

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI PENJUALAN
DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PADA
*MARKETPLACE SOCIOLLA***

Skripsi



Disusun Oleh :

Aila Gressilla Dwitami

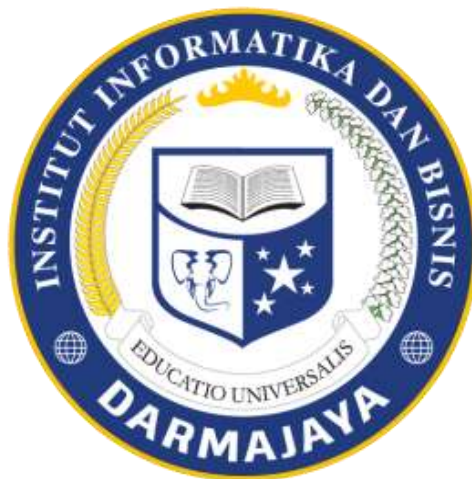
1712110114

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
2020**

**PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI PENJUALAN
DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PADA
*MARKETPLACE SOCIOLLA***

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI
Pada Program Studi Manajemen
IIB Darmajaya Bandar Lampung



Disusun Oleh :

Aila Gressilla Dwitami

1712110114

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2020



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggungjawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, 07 April 2021

AILA GRESSILLA DWITAMI
NPM. 1712110114

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI
PENJUALAN DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOSMETIK PADA *MARKETPLACE SOCIOLLA***

Nama Mahasiswa : **AILA GRESSILLA DWITAMI**

N P M : **1712110114**

Program Studi : **Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam sidang
Tugas Penutup Studi guna memperoleh gelar SARJANA EKONOMI pada jurusan
MANAJEMEN IIB DARMAJAYA.



Menyetujui :
Pembimbing

Aswin, S.E., M.M.
NIK. 10190605

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Anggalia Wibasuri, S.Kom., M.M.
NIK. 11310809

HALAMAN PENGESAHAN

Pada tanggal 07 April 2021 Ruang B.2.8 telah diselenggarakan Sidang SKRIPSI dengan judul **"PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI PENJUALAN DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PADA MARKETPLACE SOCIOLLA"**. Untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar SARJANA EKONOMI, bagi mahasiswa :

Nama Mahasiswa : **Aila Gressilla Dwitami**

NPM : **1712110114**

Program Studi : **Manajemen**

Dan telah dinyatakan **LULUS** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama	Status	Tanda Tangan
------	--------	--------------

1. Dr. Anggalia Wibasuri, S.Kom., M.M.	- Ketua Sidang	
---	----------------	---

2. Muhammad Saputra, S.E., M.M.	- Anggota	
--	-----------	---

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis IIB Darmajaya

Dr. Faurani I Santi Singagerda, S.E., M.Sc.

NIK. 30040419

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis di lahirkan di Provinsi Lampung, Pringsewu pada tanggal 13 Januari 2000 sebagai anak kedua dari tiga bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Wisnu dan Ibu Sukatmi. Adapun Identitas diri dan pendidikan yang pernah di tempuh oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Identitas

- a. Nama : Aila Gresilla Dwitami
- b. NPM : 1712110114
- c. Agama : Islam
- d. Alamat : jl. MS Batu Bara Gg. Akasia no 12, Kupang Teba, Teluk Betung Utara
- e. Kewarganegaraan : Indonesia
- f. E-mail : ailadwitami@gmail.com
- g. HP : 089692735527

2. Riwayat Pendidikan

- 1. SDN 2 Kupang Kota, Lulus Pada Tahun 2011
- 2. SMPN 16 Bandar Lampung, Lulus Pada Tahun 2014
- 3. SMA YP Unila, Lulus Pada Tahun 2017

Dan pada Tahun 2017, penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Manajemen pada jenjang Strata Satu di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

Bandar Lampung, 07 April 2021



AILA GRESSILLA DWITAMI
NPM. 1712110114

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan Mengucap Syukur Alhamdulillah atas Rahmat Allah SWT beserta Nabi Muhammad SAW

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Kedua Orang Tua Tercinta Ayahanda Wisnu dan Ibunda Sukatmi

Untuk yang pertama kupersembahkan skripsi ini kepada Ayah dan ibu kau telah kirimkan aku kekuatan lewat doa dan untaian kata tanpa ada keluh kesah diwajahmu serta pengorbanan dan jerih payah yang kalian berikan untukku dalam mencapai harapan dan impian menjadi kenyataan. Sungguh aku tak sanggup untuk menggantikan kasihmu dengan apa pun, tiada yang dapat kuberikan untuk membalas semua pengorbananmu, kasih sayang yang begitu luar biasa dan tak bertepi cinta yang tak berujung, terima kasih atas semua yang telah diberikan.

Untuk kakak dan adikku tercinta Audy Wisuda Pratama dan Eifel Linggar Navara yang senantiasa menghibur dan memberi dukungan yang begitu besar. Untuk keluarga besarku dan teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungannya untuk menyelesaikan penelitian ini.

Dan

Almamater ku Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya yang telah memberikan banyak kenangan dan wawasan untuk menjadikan saya pribadi yang baik.

HALAMAN MOTTO

“Optimisme merupakan kepercayaan yang menuju pencapaian. Tidak ada yang bisa dilakukan tanpa adanya harapan dan keyakinan”

(Hellen Keller)

“Segala sesuatu yang kau bayangkan adalah nyata”

(Pablo Picasso)

“Kebahagiaan akan terasa lebih manis, lewat sebuah perjuangan yang sepenuh hati”

(Iwan Setyawan)

ABSTRAK

PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI PENJUALAN DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PADA *MARKETPLACE* SOCIOLLA

Kemajuan pada industri kecantikan di Indonesia saat ini menunjukkan peningkatan. Berdasarkan Kementerian Perindustrian (2019) pertumbuhan kosmetik tahun 2019 mencapai 9% hal ini meningkat dari tahun sebelumnya dari 7,3%. Salah satu *marketplace* yang menjual produk *beauty* adalah Sociolla, perusahaan ini didirikan tahun 2015 yang di prakarsai oleh PT. Social Bella Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup, Promosi Penjualan dan *Online Consumer Review* terhadap Keputusan Pembelian kosmetik pada *marketplace* Sociolla. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Ukuran 150 sampel responden, pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang diujikan dengan uji validitas dan reliabilitas. Dengan analisis linier berganda sebagai teknik analisa. Hasil penelitian melalui uji t (parsial) menunjukkan bahwa Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan *Online Consumer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian uji F (simultan) menunjukkan bahwa nilai $Sig < \alpha$ ($0,000 < 0,05$) maka secara bersama-sama Gaya Hidup, Promosi Penjualan dan *Online Consumer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Promosi Penjualan, *Online Consumer Review* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF LIFESTYLE, SALES PROMOTION AND ONLINE CONSUMER REVIEWS ON COSMETIC PURCHASING DECISIONS IN THE SOCIOLLA MARKETPLACE

The Progress at beauty industry in Indonesia is currently showing increases. Based on the ministry of industry (2019) growth of cosmetics in 2019 reached 9%, this was increases from the previous year, which was 7.3%. One of the marketplaces that sells beauty products is Sociolla, this company was founded on 2015 which was initiated by PT Social Bella Indonesia. This study aims to determine the effect of lifestyle, sales promotion and online consumer reviews on cosmetic purchasing decisions in the Sociolla marketplace. This was quantitative research using causal associative method. The sample on this research was 150 responden, this sample used non-probability sampling method with purposive sampling technique. The data collected by distributing questionnaire which was tested by validity dan reliability test. The analysis technique used a multiple linear analysis. The results of the study through the t test (parsial) showed that lifestyle had no effect on purchasing decisions, sales promotions and online consumer reviews had a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the F test (simultan) show that value of sig < Alpha (0.000 < 0.5) means that lifestyle, sales promotion and online consumer reviews had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keyword : Lifestyle, Sales Promotion, Online Consumer Review, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpah dan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI PENJUALAN DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PADA *MARKETPLACE SOCIOLLA*”**.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di perguruan tinggi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Penulis menyadari tentunya dalam penulisan skripsi ini tidak lepas bantuan dan arahan dari semua pihak, dengan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ir. Firmansyah Y.A, MBA., M.Sc. Selaku Rektor Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
2. Dr. RZ. Abdul Aziz, S.T., M.T. Selaku Wakil Rektor I Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
3. Ronny Nazar, S.E., M.T. Selaku Wakil Rektor II Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
4. Prof Dr. Ir R.A Bustomi Rosadi Selaku Wakil Rektor IV Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
5. Dr. Faurani I Santi Singagerda, S.E., M.Sc. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
6. Dr. Anggalia Wibasuri S.Kom., M.M Selaku Ketua Jurusan Manajemen Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
7. Aswin, S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu dan tenaganya, terimakasih atas kesabaran dan keikhlasan dalam membimbing sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian ini.
8. Para dosen dan staf jurusan Manajemen Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

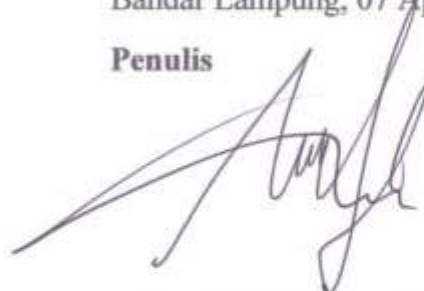
9. Keluargaku, Ayahanda dan Ibunda terimakasih telah menjaga, mendidik, serta memberikan kasih sayang dan pengertian selama ini, sehingga ananda bisa menyelesaikan amanah ini. Terimakasih untuk segala untaian do'a dan kepercayaannya. Semoga semua itu akan menjadikan ananda seorang manusia yang berarti dimata Allah SWT, di dalam masyarakat dan tentu saja untuk menjadi kebanggaan keluarga.
10. Sahabat-sahabatku Ricka Dita Agata, Ratna Oktari, Weni Safitri dan Risma Febrianti terimakasih atas semua dukungan dan doa yang telah kalian berikan.
11. Teman seperjuangan skripsi Cynthia Nadyasari, Anita Dwiya Putri, Annisa Wulansari, M. Rico Bryantino dan Muhammad Khairul Faka atas bantuan, semangat dan pengertiannya selama ini.
12. Rekan-rekan angkatan Manajemen 2017, dan semua teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas segala bantuan dan dukungannya.
13. Almamaterku Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

Semoga Allah mencatatnya sebagai amal kebaikan dan selalu memberikan keberkahan dan rahmat-Nya kepada kita semua dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca pada umumnya dan pada penulis khususnya.

Wassalamualaikum,Wr.Wb.

Bandar Lampung, 07 April 2021

Penulis



AILA GRESSILLA DWITAMI
NPM. 1712110113

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.1 Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.2 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3.3 Tempat penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.4 Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3.5 Ilmu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Manfaat bagi perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Manfaat bagi akademis.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Manfaat bagi peneliti.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
Bab I : Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
Bab II : Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
Bab III : Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Bab IV : Hasil dan Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
Bab V : Simpulan dan Saran	Error! Bookmark not defined.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2 Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup (<i>lifestyle</i>)	Error! Bookmark not defined.

2.2.2	Indikator Gaya Hidup.....	Error! Bookmark not defined.
2.3	Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.4	Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.5.1	Pengertian Promosi Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.2	Tujuan Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.5.3	Indikator Promosi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.5	<i>Electronik Word Of Mouth (eWOM)</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6	<i>Online Consumer Review</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6.1	Pengertian <i>Online Consumer Review</i> ..	Error! Bookmark not defined.
2.6.2	Indikator <i>Online Consumer Review</i>	Error! Bookmark not defined.
2.7	Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.2	Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian...	Error! Bookmark not defined.
2.7.3	Indikator keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.8	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.9	Kerangka Fikir	Error! Bookmark not defined.
2.10	Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.10.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.10.2	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian...	Error! Bookmark not defined.
2.10.3	Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.10.4	Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Penjualan dan <i>Online Consumer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.

3.4	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Variabel Independen	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Variabel Dependen.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Uji Persyarat Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.8.1	Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
3.8.2	Uji Linearitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.3	Uji Multikolinieritas.....	Error! Bookmark not defined.
3.9	Metode Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.1	Regresi Linier Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3.10	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.10.1	Uji Parsial (Uji-t).....	Error! Bookmark not defined.
3.10.2	Uji F.....	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Uji Persyaratan Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Hasil Uji Linearitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Hasil Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.

4.4 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.6 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prasurvey Pembelian Produk Kecantikan	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Skala Interval	33
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Status	45
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X1)	46
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan (X2)	47
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Online Consumer Review</i> (X3) ..	49
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kuesioner Gaya Hidup (X1)	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner Promosi Penjualan (X2).....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Online Consumer Review</i> (X3).....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian (Y).....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov Test</i>	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Model Summary</i>	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Linier Berganda	59
Tabel 4.18 Hasil Uji t (Secara Parsial).....	61
Tabel 4.19 Hasil Uji F (Secara Simultan)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pembelian Produk Kecantikan Terlaris Pada Tahun 2020	3
Gambar 1.2 Pengunjung <i>Marketplace</i> Khusus Produk Kosmetik	5
Gambar 1.3 Pengunjung Perkuartal <i>Website</i> Sociolla.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Fikir.....	2

