

**PENGARUH *UTILITARIAN VALUE*, *HEDONIC VALUE*, DAN *CUSTOMER PREFERENCE* TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION* TAS MEREK EIGER**

(STUDI PADA KOMUNITAS FACEBOOK IKATAN PENDAKI GUNUNG JAWA TIMUR)

SKRIPSI



SITI LAILATUL UMARO

2017.69.10.0014

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN  
2021

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Utilitarian Value*, *Hedonic Value* dan *Customer Preference* terhadap *Behavior Intention* (Studi pada Komunitas Facebook Ikatan Pendaki Gunung Jawa Timur)

Disusun Oleh : Siti Lailatul Umaro

NIM : 201769100014

Fakultas : Ilmu sosial dan Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji

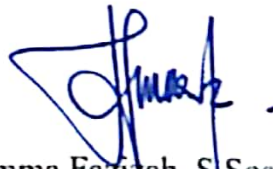
Pasuruan, 13 Agustus 2021

menyetujui,

**Kaprodi,**



**Pembimbing,**



(Amma Fazizah, S.Sos., M.AB)

NIP.Y. 0691103040

## TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DIDEPAN PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN,  
PADA:

HARI : RABU

TANGGAL : 18 AGUSTUS 2021

JAM : 12.00 WIB

JUDUL : Pengaruh *Utilitarian Value*, *Hedonic Value*, dan *Customer Preference* terhadap *Behavior Intention* Tas Merek Eiger pada Komunitas Ikatan Pendaki Gunung Jawa Timur

## DINYATAKAN LULUS

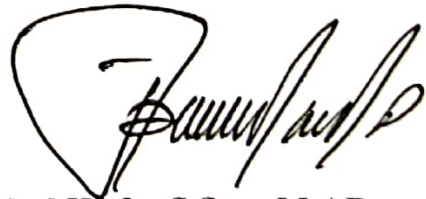
### MAJELIS PENGUJI

PENGUJI UTAMA



Dr. Kholid Murtadho, S.E., M.E  
NIP.Y 0690203006

PENGUJI 1



Miftahul Huda, S.Sos., M.AB  
NIP.Y 0691508056

### MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



Dr. Anyurwatul wusko, S.Sos., M.AB  
NIP.Y 0691103037

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Lailatul Umaro  
NIM : 201769100014  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul : Pengaruh *Utilitarian Value, Hedonic Value, dan Customer Preference* terhadap *Behavior Intention* Tas Merek Eiger (Studi pada Komunitas Facebook Ikatan Pendaki Gunung Jawa Timur)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan maupun pikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 13 Agustus 2021

Yang menyatakan,

  
Siti Lailatul Umaro

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini ku persembahkan untuk kedua orang tuaku, Ayah dan Ibu yang selalu sabar, serta kasih sayang dalam merawat, membiayai, dan mendidik hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.*

*Seluruh keluarga besarku, terima kasih telah mendoakan dan mendukungku dengan segenap hati*

## MOTTO

Pertama,  
nikmatilah

Kedua,  
bertahanlah

Ketiga,  
jika kamu berdiri hingga saat terakhir,  
maka kamu akan memenangkan apapun  
yang terjadi

^ ^  
-

~~Laila

## CURICULUM VITAE

Nama : Siti Lailatul Umaro  
Tempat, tanggal lahir : Pasuruan, 23 April 1999  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Kepulungan - Gempol, Pasuruan  
Kontak Person : 085648268124  
Status : Belum Kawin  
Email : [slailatulumaro@yahoo.com](mailto:slailatulumaro@yahoo.com)

### RIWAYAT PENDIDIKAN

Sekolah Dasar : SDN Kepulungan III  
SLTP : MTS Darut Taqwa 02  
SLTA : MA Darut Taqwa  
Perguruan Tinggi : Universitas Yudharta Pasuruan

Foto 3x4



**PENGARUH *UTILITARIAN VALUE*, *HEDONIC VALUE*, DAN *CUSTOMER PREFERENCE* TERHADAP *BEHAVIOR INTENTION* PRODUK TAS MEREK EIGER  
(Studi pada Komunitas Facebook Ikatan Pendaki Gunung Jawa Timur)**

Oleh

Siti Lailatul Umaro  
NIM, 201769100014

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Utilitarian Value*, *Hedonic Value*, dan *Customer Preference* terhadap *Behavior Intention* tas merek Eiger. Sampel pada penelitian ini adalah anggota komunitas Facebook ‘Ikatan Pendaki Gunung Jawa Timur’. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 105 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner tentang *Utilitarian Value*, *Hedonic Value*, *Customer Preference*, dan *Behavior Intention*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Utilitarian Value* dan *Hedonic Value* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Behavior Intention*. Sedangkan *Customer Preference* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*. Hasil uji F menunjukkan bahwa *Utilitarian Value*, *Hedonic Value*, dan *Customer Preference* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*.

Kata Kunci : *Utilitarian Value*, *Hedonic Value*, *Customer Preference*, *Behavior Intention* .



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Utilitarian Value, Hedonic Value, dan Customer Preference* terhadap *Behavior Intention* Tas Merek Eiger”. Skripsi ini disusun sebagai syarat menyelesaikan studi strata satu (S1), Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari sebelumnya, telah mendapat banyak bimbingan, dukungan serta dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga, dan pikirannya. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Romo K.H Sholeh Bahrudin selaku pengasuh Yayasan Pondok Pesantren Ngalah yang senantiasa membingbing kami, baik jasmani maupun rohani.
2. Bapak Dr. Kholid Murtadlo S.E., M.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Ibu Ani Urwatul Wusko S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
4. Ibu Nur Azizah S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
5. Ibu Amma Fazizah S.Sos, M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan ilmunya kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Kedua orang tua serta keluarga besar saya yang selalu mendoakan dan selalu memberikan yang terbaik dari segala aspek.
7. Teman – teman yang telah memberikan semangat dan turut memberi masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi kedepannya.

Pasuruan, 13 Agustus 2021  
Penulis,

Siti Lailatul Umaro

## DAFTAR ISI

Tanda Persetujuan Skripsi.....	i
Tanda Pengesahan.....	ii
Pernyataan Keaslian Tulisan.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Motto.....	v
Riwayat Hidup.....	vi
Abstrak.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar isi.....	x
Daftar tabel.....	xii
Daftar gambar.....	xiv
<b>Bab I Pendahuluan</b>	
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	8
1.3 Tujuan penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian.....	9
<b>Bab II Tinjauan pustaka</b>	
2.1 Kajian teoritik.....	10
2.2 Penelitian terdahulu.....	20
2.3 Hubungan antar variabel.....	40
2.4 Model hipotesis penelitian.....	43
2.5 Hipotesis Penelitian.....	44
<b>Bab III Metode Penelitian</b>	
3.1 Jenis penelitian.....	45
3.2 Lokasi penelitian.....	45
3.3 Variabel dan pengukuran.....	46
3.4 Populasi dan sampel.....	53
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	56
3.6 Uji instrumen.....	56

3.7 Uji asumsi klasik.....	58
3.8 Teknik analisis data.....	59
3.9 Uji hipotesis .....	60
<b>Bab IV Hasil dan pembahasan</b>	
4.1 Gambaran umum perusahaan.....	62
4.2 Analisis statistik deskriptif.....	65
4.3 Uji instrumen.....	79
4.4 Uji asumsi klasik.....	81
4.5 Analisis Regresi linier Berganda.....	87
4.6 Pengujian hipotesis .....	89
4.7 Pembahasan .....	95
<b>Bab V Penutup</b>	
5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Saran.....	102
Daftar pustaka .....	104
Lampiran .....	111

## DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Hal
1.1	Merek <i>Outdoor</i> Rekomendasi Backpacker Indonesia.....	7
2.1	Penelitian Terdahulu .....	32
3.1	Definisi Operasional Variabel <i>Utilitarian Value</i> .....	47
3.2	Definisi Operasional Variabel <i>Hedonic Value</i> .....	48
3.3	Definisi Operasional Variabel <i>Customer Preference</i> .....	49
3.4	Definisi Operasional Variabel <i>Behavior Intention</i> .....	50
3.5	Likert Scala .....	52
4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Asal Daerah .....	66
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	67
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	69
4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.6	Distribusi Responden Berdasarkan Status.....	71
4.7	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	71
4.8	Distribusi Responden Berdasarkan Pembelian .....	72
4.9	Distribusi Responden Berdasarkan Perolehan Informasi Produk ...	73
4.10	Hasil uji Statistik Deskriptif .....	74
4.11	Distribusi Jawaban Resonden Variabel <i>Utilitarian Value</i> .....	74
4.12	Distribusi Jawaban Resonden Variabel <i>Hedonic Value</i> .....	75
4.13	Distribusi Jawaban Resonden Variabel <i>Customer Preference</i> .....	77
4.14	Distribusi Jawaban Resonden Variabel <i>Behavior Intention</i> .....	78
4.15	Hasil Uji Validitas .....	80
4.16	Hasil Uji Reliabilitas .....	81
4.17	Hasil One Sample Kolmogrov Smirnov Test (X1-Y).....	83
4.18	Hasil One Sample Kolmogrov Smirnov Test (X2-Y) .....	83
4.19	Hasil One Sample Kolmogrov Smirnov Test (X3-Y) .....	84
4.20	Hasil Uji Multikolinieritas .....	86

4.21 Hasil Uji Autokorelasi.....	87
4.22 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	88
4.23 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	90
4.24 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	93
4.25 Hasil Koefisien Determinasi .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Keterangan	Hal
1.	Pangsa Pasar Tas Gunung di Indonesia Tahun 2016 .....	6
2.	Model Hipotesis Qomariah Gladis Oktaviani .....	21
3.	Model Hipotesis Arief Sosiawan dan I Kadek Oka Swartana .....	22
4.	Model Hipotesis Lamidi dan MD Rahadhini .....	23
5.	Model Hipotesis Windah Estrilia Somba, Sunary, dan Mugiono ...	24
6.	Model Hipotesis Miranti Widya Pramita dan Aulia Danibrata.....	25
7.	Model Hipotesis Afina Putri Cholifaturrosida Kholid Mawardi Aniesa Samira Bafadhal .....	27
8.	Model Hipotesis Kevin Khuana .....	28
9.	Model Hipotesis Ruth Kristina, Dr. Hartono Subagio, M.M.....	29
10.	Model Hipotesis Lili Adi Wibowoa, dkk .....	30
11.	Model Hipotesis Sinta Diana Sari .....	31
12.	Model Hipotesis penelitian .....	43
13.	Logo Perusahaan .....	62
14.	Tas Carrier Eiger .....	65
15.	Tas Cruiser Eiger.....	65
16.	Tas X-Roadtrip Eiger .....	65
17.	Tas Habile Eiger.....	65
18.	Hasil Uji Normalitas .....	82
19.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	85