

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES ONLINE, SHOPPING  
LIFESTYLE, DAN PERCEIVED OF RISK (PERSEPSI  
RESIKO) TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION  
SECARA ONLINE  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Gen Z)**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
MUMUN MUNAWAROH  
NIM: 112010906**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES ONLINE, SHOPPING  
LIFESTYLE, DAN PERCEIVED OF RISK (PERSEPSI  
RESIKO) TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION  
SECARA ONLINE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Gen Z)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen



**OLEH:**  
**MUMUN MUNAWAROH**  
**NIM: 112010906**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

## **PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi:

Nama Mahasiswa : Mumun Munawaroh  
NIM : 112010906  
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Akses Online, Shopping Lifestyle, Dan Perceived Of Risk (Persepsi Resiko) Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Gen Z)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 21 Juli 2024  
Pembimbing,



Syahrul Alim, S.TP., M.M.  
0423037003

SKRIPSI

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES ONLINE, SHOPPING  
LIFESTYLE, DAN PERCEIVED OF RISK (PERSEPSI  
RESIKO) TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION  
SECARA ONLINE  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA GEN Z)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:  
Mumun Munawaroh  
112010906

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

Ketua Penguji,  
Langgeng Sri Handayani.,S.E.,M.M.,D.B.A  
NIDN: 0407056902

Tanda Tangan



Anggota Penguji  
Yos Soejarminto, S.E.,M.M.  
NIDN: 0430067801

Tanda Tangan



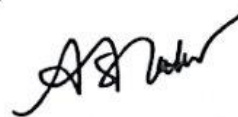
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.  
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.  
NIDN: 0404046508

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mumun Munawaroh  
NIM : 112010906  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tugas Akhir/Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tugas Akhir/Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 21 Juli 2024



Mumun Munawaroh

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

“Jangan percaya siapapun kecuali Tuhan, dan jangan andalkan siapapun kecuali dirimu sendiri”.

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”  
(Q.S Al-Baqarah: 286)

"Keberhasilan bukan milik orang pintar. Keberhasilan milik mereka yang terus berusaha"  
(B. J. Habibie)

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat dan salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan cahaya dalam kehidupan di dunia ini, semoga syafa'at Beliau selalu menyertai penulis. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta kasih kepada:

1. Ayahanda, Ibunda tercinta, kakakku dan adikku tersayang serta seluruh keluarga besar yang senantiasa selalu mendoakan dan menginginkan yang terbaik untuk saya.
2. Bapak Syahrul Alim, S.TP., M.M selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan telah sabar dalam membimbing saya dalam menyusun tugas akhir/skripsi sampai selesai.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang senantiasa selalu memberikan ilmu pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.
4. Teman-teman yang turut serta selalu membantu dan berjuang bersama menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kemudahan Akses Online, Shopping Lifestyle, Dan Perceived Of Risk (Persepsi Resiko) Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Gen Z)”. Penyusunan tugas Akhir/Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Starta Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan agar bisa dalam menyusun skripsi dengan lancar.
2. Bapak Syahrul Alim, S.TP., M.M selaku dosen pembimbing Utama yang telah sabar membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, dan berikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E.,M.Sc. dan Bapak Wachid Hasyim., S.E., M.M. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Tugas Akhir/Skripsi Mahasiswa.
4. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil terhadap penulis.
5. Bapak Hamzah Muhammad M.,SKM.,M.M. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati serta membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi

penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.

7. Orang tua saya tercinta yang telah membesarkan, mendidik, serta mendoakan saya dengan penuh kesabaran, keteladanan, serta pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman. Aamiin Yaa Rabbal 'alamin.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas diskusi, saran serta semangat yang diberikan.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saya sangat mengharapkan kritik serta saran. Semoga tugas akhir/skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 21 Juli 2024

Penulis,

Mumun Munawaroh



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Minat Beli.....	16
2.1.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	17
2.1.1.2 Indikator Minat Beli .....	19
2.1.2 Kemudahan Akses Online.....	20
2.1.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Akses Online....	21
2.1.2.2 Indikator Kemudahan Akses Online .....	22
2.1.3 Shopping Lifestyle .....	23
2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Shopping Lifestyle .....	24
2.1.3.2 Indikator Shopping Lifestyle.....	25
2.1.4 Perceived of Risk.....	25
2.1.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Perceived of Risk.....	26
2.1.4.2 Indikator Perceived of Risk .....	28
2.2 Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Hipotesa dan Model Penelitian .....	33
2.3.1 Hipotesa .....	33
2.3.2 Model Penelitian.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	36
3.1.1 Jenis penelitian.....	36
3.1.2. Desain Penelitian.....	36
3.2 Waktu Penelitian .....	39

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.3.1 Definisi Operasional Variabel .....	39
3.3.2 Skala Pengukuran Variabel .....	44
3.4 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel .....	45
3.5 Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data.....	46
3.5.1 Jenis Data.....	46
3.5.2 Sumber Data.....	46
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6 Metode Analisis Data .....	47
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	47
3.6.2. Analisis Structural Equation Modeling- Partial Least Square (SEM-PLS) .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Analisis Deskriptif .....	48
4.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	50
4.2.1 Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ) .....	51
4.2.2 Validitas Diskriminan ( <i>Dicriminant Validity</i> ).....	53
4.2.3 Uji Reliabilitas ( <i>Reliability</i> ).....	56
4.3 Hasil Model Struktural (Inner Model) .....	57
4.4 Pengujian Hipotesis .....	58
4.5 Pembahasan .....	59
4.5.1 Pengaruh Kemudahan Akses Online Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online .....	59
4.5.2 Pengaruh Shopping Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online.....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	39
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.3 Bobot Penilaian Skala Likert .....	45
Tabel 4.2 Hasil Outer Loading.....	51
Tabel 4.3 Nilai Variabel Diskriminan.....	53
Tabel 4.4 Nilai Cross Loadings.....	54
Tabel 4.5 Nilai Fornell Larcker Criterion .....	55
Tabel 4.6 Nilai Composite Reability.....	56
Tabel 4.7 Nilai Cronbach Alpha .....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji R-Square .....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data peningkatan jumlah pengguna internet global.....	1
Gambar 1.2 Data lamanya orang Indonesia menghabiskan waktu internet.....	2
Gambar 1.3 Data seberapa sering negara ASEAN belanja online.....	4
Gambar 1.4 Data produk paling diminati saat belanja online.....	5
Gambar 1.5 Data produk paling diminati saat belanja online di sosial media.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	35
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Diagram Profil Responden Berdasarkan Usia.....	48
Gambar 4.2 Diagram Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4.3 Diagram Profil Responden Berdasarkan .....	50
Gambar 4.4 Evaluasi Inner Model .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data peningkatan jumlah pengguna internet global .....	73
Lampiran 2 Data lamanya orang Indonesia menghabiskan waktu internet .....	73
Lampiran 3 Data seberapa sering negara ASEAN belanja online .....	73
Lampiran 4 Data produk paling diminati saat belanja online .....	74
Lampiran 5 Data produk paling diminati saat belanja online di sosial media .....	74
Lampiran 6 Mapping Jurnal .....	75
Lampiran 7 Lembar Kuesioner .....	99
Lampiran 8 Hasil Kuesioner 100 Responden.....	103
Lampiran 9 Karakteristik Responden.....	108
Lampiran 10 Hasil Olah Data .....	109
Lampiran 11 Hasil Turnitin.....	112
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup.....	114

**THE INFLUENCE OF EASE OF ONLINE ACCESS, SHOPPING  
LIFESTYLE, AND PERCEIVED RISK ON THE INTEREST IN BUYING  
FASHION PRODUCTS ONLINE  
(A Case Study On Gen Z Students)**

Mumun Munawaroh<sup>1</sup>  
Syahrul Alim<sup>2</sup>

***Abstract***

*The ease of internet access in today's digital era has changed the way consumers shop, especially among Generation Z, known as digital natives. This generation is more familiar with technology and tends to utilise online platforms for various activities, including shopping. Interest in buying fashion products online is increasing among Gen Z students, influenced by various factors such as ease of online access, shopping lifestyle, and perception of risk. This study aims to determine the effect of ease of online access, shopping lifestyle and perceived of risk on the interest in buying fashion products online among Gen Z students. This research uses quantitative methods. The number of samples used in this study were 100 respondents by distributing questionnaires to Gen Z students who actively shop online. This research uses the SmartPLS 4.0 analysis tool. This study obtained results showing that the variable ease of online access has a positive and significant effect on the interest in buying fashion products online, the shopping lifestyle variable has no effect and is insignificant to online buying interest, and the perceived risk variable has a positive and significant effect on online buying interest.*

***Keywords:*** *Ease of Online Access, Shopping Lifestyle, Perceived Risk, Online Buying Interest*

- 1) Mumun Munawaroh
- 2) Syahrul Alim, S.TP., M.M.

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES ONLINE, SHOPPING LIFESTYLE,  
DAN PERCEIVED OF RISK (PERSEPSI RESIKO) TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK FASHION SECARA ONLINE  
(Studi kasus pada mahasiswa gen Z)**

Mumun Munawaroh<sup>1</sup>  
Syahrul Alim<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Kemudahan akses internet di era digital saat ini telah mengubah cara konsumen berbelanja, terutama di kalangan generasi Z yang dikenal sebagai digital natives. Generasi ini lebih terbiasa dengan teknologi dan cenderung memanfaatkan platform online untuk berbagai kegiatan, termasuk berbelanja. Minat beli produk fashion secara online semakin meningkat di kalangan mahasiswa Gen Z, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan akses online, gaya hidup berbelanja, dan persepsi terhadap risiko. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari kemudahan akses online, shopping lifestyle dan perceived of risk terhadap minat beli produk fashion secara online dikalangan mahasiswa Gen Z.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Gen Z yang aktif melakukan kegiatan berbelanja secara online. Penelitian ini menggunakan alat analisis SmartPLS 4.0.

Penelitian ini memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses online berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk fashion secara online, variabel shopping lifestyle tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli online, dan variabel perceived of risk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli online.

**Kata Kunci:** Kemudahan Akses Online, Shopping Lifestyle, Perceived Of Risk, Minat Beli Online