



**EKSPLORASI PERILAKU KONSUMEN MAHASISWA
GENERASI Z UNIVERSITAS NGUDI WALUYO PADA
OFFLINE STORE DAN ONLINE STORE DI ERA DIGITAL**

SKRIPSI

Oleh :

MARVINA EUNIKE ISWANTO

NIM. 204212012

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :
EKSPLORASI PERILAKU KONSUMEN MAHASISWA GENERASI Z
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO PADA *OFFLINE STORE* DAN *ONLINE*
***STORE* DI ERA DIGITAL**

Oleh :
Marvina Eunike Iswanto
204212012

PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

Telah Diperiksa Dan Disetujui Oleh Pembimbing Serta Telah Diperkenankan
Untuk Diujikan

Dosen Pembimbing



Jaya Ramadacy Bangsa, S.E.,M.M
(NIDN : 0623039201)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

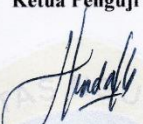
**EKSPLORASI PERILAKU KONSUMEN MAHASISWA GENERASI Z
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO PADA OFFLINE STORE DAN ONLINE
STORE DI ERA DIGITAL**

Oleh :
Marvina Eunike Iswanto
204212012

Telah dipertahankan dan diujikan didepan Tim Penguji Skripsi Program Studi
S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi, Hukum Dan Humaniora, Universitas Ngudi
Waluyo, pada :

Hari : *Senin*
Tanggal : *4 Agustus 2025*


Ketua Penguji


Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M
(NIDN :0623059302)

Anggota/ Penguji 1



Abdul Aziz, S.E., M.M
(NIDN : 0626019301)

Anggota/ Penguji 2


Jaya Ramadaey Bangsa, S.E.,M.M
(NIDN : 0623039201))

Mengetahui,

Ketua Program Studi Bisnis Digital


Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M
(NIDN :0623059302)

**Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum Dan
Humaniora**



Budiati, S.Pd., M.Pd
(NIDN : 0607038201)

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Marvina Eunike Iswanto
NIM : 204212012
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi, Hukum dan Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir berjudul **“EKSPLOKASI PERILAKU KONSUMEN MAHASISWA GENERASI Z UNIVERSITAS NGUDI WALUYO PADA OFFLINE STORE DAN ONLINE STORE DI ERA DIGITAL”** adalah hasil karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun di Perguruan Tinggi manapun
2. Tugas akhir ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibimbing dan dibantu oleh tim pembimbing dan narasumber.
3. Skripsi/Karya Tulis Ilmiah ini tidak memuat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan kecuali secara tertulis dicantumkan dalam naskah sebagai acuan dengan menyebut nama pengarang dan judul aslinya serta dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dan sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, 8 Agustus 2025



(Marvina Eunike Iswanto)

HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marvinia Eunike Iswanto

NIM : 204212012

Program Studi : S1 Bisnis Digital

Menyatakan memberi kewenangan kepada Universitas Ngudi Waluyo untuk menyimpan, mengalih media /format, merawat mempublikasikan skripsi saya yang berjudul “EKSPLOKASI PERILAKU KONSUMEN MAHASISWA GENERASI Z UNIVERSITAS NGUDI WALUYO PADA *OFFLINE STORE* DAN *ONLINE STORE* DI ERA DIGITAL” untuk kepentingan akademik.

Ungaran, 8 Agustus 2025



(Marvinia Eunike Iswanto)

RIWAYAT HIDUP

Nama : Marvina Eunike Iswanto
Tempat, Tanggal Lahir : Purworejo, 10 Maret 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Desa Ngandagan, RT. 003/ RW. 002, Kecamatan Pituruh, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah, Indonesia
Agama : Kristen
Alamat E-mail : marvinaeunikeiswanto@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. TK Melati Mekar Ngandagan (2008-2009)
2. Sekolah Dasar Negeri Pituruh (2009-2015)
3. Sekolah Menengah Pertama Negeri 20 Purworejo (2015-2018)
4. Sekolah Menengah Kejuruan Kesehatan Purworejo (2018-2021)
5. S1 Bisnis Digital-Universitas Ngudi Waluyo (2022- 2025)

Riwayat Organisasi

1. OSIS SMP N 20 Purworejo sebagai seksi kesenian (2017-2018)
2. Dewan Penggalang SMP N 20 Purworejo sebagai anggota (2017-2018)
3. Dewan Ambalan SMK Kesehatan Purworejo sebagai pemangku adat (2020-2021)

Pengalaman Lain

1. Pernah Bekerja di PT. Ungaran Indah Busana (2022-2023)
2. Pernah Magang di PT. Kuda Hitam Express (2024)

MOTTO

"Aku pernah takut melangkah sendiri, tapi justru dalam kesendirian itu aku belajar menjadi kuat dan hari ini, aku berdiri dengan keberanian yang tak pernah kupikir bisa kumiliki."

Marvina Eunike Iswanto

"Sebab Allah tidak memberikan kepada kita roh ketakutan, melainkan roh yang membangkitkan kekuatan, kasih dan ketertiban."

(2 Timotius 1:7)

"Tetapi kamu, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu!"

(2 Tawarikh 15:7)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Eksplorasi Perilaku Konsumen Mahasiswa Generasi Z Universitas Ngudi Waluyo Pada *Offline Store Dan Online Store Di Era Digital*”**

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital pada Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, Sang Sumber Hikmat dan Penuntun Hidup. Atas kasih dan anugerah-Nya yang tak berkesudahan, penulis diberikan kekuatan, kesehatan, serta keteguhan hati dalam menjalani setiap proses penyusunan skripsi ini. Dalam setiap tantangan dan keraguan, kasih Tuhan selalu menjadi penghiburan dan sumber semangat yang tak pernah padam. Segala kemuliaan hanya bagi nama-Nya.
2. Prof. Dr. Subyantoro., M. Hum., sebagai Rektor Universitas Ngudi Waluyo.
3. Budiati, S.Pd., M.Pd, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo.
4. Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M, sebagai Ketua Program Studi S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo.
5. Jaya Ramadaey Bangsa, S.E.,M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan petunjuk kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini sampai selesai.
6. Ari Siswati, S.Kom., S.M., M.M, selaku dosen pembimbing akademik.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo yang telah membantu penulis selama perkuliahan.

8. Terimakasih kepada Ayah tercinta, Edy Iswanto, atas doa, kerja keras, dukungan, dan kasih sayang yang telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi.
9. Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Ibu tercinta, Sri Sumiati, atas cinta, doa, dan ketulusan yang tak pernah putus. Kesabaran, kelembutan, serta kehangatan Ibu dalam mendampingi penulis telah menjadi sumber kekuatan dan ketenangan. Pengorbanan dan kasih sayang Ibu sangat berarti dalam setiap langkah hingga tercapainya pencapaian ini.
10. Terima kasih kepada kakak tercinta, Yason Reeza Iswanto, dan adik tersayang, Jossua Imanuel Iswanto, atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang selalu menguatkan. Canda tawa dan perhatian kalian menjadi sumber motivasi berharga bagi penulis dalam menghadapi setiap tantangan dan terus melangkah menuju cita-cita.
11. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada teman-teman terdekat: Ilham, Nadya, dan Relyta, yang telah mendampingi penulis dalam menjalani proses penulisan skripsi dari awal hingga akhir. Terima kasih atas kebersamaan, semangat, tawa, serta dukungan yang tak ternilai selama masa kuliah. Persahabatan dan perjalanan yang kita lalui bersama akan selalu menjadi kenangan berharga yang penulis simpan dengan penuh rasa syukur.
12. Tak lupa, penulis ingin memberikan apresiasi yang tulus kepada diri sendiri, Marvina Eunike Iswanto, yang telah berjuang dengan penuh keteguhan hati. Terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah, meskipun menghadapi rasa sakit, kekecewaan, dan berbagai tantangan lainnya. Dalam setiap langkah, penulis belajar untuk bangkit kembali dan terus berjalan maju, dengan mengandalkan kekuatan dan penyertaan dari Tuhan Yesus. Terima kasih untuk keberanian, ketabahan, dan iman yang tidak goyah.

ABSTRAK

EKSPLORASI PERILAKU KONSUMEN MAHASISWA GENERASI Z UNIVERSITAS NGUDI WALUYO PADA *OFFLINE STORE* DAN *ONLINE STORE* DI ERA DIGITAL

Marvina Eunike Iswanto

Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora

Universitas Ngudi Waluyo

marvinaeunikeiswanto@gmail.com

Dosen Pembimbing :

Jaya Ramadaey Bangsa, S.E.,M.M

jayaramadaeybangsa@unw.ac.id

Era digital telah membawa perubahan signifikan pada perilaku belanja Generasi Z, termasuk mahasiswa Universitas Ngudi Waluyo. Pergeseran dari toko fisik ke platform daring menjadi fenomena yang menonjol, di mana mahasiswa mempertimbangkan berbagai faktor seperti kemudahan, harga, kepercayaan, kenyamanan, kepuasan, dan loyalitas dalam menentukan kanal belanja yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku belanja mahasiswa Generasi Z di Universitas Ngudi Waluyo pada toko *offline* dan *online store*. Fokus kajian meliputi perbandingan preferensi kedua kanal, eksplorasi pengalaman belanja, serta identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pilihan mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam terhadap mahasiswa. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk menemukan pola perilaku serta faktor pendorong keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki perilaku belanja ganda. *Online store* dipilih karena kemudahan akses, fleksibilitas waktu, dan banyaknya promosi yang ditawarkan. Sementara itu, *offline store* tetap menjadi pilihan utama ketika mahasiswa ingin memastikan kualitas produk melalui interaksi langsung. Preferensi belanja ini bersifat kontekstual, bergantung pada kebutuhan dan pengalaman sebelumnya. *Online store* unggul dalam aspek fleksibilitas dan harga, sedangkan *offline store* menonjol pada kualitas layanan dan kepastian produk. Faktor-faktor yang memengaruhi pilihan tersebut mencakup aspek psikologis, situasional, serta pengaruh sosial dan budaya.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Generasi Z, *Online Store*, *Offline Store*, *Fashion*

ABSTRACT

EXPLORATION OF THE CONSUMER BEHAVIOR OF GENERATION Z STUDENTS AT NGUDI WALUYO UNIVERSITY IN OFFLINE AND ONLINE STORES IN THE DIGITAL AGE

Marvina Eunike Iswanto

Faculty of Economics, Law, and Humanities

Ngudi Waluyo University

marvinaeunikeiswanto@gmail.com

Advisor :

Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M

jayaramadaeybangsa@unw.ac.id

The digital era has brought significant changes to the shopping behavior of Generation Z, including students at Ngudi Waluyo University. The shift from physical stores to online platforms has become a prominent phenomenon, with students considering various factors such as convenience, price, trust, comfort, satisfaction, and loyalty in determining which shopping channel to use. This study aims to analyze the shopping behavior of Generation Z students at Ngudi Waluyo University in both offline and online stores. The focus of the study includes comparing preferences between the two channels, exploring shopping experiences, and identifying factors influencing student choices. The research method used is descriptive qualitative through in-depth interviews with students. The collected data was then analyzed to identify patterns of behavior and factors driving purchasing decisions. The results of the study indicate that Generation Z exhibits dual shopping behavior. Online stores are chosen for their ease of access, flexibility of time, and the abundance of promotions offered. Meanwhile, offline stores remain the primary choice when students want to ensure product quality through direct interaction. These shopping preferences are contextual, depending on needs and previous experiences. Online stores excel in terms of flexibility and price, while offline stores stand out for their service quality and product certainty. The factors influencing these choices include psychological, situational, and social and cultural influences.

Keywords: Consumer Behavior, Generation Z, Online Store, Offline Store, Fashion

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP.....	6
MOTTO	7
KATA PENGANTAR	8
ABSTRAK.....	10
DAFTAR ISI.....	12
DAFTAR TABEL.....	14
DAFTAR GAMBAR	15
DAFTAR LAMPIRAN.....	16
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Teori Yang Digunakan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Lokasi dan Periode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Subyek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.

4.1. Gambaran Umum.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Informan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Generasi Z Mahasiswa.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Pelaku Usaha.....	Error! Bookmark not defined.
4.3. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

- Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 1 data informan (mahasiswa generasi Z) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 2 Data Informan (Pelaku Usaha).....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian (Konsumen Gen Z) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 4 Instrumen Penelitian (Pelaku Usaha *Online*)..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 5 Instrumen Penelitian (Pelaku Usaha *Offline*)..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 6 Instrumen Penelitian (Pelaku Usaha *Offline & Online*) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 1 Latar Belakang Program Studi.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 2 Indikator Psikologis (Subfokus Persepsi terhadap Kualitas Produk)
.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 3 Indikator Psikologis (Subfokus Motivasi Pembelian)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 4 Pembelajaran dari Pengalama Belanja..**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 5 Sikap dan Kepribadian Mahasiswa Gen Z dalam Pembelian *Fashion*
.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 6 Kondisi Lingkungan Tempat Berbelanja **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 7 Waktu Pembelian *Fashion***Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 8 Keluarga dan Teman terhadap Pembelian *Fashion*
Mahasiswa Gen Z**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 9 Komunitas, Influencer, dan Media Sosial terhadap
Pembelian *Fashion* Mahasiswa Gen Z..**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 10 Latar Belakang Budaya dan Nilai Sosial terhadap
Pembelian *Fashion* Mahasiswa Gen Z..**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 11 Perspektif Pelaku Usaha (*Online Store*)..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 12 Perspektif Pelaku Usaha (*Offline Store*) **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 13 Perbandingan Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Pembelian Produk *Fashion* di *Offline Store* dan *Online Store*..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Preferensi Belanja Masyarakat (Populix, 2022), Preferensi Belanja Gen Z (PwC, 2023)..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 kerangka teori..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 1 Teknik Keabsahan Data **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Distribusi Fakultas..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Usia Informan Mahasiswa..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 3 Gender **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Etichal Clearance **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2 Surat Keterangan Layak Etik.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3 Surat Ijin Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4 Surat Keterangan Cek Plagiarisme (Turnitin) . **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5 permintaan menjadi informan.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6 Instrumen Penelitian Konsumen.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 7 Instrumen Penelitian Pelaku Usaha ...**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 8 Hasil Wawancara FKP.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 9 Hasil Wawancara Fkes**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 10 Hasil Wawancara FEHH**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 11 Transkrip Wawancara Pelaku Usaha **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 12 Dokumentasi.....**Error! Bookmark not defined.**

