

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN
ENDORSMENT BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN WARDAH KOSMETIK
(Studi kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Angkatan 2016
Universitas Bhayangkara Kampus II Bekasi)**

SKRIPSI

**Oleh :
Umi Ismiati Faridah
201510325152**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Gaya Hidup dan Persepsi Terhadap
Keputusan Pembelian Online di Lazada

Nama Mahasiswa : Junjunan Akbar Gumelar

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325153

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Juli 2019



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Gaya Hidup dan Persepsi terhadap keputusan pembelian online di Lazada
Nama Mahasiswa : Junjuna Akbar Gumelar
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325153
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Juli 2019

Jakarta, 30 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, SE., MM

NIDN: 0309048102

Penguji I : M. Fadhli Nursal, SE., MM

NIDN: 0325057908

Penguji II : Neng Siti Komariah, SE., MM

NIDN: 0327128105

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



M. Fadhli Nursal, SE., MM

NIDN: 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, SE., MM

NIDN: 0316066201

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik. Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi. Oleh karenanya, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Sugeng Suroso, SE., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Neng Siti Komariah, SE., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu mengarahkan pembuatan Skripsi.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhyangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu .
6. Orang Tua yang telah memberikan dukungan serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi, Saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak terlupa harapan saya semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan untuk saya.

Jakarta, 28 Juni 2019

Junjunan Akbar Gumelar

ABSTRACT

Junjunan Akbar Gumelar, 201510325153. Analysis of Lifestyle and Perception of Online Purchase Decisions at Lazada

This study aims to determine the effect of Lifestyle and Perception on purchasing decisions. This research is a quantitative study using a questionnaire with a Likert scale to measure all construction. The questionnaire was distributed to 78 student respondents of the 2016 Faculty of Economics, Bhayangkara University, Jakarta Raya, Bekasi Campus. The sampling technique uses nonprobability sampling with a purposive sampling sampling technique with criteria that have ever been shopping online. The data analysis technique in this study uses multiple linear regression and the data is processed using SPSS version 22 to test the hypothesis. The results of this study Lifestyle does not have a significant effect on purchasing decisions, proved t count of 0.196 and t table 1.664 with a significant level of $0.845 > 0.05$, and Perception has a significantly positive effect on purchasing decisions, proved t count of 4.917 and t table 1,664 with a significant level of $0,000 < 0,05$, and lifestyle and perception have a simultaneous effect by having a calculated F value greater than F table ($13,011 > 3,11$).

Keywords: Lifestyle, Perception, Purchasing Decision

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

Analisis Gaya hidup dan Persepsi terhadap keputusan pembelian online di Lazada.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

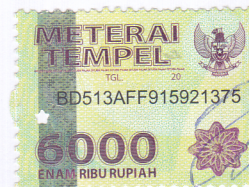
Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



JUNJUNAN AKBAR GUMELAR

201510325153

ABSTRAK

Junjunan Akbar Gumelar, 201510325153. Analisis Gaya Hidup dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian online di Lazada

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya hidup dan Persepsi terhadap Keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner dengan skala Likert untuk mengukur seluruh konstruksi. Kuesioner di bagikan kepada 78 responden mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi. Teknik Pengambilan Sampelnya menggunakan Nonprobability sampling dengan teknik sampling purposive sampling dengan kriteria yang pernah belanja online. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan data di olah menggunakan SPSS versi 22 untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, di buktikan t hitung sebesar 0,196 dan t tabel 1,664 dengan tingkat signifikan $0,845 > 0,05$, dan Persepsi berpengaruh secara signifikan positif terhadap keputusan pembelian, di buktikan t hitung sebesar 4,917 dan t tabel 1,664 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, dan gaya hidup dan persepsi berpengaruh secara silmultan dengan memiliki nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($13,011 > 3,11$).

Kata Kunci : Gaya Hidup, Persepsi, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN..	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Permasalahan	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Gaya Hidup	7
2.1.1 Pengukuran Gaya hidup	8
2.2 Persepsi	9
2.3 Keputusan Pembelian	11
2.3.1 Proses Keputusan pembelian Konsumen	13

2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Kerangka Berpikir	16
2.6 Hipotesis Penelitian.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Tahapan Penelitian	19
3.3 Defenisi Konseptual Variabel	19
3.4 Defenisi Operasional Variabel	20
3.5 Waktu dan Tempat Penelitan	22
3.6 Jenis dan sumber data	22
3.6.1 Data Primer	22
3.6.2 Data Sekunder	23
3.7 Metode Pengambilan sampel	23
3.7.1 Populasi	23
3.7.2 Sampel	23
3.8 Metode Analisis Data	24
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
4.1 . Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	28
4.2 . Profil Perusahaan	28
4.2.1 .Sejarah Perusahaaa	28
4.2.2Visi dan Misi	29
4.3 . Hasil Penelitian.....	30
4.3.1 Penyebaran dan pengumpulan kuesioner.....	30

4.3.2 .Identitas Responden	31
4.3.2.1 .Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	31
4.3.2.2 Karakteristiresponden berdasarkan program studi	31
4.3.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan transaksi.....	33
4.3.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan informasi Lazada.	34
4.4 Hasil Analisis Data	35
4.4.1 Uji Validitas.....	35
4.4.2 .Uji Realibilitas	37
4.5 . Uji Asumsi Klasik	38
4.5.1 .Uji Normalitas	38
4.5.2 .Uji Multikolineritas	39
4.5.3 .Uji Heteroskedastisitas.....	40
4.6 . Analisis Regresi Berganda.....	41
4.7 . Uji Hipotesis	43
4.7.1 Uji Parsial (Uji t)	43
4.7.2 Uji Simultan (Uji f).....	44
4.7.3 Uji koefisien Determinasi R^2	45
4.8 . Pembahasan	46
4.8.1 Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.....	46
4.8.2 Pengaruh Persepsi terhadap keputusan pembelian	47
4.8.3 Pengaruh gaya hidup dan persepsi terhadap keputusan pembelian ...	47

BAB V PENUTUP.....	49
5.1 . Kesimpulan.....	49
5.2 . Implikasi Manajerial.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	

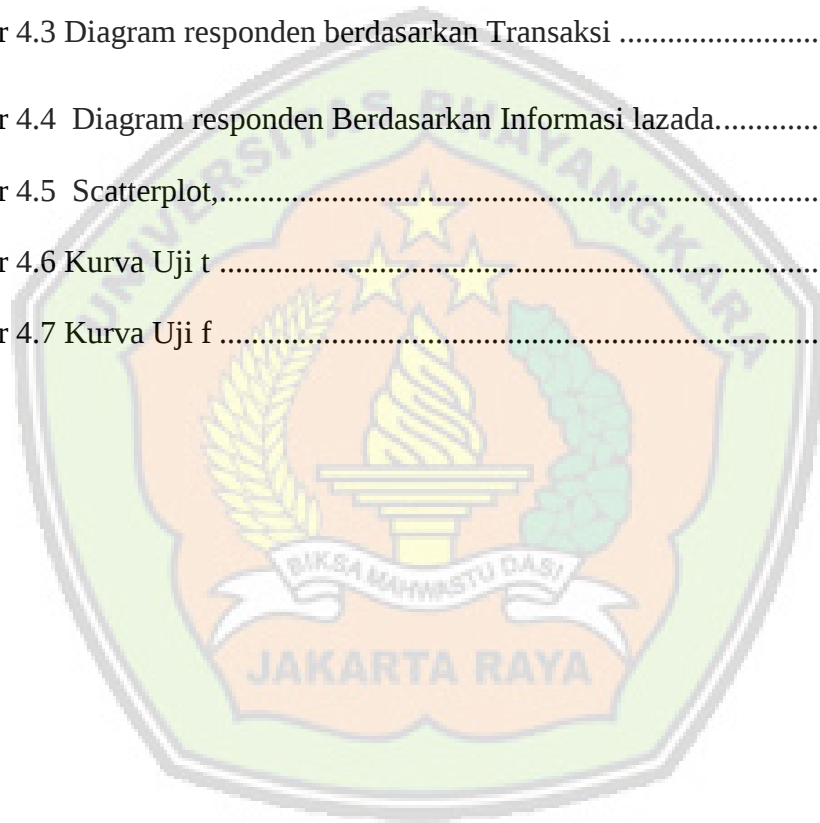


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel	21
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Ekonomi Angkatan 2015	23
Tabel 4.1 Proses dan penerimaan koesoner	30
Tabel 4.2 .Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.3 Berdasrkan program studi studi	31
Tabel 4.4 Berdasarkan dalam transaksi.....	32
Tabel 4.5 Berdasarkan Informasi	33
Tabel 4.6 .Hasil Uji Validitas Gaya Hidup	35
Tabel 4.7 .Hasil Uji Validitas Persepsi	35
Tabel 4.8 .Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 4.9 Uji Realibilitas	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolineritas	39
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda	41
Tabel 4.13 Hasil Uji f.....	43
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi R^2	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Site di Indonesia Untuk Kategori Shopping	2
Gambar 1.2 Tampilan Website Interface Lazada	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	16
Gambar 4.1 Diagram responden berdasarkan jenis kelamin.....	32
Gambar 4.2 Diagram responden berdasarkan program studi.....	33
Gambar 4.3 Diagram responden berdasarkan Transaksi	34
Gambar 4.4 Diagram responden Berdasarkan Informasi lazada.....	35
Gambar 4.5 Scatterplot.....	41
Gambar 4.6 Kurva Uji t	44
Gambar 4.7 Kurva Uji f	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Uji Refrensi

Lampiran 3. Tabulasi data Validitas dan Realibilitas

Lampiran 4. Hasil Analisis Validitas dan Realibilitas

Lampiran 5. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 6. Hasil Analisis

Lampiran 7. Tabel f, t, Determinasi R^2

Lampiran 8 r Tabel

Lampiran 9 t tabel

Lampiran 10 Tabel Durbin Waston

Lampiran 11 Biodata

