



**HUBUNGAN MOTIVASI PEMBELIAN *UTILITARIAN* DAN
MOTIVASI PEMBELIAN *HEDONIC* DENGAN *WILLINGNESS
TO BUY* PRODUK PIZZA DI PT.XYZ MELALUI APLIKASI
ONLINE FOOD DELIVERY DI BEKASI**

LAPORAN SKRIPSI

Disusun oleh :

INA ALIFAH

46118310028

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022



**HUBUNGAN MOTIVASI PEMBELIAN *UTILITARIAN* DAN
MOTIVASI PEMBELIAN *HEDONIC* DENGAN *WILLINGNESS
TO BUY* PRODUK PIZZA DI PT.XYZ MELALUI APLIKASI
ONLINE FOOD DELIVERY DI BEKASI**

LAPORAN SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Studi Psikologi**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun oleh :
INA ALIFAH
46118310028

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : Hubungan Motivasi Pembelian *Utilitarian* dan Motivasi Pembelian *Hedonic* dengan *Willingness to Buy* Produk Pizza di PT.XYZ melalui Aplikasi *Online Food Delivery* di Bekasi
Nama : Ina Alifah
NIM : 46118310028
Program : Program Studi Psikologi

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil **karya sendiri** dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 13 Januari 2023



Ina Alifah

UNIVERS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Ina Alifah
NIM : 46118310028
Program Studi : S1 Psikologi
Judul : Hubungan Motivasi Pembelian *Utilitarian* dan
Motivasi Pembelian *Hedonic* dengan
Willingness to Buy Produk Pizza di PT.XYZ
melalui Aplikasi *Online Food Delivery* di
Bekasi
Tanggal Sidang : 13 Januari 2021

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Psikologi, Program Pascasarjana Universitas Mercubuana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dina Syakina, M.Si
NIDN : 0306099001

Ketua Penguji : Dr. Antonius D.R. Manurung, M.Si
NIDN : 0305105904

Penguji : Ahmad Naufalul Umam, M.Si
NIDN : 0308069001

Jakarta, 13 Januari 2023
Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

(Dr. Setiawati Intan Savitri, M.Si)
NIDN: 0312047205

Kepala Program Studi Psikologi

(Karisma Riskinanti, M.Psi Psikolog)
NIDN: 0324068701

PSI 07210443



Please Scan QR Code Verify

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “**HUBUNGAN MOTIVASI PEMBELIAN UTILITARIAN DAN MOTIVASI PEMBELIAN HEDONIC DENGAN WILLINGNESS TO BUY PRODUK PIZZA DI PT.XYZ MELALUI APLIKASI ONLINE FOOD DELIVERY DI BEKASI**”. Tugas Akhir ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) pada Fakultas Psikologi di Universitas Mercu Buana.

Selain itu, tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai judul Tugas Akhir ini. Selama penulisan Tugas Akhir ini, penulis banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dina Syakina, S.Si, M.Si Psikolog selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam menyusun Skripsi ini.
2. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercubuana.
3. Dr. Setiawati Intan Savitri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
4. Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog selaku Kepala Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana
5. Prahastia Kurnia Putri, M.Psi, Psikolog, selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
6. Riezka Awaliah, M.Psi selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dari awal perkuliahan.

7. Dr. Irma Himmatul Aliyyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku Dosen Reviewer yang telah meluangkan waktunya untuk peneliti dalam melakukan review pada proposal penelitian yang akan dilakukan.
8. Customer di Pizza Hut yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian saya.
9. Bapak Suparno dan Ibu Sri Mulyasih selaku orang tua yang telah memberikan dukungan moral dan juga dukungan materil kepada penulis.
10. Muchammad Rivai sebagai Kakak yang membantu dan menasihati peneliti untuk tidak pantang menyerah dalam skripsi.
11. Denta, Ajeng, Kamilia dan Tari yang sudah sangat banyak membantu penulis untuk tetap semangat dalam menyelesaikan karya tulis ini.
12. Peneliti mengucapkan terimakasih banyak terhadap Sri Rahayu Ningsih sebagai sepupu, Rama Arifien sebagai pasangan dan Siti Soleha sebagai teman kerja yang paling akrab. Telah membantu dan menyebarkan kuisisioner peneliti ke teman-teman mereka yang bertempat tinggal di Bekasi.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir yang telah disusun ini masih jauh dari kata sempurna. Semua kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Jakarta, 13 Januari 2023

Penyusun,



Ina Alifah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ina Alifah
NIM : 46118310028
Program Studi : Psikologi
Judul Laporan Skripsi : Hubungan Motivasi Pembelian
Utilitarian dan Motivasi Pembelian
Hedonic dengan *Willingness to Buy*
Produk Pizza di PT.XYZ melalui
Aplikasi *Online Food Delivery* di
Bekasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak meyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Januari 2023

Yang menyatakan,



Ina Alifah

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN TUGAS AKHIR | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRACT | v |
| ABSTRAK | vii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | viii |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 <i>Willingnes To Buy</i> | 10 |
| 2.1.1 Definisi <i>Willingness to Buy</i> | 10 |
| 2.1.2 Faktor <i>Willingness to Buy</i> | 10 |
| 2.1.3 Dimensi <i>Willingnes To Buy</i> | 10 |
| 2.2 Motivasi Pembelian <i>Utilitarian</i> dan <i>Hedonic</i> | 11 |
| 2.2.1 Definisi Motivasi <i>Utilitarian</i> | 11 |
| 2.2.2 Faktor Motivasi <i>Utilitarian</i> | 12 |
| 2.2.3 Dimensi Motivasi Pembelian <i>Utilitarian</i> | 13 |
| 2.2.4 Definisi Motivasi Pembelian <i>Hedonic</i> | 13 |
| 2.2.5 Faktor Motivasi Pembelian <i>Hedonic</i> | 14 |
| 2.2.6 Dimensi Motivasi Pembelian <i>Hedonic</i> | 14 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 15 |

| | |
|---|-----------|
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 16 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu | 16 |
| BAB III | 23 |
| METODE PENELITIAN | 23 |
| 3.1 Metode dan Desain Penelitian | 23 |
| 3.2 Variabel Penelitian..... | 23 |
| 3.3 Definisi Operasional | 23 |
| 3.3.1 <i>Willingnes to Buy</i> | 23 |
| 3.3.2 Motivasi Pembelian <i>Utilitarian</i> | 24 |
| 3.3.3 Motivasi Pembelian <i>Hedonic</i> | 24 |
| 3.4 Populasi dan Sampel..... | 25 |
| 3.4.1 Populasi | 25 |
| 3.4.2 Sampel Penelitian | 25 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 25 |
| 3.5.1 Teknik Pengumpulan Data Primer | 25 |
| 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder | 26 |
| 3.6 Instrumen Penelitian | 26 |
| 3.6.1 Alat Ukur <i>Willingnes to Buy</i> | 26 |
| 3.6.2 Alat Ukur Motivasi Pembelian <i>Utilitarian</i> | 27 |
| 3.6.3 Skoring..... | 28 |
| 3.7 Uji Coba Instrumen..... | 29 |
| 3.7.1 Hasil Uji Validitas | 29 |
| 3.7.2 Hasil Uji Reliabilitas | 31 |
| BAB IV | 33 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 33 |
| 4.1 Gambaran Umum Responden Penelitian..... | 33 |
| 4.1.1 Jenis Kelamin | 33 |
| 4.1.2 Usia..... | 34 |
| 4.1.3 Pekerjaan | 35 |
| 4.1.4 Penggunaan Aplikasi | 36 |
| 4.1.5 Harga Pengeluaran/Besaran Pengeluaran | 36 |
| 4.1.6 Rata-Rata Pembelian Perbulan | 37 |
| 4.2 Analisis Data..... | 38 |
| 4.2.1 Analisa Deskriptif Empirik..... | 38 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2.2 Analisa Deskriptif Hipotetik..... | 39 |
| 4.3 Kategorisasi Data..... | 40 |
| 4.3.1 Uji Normalitas | 42 |
| 4.3.2 Uji Hipotesis | 42 |
| 4.4 Uji Analisis Tambahan | 46 |
| 4.4.1 Korelasi Antar Demografi | 46 |
| 4.4.2 Korelasi Demografi Dengan <i>Utilitarian</i> | 47 |
| 4.4.3 Korelasi Demografi dengan <i>Hedonic</i> | 48 |
| 4.4.4 Korelasi Demografi dengan <i>Willingness to Buy</i> | 50 |
| 4.5 Uji Beda | 51 |
| 4.5.1 Uji Beda Jenis Kelamin | 51 |
| 4.5.2 Uji Beda Berdasarkan Usia..... | 52 |
| 4.6 Pembahasan | 52 |
| BAB V | 60 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 60 |
| 5.1 Kesimpulan | 60 |
| 5.2 Saran | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA | 62 |
| LAMPIRAN | 65 |

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... | 23 |
|-------------------------------------|----|



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1. 1 Uji Pilot Reliabilitas <i>Willingness to Buy</i> | 74 |
| Lampiran 1. 2 Uji Pilot Reliabilitas <i>Hedonic</i> | 74 |
| Lampiran 1. 3 Uji Pilot Reliabilitas <i>Utilitarian</i> | 74 |
| Lampiran 1. 4 Uji Turun Lapangan Reliabilitas <i>WTB</i> | 74 |
| Lampiran 1. 5 Uji Turun Lapangan Reliabilitas <i>Hedonic</i> | 74 |
| Lampiran 1. 6 Uji Turun Lapangan Reliabilitas <i>Utilitarian</i> | 75 |
| Lampiran 1. 7 Gambaran Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin | 75 |
| Lampiran 1. 8 Gambaran Subjek Berdasarkan Usia | 75 |
| Lampiran 1. 9 Gambaran Subjek Berdasarkan Pekerjaan | 75 |
| Lampiran 1. 10 Gambaran Subjek Berdasarkan Aplikasi | 76 |
| Lampiran 1. 11 Gambaran Besaran Pengeluaran | 76 |
| Lampiran 1. 12 Gambaran Subjek Pembelian Perbulan | 76 |
| Lampiran 1. 13 Kategorisasi Data <i>Hedonic</i> | 76 |
| Lampiran 1. 14 Kategorisasi Data <i>Utilitarian</i> | 77 |
| Lampiran 1. 15 Kategoriasi Data <i>Willingness to Buy</i> | 77 |
| Lampiran 1. 16 Uji Normalitas | 77 |
| Lampiran 1. 17 Hasil Korelasi <i>Utilitarian</i> dan <i>Hedonic</i> dengan <i>WTB</i> | 78 |
| Lampiran 1. 18 Hasil Korelasi <i>WTB</i> dengan Dimensi <i>Utilitarian</i> | 78 |
| Lampiran 1. 19 Hasil Korelasi <i>WTB</i> dengan Dimensi <i>Hedonic</i> | 79 |
| Lampiran 1. 20 Hasil Korelasi Demografi dengan <i>WTB</i> | 81 |
| Lampiran 1. 21 Hasil Uji Korelasi Demografi dengan <i>Hedonic</i> | 83 |
| Lampiran 1. 22 Hasil Uji Korelasi Demografi <i>Utilitarian</i> | 84 |
| Lampiran 1. 23 Uji Beda Jenis Kelamin Sample T-Test | 87 |
| Lampiran 1. 24 Uji Beda Usia ANOVA | 88 |
| Lampiran 1. 25 Uji Beda Pekerjaan ANOVA | 89 |
| Lampiran 1. 26 Uji Beda Aplikasi ANOVA | 90 |
| Lampiran 1. 27 Uji Beda Rata-Rata Pemesanan Perbulan | 91 |
| Lampiran 1. 28 Uji Beda Besaran Pengeluaran | 92 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 17 |
| Tabel 3. 1 Blue Print Alat Ukur Motivasi Pembelian <i>WTB</i> | 30 |
| Tabel 3. 2 Blue Print Alat Ukur Motivasi Pembelian <i>Utilitarian</i> | 30 |
| Tabel 3. 3 Blue Print Alat Ukur Motivasi Pembelian <i>Hedonic</i> | 31 |
| Tabel 3. 4 Skoring Skala <i>Likert</i> | 32 |
| Tabel 3. 5 <i>Expert Judgement</i> | 33 |
| Tabel 3. 6 Uji Pilot | 35 |
| Tabel 3. 7 Uji Turun Lapangan | 35 |
| Tabel 4. 1 Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 37 |
| Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia | 38 |
| Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan | 39 |
| Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Aplikasi | 40 |
| Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Harga Pengeluaran | 41 |
| Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian PerBulan . | 42 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Deskriptif Empirik | 43 |
| Tabel 4. 8 Analisa Deskriptif Hipotetik | 44 |
| Tabel 4. 9 Kategorisasi Data <i>Willingness to Buy</i> | 45 |
| Tabel 4. 10 Kategorisasi Data <i>Utilitarian</i> | 45 |
| Tabel 4. 11 Kategorisasi Data <i>Hedonic</i> | 46 |
| Tabel 4. 12 Korelasi antar Variabel | 48 |
| Tabel 4. 13 Korelasi Variabel <i>Willingness to Buy</i> dengan Dimensi <i>Utilitarian</i> | 49 |
| Tabel 4. 14 Korelasi Variabel <i>Willingness to Buy</i> dengan Dimensi <i>Hedonic</i> | 51 |
| Tabel 4. 15 Korelasi Demografi <i>Utilitarian</i> | 52 |
| Tabel 4. 16 Korelasi Demografi <i>Hedonic</i> | 54 |
| Tabel 4. 17 Korelasi Demografi <i>Willingness to Buy</i> | 56 |
| Tabel 4. 18 Uji Beda Jenis Kelamin | 58 |
| Tabel 4. 19 Uji Beda Usia | 59 |