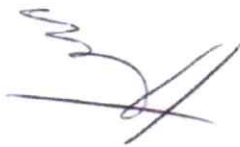
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Vira Innayah Siregar
NIM : 14030120410002
Judul : Perubahan Perilaku Konsumen Generasi X Terhadap
Keputusan Pembelian Secara *Online* di kota
Yogyakarta
Nama Program Studi : Magister Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui

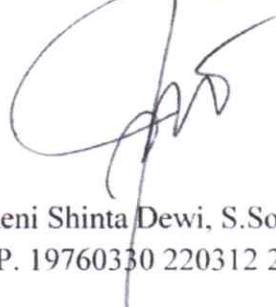
Semarang, 16 Juni 2022

Pembimbing 1



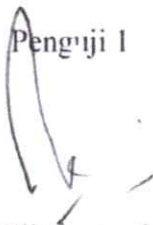
Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si
NIP. 19570611 198303 2 001

Pembimbing 2



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si
NIP. 19760330 220312 2 001

Penguji 1



Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si
NIP. 19750315 200801 1 014

Penguji 2



Dr. Widiartano, S.Sos, M.AB
NIP. 19620412 198902 2 001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunianya hingga seluruh manusia dapat merasakan kasih sayangNya selama berada di dunia, Shalawat dan salam juga kita berikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan kebenaran agar manusia dapat menjadi insan yang bertaqwa dihadapan Allah subhanahu wa ta'ala. Alhamdulillah, ucapan syukur yang tiada henti saya ucapkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala karena berkat rahmatNya saya dapat menyelesaikan thesis yang berjudul **“Perubahan Perilaku Konsumen Generasi X Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Kota Yogyakarta”**. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyusun thesis.
2. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.si selaku Ketua Program Studi Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang memberikan kesempatan kepada saya untuk menyusun thesis.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos,M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan arahan dalam penyusunan thesis ini
4. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.si selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan arahan dalam penyusunan thesis ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Seluruh responden atas ketersediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan
7. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu

Apabila dalam penyusunan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga thesis ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 16 Juni 2022
Pembuat Pernyataan

Vira Innayah Siregar
NIM. 14030120410002

ABSTRAK

Perubahan Perilaku Konsumen Generasi X Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Kota Yogyakarta. Oleh: Vira Innayah Siregar. NIM: 14030120410002. Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro

Era revolusi industri 4.0 merupakan fase revolusi teknologi yang mengubah cara manusia dalam berbagai skala kehidupan. Perkembangan teknologi yang pesat di era revolusi teknologi 4.0 mendorong terjadinya perubahan pada perilaku konsumen. Generasi X tumbuh di masa dimana teknologi adalah suatu kebaruan. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *the SHIFT framework* terhadap niat pembelian secara *online* dan keputusan pembelian secara *online* Generasi X di Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Bentuk penelitian yang digunakan adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis dan uji F. data yang telah lulus uji diolah dengan *software* SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 26.0 for windows.

Adapun temuan yang didapati dari hasil penelitian ini yaitu *the SHIFT framework* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perubahan perilaku konsumen Generasi X di Kota Yogyakarta terhadap niat pembelian dan keputusan pembelian tetapi didapati juga walaupun mayoritas responden telah melakukan peralihan dalam metode berbelanja tetapi hal ini tidak serta merta memberikan kepuasan bagi Generasi X dikarenakan semakin tinggi usia seseorang maka semakin rendah pula pengetahuan mereka mengenai kebaruan teknologi. Temuan ini dapat dijadikan sebuah saran bagi pelaku bisnis dalam meningkatkan fitur serta fasilitas dalam berbelanja secara *online* agar seluruh generasi dapat terus melakukan pembelian secara *online*.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Generasi X, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Shift in the X Generation Consumer Behavior Towards Online Buying Decision in Yogyakarta. By: Vira Innayah Siregar. NIM: 14030120410002. Masters Program in Business Administration, Diponegoro University

The 4.0 industrial revolution is a phase of technological revolution which changes humanities ways on various scales in life. The rapid development of technology in the 4.0 industrial revolution causes a shift in consumer's behavior. The X Generation grew up in the time where technology is a novelty. Therefore, this research is conducted to find out how the SHIFT framework impacts the X Generation's intention and decision in online shopping. This research uses 100 respondents. The form of research used is explanatory with quantitative approach which includes validity test, reliability test, classic assumption test, paired sample t-test which is accompanied by multiple linear regression analysis, hypothesis testing and F test which have passed the processed test using the 26.0 version of SPSS (Statistic Product and Service Solution) software for windows.

This research results finds that the SHIFT framework positively and significantly impacts the shifting behavior of the X Generation from Yogyakarta on intention and decision in buying even though the majority of respondents have done a transition in shopping method and didn't give satisfaction to the X Generation because the older someone becomes means the less their knowledge in technology novelties are. This finding can be a suggestion for entrepreneurs to improve their facilities in online buying to make sure every generation can continue to buy online.

Keywords : Consumer Behavior, The X Generation, Buying Decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Keaslian Penelitian	13
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Teoritis	15
1.5.2 Manfaat Sosial	115
1.6 Tinjauan Pustaka	15
1.7 Kerangka Teori	19
1.7.1 Perilaku Konsumen	19
1.7.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	19
1.7.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19
1.7.1.3 Model Perilaku Konsumen	20
1.7.1.4 Jenis-Jenis Perilaku Pembelian Konsumen	21
1.7.2 Keputusan Pembelian	23
1.7.2.1 Definisi Keputusan Pembelian	23
1.7.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	24
1.7.2.3 Tipe Keputusan Pembelian	26
1.7.2.4 Proses Keputusan Pembelian	27
1.7.2.5 <i>Theory of Planned Behavior</i>	28
1.7.2.6 Niat	29
1.7.3 Generasi X	31
1.7.3.1 Definisi Generasi X	31
1.7.3.2 Karakteristik Generasi X	31
1.7.4 Sistem Pembelian	33
1.7.4.1 Pembelian Secara <i>Online</i>	33
1.7.4.2 Pembelian Secara Konvensional	34
1.8 Kerangka Pemikiran	37
1.9 Hipotesis	40
1.10 Definisi Konseptual dan Operasional	41
1.11 Metode Penelitian	45
1.11.1 Tipe Penelitian	45
1.11.2 Jenis, Sumber Data dan Skala Pengukuran	45
1.11.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	49

1.11.4 Teknik Pengumpulan Data	49
1.11.5 Teknik Analisis Data.....	50
1.11.5.1 Uji Instrument.....	50
1.11.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
1.11.5.3 Metode Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
1.11.5.4 Uji Hipotesis	52
BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN	
2.1 Generasi X di kota Yogyakarta	55
2.2 Data Responden	56
2.2.1 Identitas & Karakteristik Responden.....	56
BAB III HASIL PENELITIAN	
3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	61
3.2 Analisis dan Hasil Interpretasi Penelitian	67
3.2.1 <i>Attitude</i> (X_1)	67
3.2.1.1 <i>Individual Self</i> ($X_{1.1}$)	68
3.2.1.2 <i>Feelings & Cognition</i> ($X_{1.2}$)	69
3.2.1.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Attitude</i> (X_1).....	71
3.2.1.4 Kategorisasi Variabel <i>Attitude</i>	72
3.2.2 <i>Subjective Norms</i> (X_2).....	74
3.2.2.1 <i>Social Influence</i> ($X_{2.1}$).....	75
3.2.2.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Subjective Norms</i> (X_2).....	76
3.2.2.3 Kategorisasi Variabel <i>Subjective Norms</i> (X_2)	77
3.2.3 <i>Perceived Behavior Control</i> (X_3)	79
3.2.3.1 <i>Habit Formation</i> ($X_{3.1}$).....	80
3.2.3.2 <i>Tangibility</i> ($X_{3.2}$).....	81
3.2.3.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Perceived Behavior Control</i> (X_3)	83
3.2.3.4 Kategorisasi Variabel <i>Perceived Behavior Control</i>	84
3.2.4 Keputusan Pembelian (Y)	86
3.2.4.1 Memutuskan Membeli Sesuatu Secara <i>Online</i> Karena Melihat Promosi Yang Ditawarkan.....	87
3.2.4.2 Memutuskan Berbelanja Secara <i>Online</i> Karena Efisiensi Biaya	87
3.2.4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	88
3.2.4.4 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	89
3.2.5 Niat (Y_1)	91
3.2.5.1 Transaksional.....	91
3.2.5.2 Referensi	93
3.2.5.3 Preferensial.....	94
3.2.5.4 Eksploratif	96
3.2.5.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Niat (Y_1).....	97
3.2.5.6 Kategorisasi Variabel Niat (Y_1)	99
3.3 Analisis Data	101

3.3.1 Uji Asumsi Klasik	101
3.3.1.1 Uji Normalitas	101
3.3.2 Metode Analisis Regresi Linear Berganda	106
3.3.3 Pengaruh <i>Attitude</i> (X_1), <i>Subjective Norms</i> (X_2), <i>Perceived Behavior Control</i> (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	110
3.3.3.1 Koefisien Korelasi	110
3.3.3.2 Koefisien Determinasi.....	111
3.3.3.3 Uji Parsial (Uji-t)	112
3.3.3.4 Uji F	113
3.3.4 Pengaruh <i>Attitude</i> (X_1), <i>Subjective Norms</i> (X_2), <i>Perceived Behavior Control</i> (X_3) Terhadap Niat (Y_1)	114
3.3.4.1 Uji Koefisien Korelasi	114
3.3.4.2 Koefisien Determinasi.....	115
3.3.4.3 Uji Parsial (Uji-t)	115
3.3.4.4 Uji F	115
 BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	118
4.2 Pembahasan	122
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Saran.....	125
 DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN 1	133
LAMPIRAN 2	136
LAMPIRAN 3	138