

PENGARUH GAYA HIDUP, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN *SCARLETT WHITENING BODY LOTION*
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen S1

AMALIA MAULA NINGRUM

2002010008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2024**

**PENGARUH GAYA HIDUP, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN *SCARLETT*
*WHITENING BODY LOTION***

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)



SKRIPSI

AMALIA MAULA NINGRUM

2002010008

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Pembimbing



Dra. Tri Septin Muji R, M.Si

NIK. 2160128

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Amalia Maula Ningrum
Nim : 200201000
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Gaya Hidup, Electronoic Word Of Mouth dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan *Scarlett Whitening Body Lotion* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji R, M.Si
Anggota 1 : M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si
Anggota 2 : Dr. Erna Handayani, S.E., Ak, M.M
Di tetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 25 Januari 2024



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Asst. Prof. Dr. Hayati Tubastuvi S.E., M.Si

Nik. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amalia Maula Ningrum
Nim : 2002010008
Prodi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila kelak kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Yang membuat Pernyataan



Amalia Maula Ningrum

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amalia Maula Ningrum
NIM : 2002010008
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH GAYA HIDUP, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KECANTIKAN SCARLETT WHITENING BODY
LOTION**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada Tanggal : 25 Januari 2024

Yang menyatakan:



Amalia Maula Ningrum



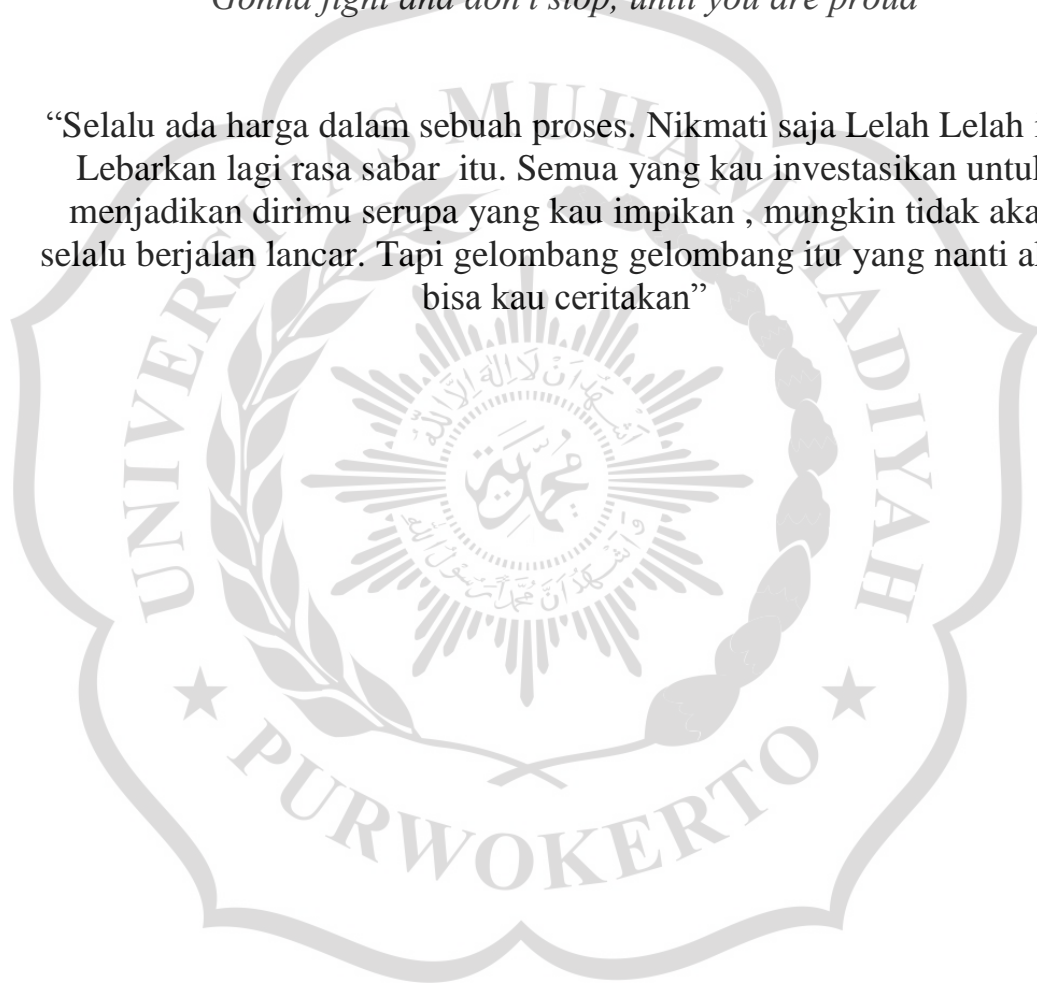
MOTTO

“Di rendahkan di mata manusia, Di tinggikan di mata Tuhan”

“Prove Them Wrong”

“Gonna fight and don't stop, until you are proud”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja Lelah Lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan , mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan”



PERSEMBAHAN



Sujud syukur kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi hamba yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan dalam meraih cita-cita saya.“

“Skripsi ini saya persembahkan kepada Ayah dan Ibu, kaka dan keluarga besar yang menjadi alasan saya bisa berada di Universitas Muhammadiyah Purwokerto ini berkat kerja keras mereka untuk menjadikan saya anak yang sukses dunia akhirat.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Ucapan rasa hormat dan terimakasih atas segala kepedulian mereka yang telah memberikan bantuan, kritik, saran, masukan, dorongan semangat, do'a, dukungan finansial maupun pemikiran dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu perkenankan saya secara khusus mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ns. Jebul Suroso, S.Kp., M.Kep selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memperkenalkan mahasiswa tingkat akhir dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Dr. Naelati Tubastuvi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang senantiasa mendukung dan telah memberikan berbagai informasi maupun bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Bapak Drs. Suyoto, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah turut serta dalam memberikan berbagai informasi dan bimbingan kepada mahasiswa tentang tata pelaksana penyusunan skripsi.
4. Ibu Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi

masukannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.

5. Bapak Muhammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen
6. Ibu Dr. Erna Handayani, S.E., Ak, M.M yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
7. Bapak Luthfi Zamakhsyari, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang selama ini telah memberikan bimbingan, ilmu, dan motivasi selama belajar di program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Purwokerto
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan tenaga selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan kepada saya.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mustofa dan Ibu Muslihah, terimakasih untuk segala cinta, kasih sayang, dukungan dan doa yang tak kunjung henti hingga kini dan selamanya untuk saya.
10. Kepada Alm Feni Zuhriatun selaku kaka kandung saya yang sudah meninggal Ketika saya masih menempuh Pendidikan SMK. Semoga beliau melihat perjuangan adiknya dan semoga bahagia disana
11. Kepada pemilik inisial nama ZKY terimakasih karena telah sampai sejauh ini sudah mendukung, memberi semangat serta telah menjadi tempat berkeluh kesah. Saya tau anda memiliki semua yang diperlukan untuk menjadi pria hebat dan sukses dimasa depan. Sekali lagi, terimakasih
12. Serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu baik langsung maupun tidak langsung yang telah membantu selama ini dan selama penulisan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Penulis



Amalia Maula Ningrum



**PENGARUH GAYA HIDUP, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KECANTIKAN *SCARLETT WHITENING BODY LOTION*
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

**Amalia Maula Ningrum¹, Tri Septin Muji Rahayu²
Program Studi Manajemen S1
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto**

lalaamaliamaula@gmail.com¹, triseptinmujiarahayu@ump.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, *electronic word of mouth* dan nilai pelanggan terhadap Keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengambilan sampel menggunakan Non-Probability Sampling dengan pendekatan *purposive sampling* dan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, *electronic word of mouth* dan nilai pelanggan terhadap Keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi R^2 *adjusted* menunjukkan besarnya pengaruh gaya hidup, *electronic word of mouth* dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan *scarlett whitening body lotion* yaitu sebesar 52,7%, dan sisanya sebesar 47,3% dipengaruhi oleh variabel lainya yang tidak diteliti.

Kata kunci: gaya hidup, *electronic word of mouth*, dan nilai pelanggan, keputusan pembelian.

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH,
AND CUSTOMER VALUES ON THE DECISION TO PURCHASE
SCARLETT WHITENING BODY LOTION BEAUTY PRODUCTS
(Study on Purwokerto Muhammadiyah University Students)**

Amalia Maula Ningrum¹, Tri Septin Muji Rahayu²

Program Studi Manajemen S1

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

lalaamaliamaula@gmail.com¹, triseptinmujiarahayu@ump.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of lifestyle, electronic word of mouth and customer value on purchasing decisions. This research uses quantitative methods, the sampling technique uses Non-Probability Sampling with a purposive sampling approach and the sample size is 120 respondents. The analysis used is multiple regression analysis. The results of this research show that lifestyle, electronic word of mouth and customer value influence purchasing decisions. Based on the results of the R² adjusted coefficient of determination test, it shows that the influence of lifestyle, electronic word of mouth and customer value on purchasing decisions for Scarlett Whitening Body Lotion beauty products is 52.7%, and the remaining 47.3% is influenced by other variables which were not studied.

Keywords: lifestyle, electronic word of mouth, and customer value, purchasing decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Perilaku Konsumen.....	11
2. Keputusan Pembelian	15
3. Gaya Hidup.....	19
4. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	24
5. Nilai Pelanggan.....	28
B. Hasil Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pemikiran.....	39
1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	40
2. Pengaruh <i>Electrronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	41

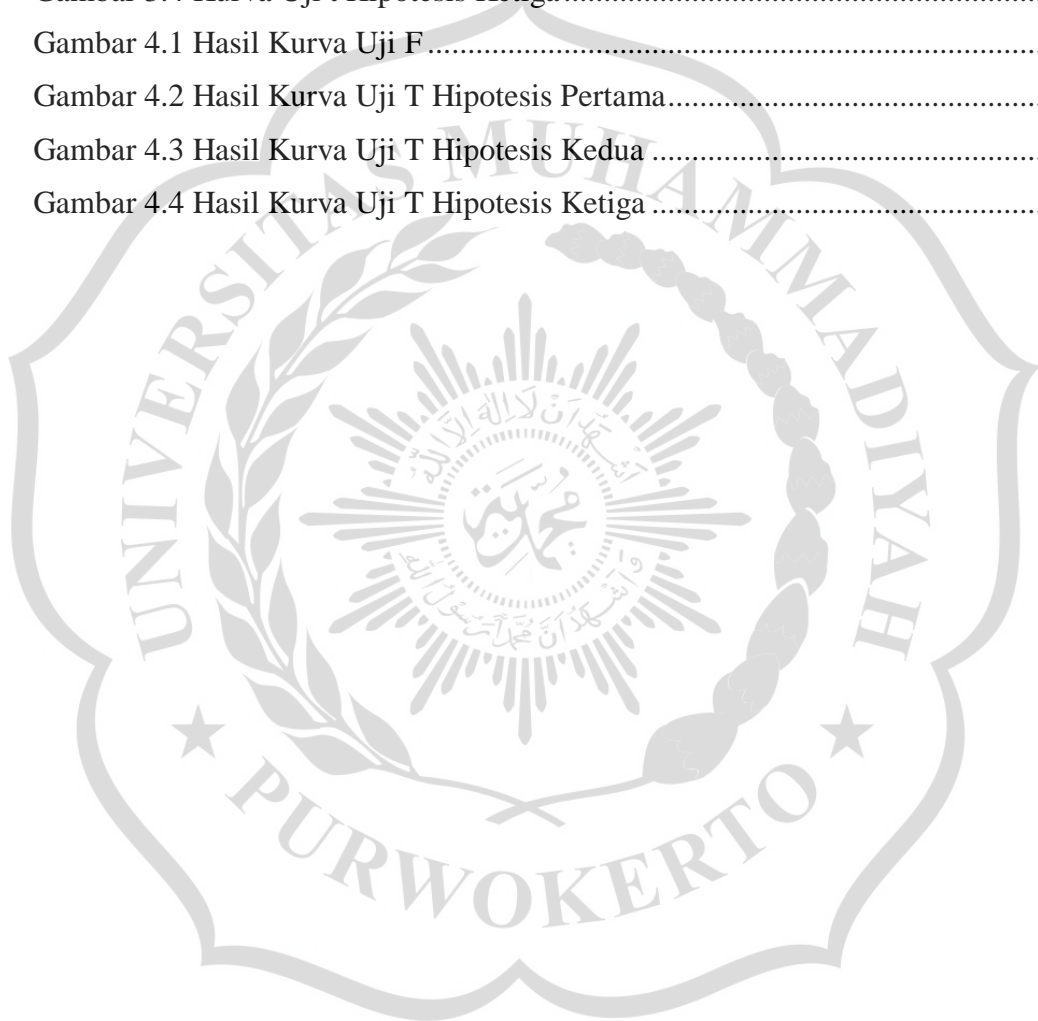
3. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
D. Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Populasi Dan sampel.....	44
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data	48
D. Variabel Penelitian	49
E. Definisi Operasional.....	50
F. Metode Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Hasil Penelitian	66
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	66
2. <i>Response Rate</i>	66
3. Karakteristik Responden.....	67
4. Analisis Statistik Deskriptif.....	69
5. Uji Instrumen.....	76
6. Uji Asumsi Klasik.....	80
7. Uji Analisis Data.....	84
8. Uji Kecocokan Model.....	86
B. Rekapitulasi Hasil Pengujian	92
1. Pengaruh Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan <i>Scarlett Whitening Body Lotion</i>	92
2. Pengaruh <i>EWOM</i> terhadap Keputusan pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan <i>Scarlett Whitening Body Lotion</i>	94
3. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Keputusan pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan <i>Scarlett Whitening Body Lotion</i>	95
BAB V PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan	98
B. Keterbatasan.....	98
C. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top 10 Brand Body Lotion Terlaris di <i>E Commerce</i> Periode April – Juni 2022.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1	Jumlah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto.....	45
Tabel 3.2	Jumlah sampel mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto	48
Tabel 3.3	Definisi operasional pengukuran variabel Gaya Hidup	50
Tabel 3.4	Definisi operasional pengukuran variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	51
Tabel 3.5	Definisi operasional pengukuran variabel Nilai Pelanggan	52
Tabel 3.6	Definisi operasional pengukuran variabel Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 4.1	<i>Response Rate</i>	67
Tabel 4.2	Karakteristik Responden	68
Tabel 4.3	Statistic Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	70
Tabel 4.4	Statistic Deskriptif Gaya Hidup (X1).....	71
Tabel 4.5	Statistic Deskriptif EWOM (X2).....	73
Tabel 4.6	Statistic Deskriptif Nilai Pelanggan (X3).....	75
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian(Y).....	77
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup(X1)	78
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel EWOM (X2)	78
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan (X3).....	79
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	81
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Tabel 4.15	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	87
Tabel 4.17	Hasil Uji F	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	62
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Pertama	63
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	64
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	65
Gambar 4.1 Hasil Kurva Uji F	89
Gambar 4.2 Hasil Kurva Uji T Hipotesis Pertama.....	90
Gambar 4.3 Hasil Kurva Uji T Hipotesis Kedua	91
Gambar 4.4 Hasil Kurva Uji T Hipotesis Ketiga	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: KUESIONER	108
Lampiran 2 : Data Responden.....	117
Lampiran 3 : Hasil Uji Karakteristik Responden.....	122
Lampiran 4. Data tabulasi hasil kuesioner	123
Lampiran 5 : statistic deskriptif.....	136
Lampiran 6 : hasil uji validitas dan reabilitas	137
Lampiran 7: hasil uji asumsi klasik.....	142
Lampiran 8 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	143
Lampiran 9 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	143
Lampiran 10 : Hasil Uji F.....	144
Lampiran 11 : Hasil Uji t	144

