

**PENGARUH KEPERCAYAAN, GAYA HIDUP DAN DISKON
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK ORIFLAME
DALAM PENJUALAN *ONLINE***

**(Studi Kasus Pada Wanita Karir yang Pernah Membeli Produk Oriflame
Di Kota Kupang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**



Oleh:

Liliani Suryani Gunawan
No. Registrasi : 32113019


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Kupang, Mei 2017

Pembimbing I


Drs. E. Gaudensius Djuang, MM

Pembimbing II


Rosadalima Tisu, SE MM

**Mengetahui;
Ketua Jurusan Manajemen**



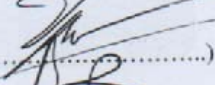
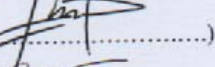
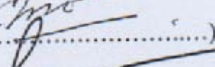


Rosadalima Tisu, SE MM

LEMBAR PERSETUJUAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh Panitia Ujian Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas: Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah diselenggarakan pada:

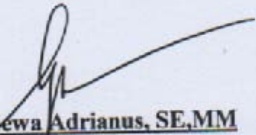
Hari/Tanggal : Sabtu, 27 Mei 2017
Jam : 11.00 – 13.00 Wita
Atas nama : Liliansi Suryani Gunawan
Dinyatakan : Lulus

Panitia Ujian Skripsi

Ketua	: Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM	
Sekretaris	: Rosadalima Tisu, SE,MM	
Penguji I	: Dra. Sukamti,MM	
Pengji II	: Jou Sewa Adrianus, SE,MM	
Penguji III	: Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM	

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi


Jou Sewa Adrianus, SE,MM

Ketua Jurusan Manajemen


Rosadalima Tisu, SE,MM



Motto

Tidurlah jika ingin bermimpi
Bangunlah jika ingin mewujudkan
mimpi itu

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang telah memberikan perlindungan-Nya kepada Penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Mama Tercinta Ngun Lang Moe dan Bapak Go Kung Hoa yang telah membesarkan dan mendidik Penulis dengan penuh kasih sayang.
3. Kepada Kakak Melinda Gunawan, Melani Gunawan, Ricko Gunawan, Ricky Gunawan, Gladis Gunawan dan Kakak Ipar Maradona Betrand yang telah mendukung dan memberikan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Kepada kekasih tercinta Sinyori Tanonef yang selalu memberikan dukungan dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Teman-teman mahasiswa studi S1 Manajemen Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Almamaterku tercinta Universitas Katolik Widya Mandira Kupang khususnya Fakultas Ekonomi.

Kupang, Juni 2017

Penulis

ABSTRAK

Liliani S. Gunawan (32113019) "Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup Dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Produk Oriflame Dalam Penjualan *Online* (Studi Kasus Pada Wanita Karir yang Pernah Membeli Produk Oriflame dalam Penjualan *Online*)". Di bawah bimbingan Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Pembimbing II.

Oriflame adalah suatu produk kecantikan yang sekarang banyak dijual secara *online* di Kota Kupang. Walaupun berbagai strategi telah dilakukan oleh Perusahaan Oriflame dan para penjual Oriflame demi meningkatkan pembelian impulsif, namun pada tahun 2015 penjualan Oriflame di Kota Kupang mengalami penurunan sebesar 7%. Penurunan ini diduga oleh faktor kepercayaan, gaya hidup, dan diskon dalam pembelian impulsif. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana gambaran konsumen tentang kepercayaan, gaya hidup, diskon dan pembelian impulsif pada produk Oriflame dalam penjualan *online*? 2) Apakah kepercayaan, gaya hidup dan diskon secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada produk Oriflame dalam penjualan *online*? 3) Apakah kepercayaan, gaya hidup dan diskon secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada produk Oriflame dalam penjualan *online*?

Populasi dalam penelitian ini adalah wanita karir yang pernah melakukan pembelian produk Oriflame secara *online*, dan jumlahnya tidak diketahui. Sampel ditentukan sebanyak 108 orang, dengan teknik pengambilan sampel secara insidental. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner. Data diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran Kategori persepsi variabel Kepercayaan 83,33 % dalam kategori tinggi, variabel Gaya Hidup 74,41 %, dalam kategori tinggi, variabel Diskon 84,36 % dalam kategori sangat tinggi dan variabel Pembelian Impulsif 81,69 %, dalam kategori tinggi. Berdasarkan analisis statistik regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut: $Y = 0,285 X_1 + 0,232 X_2 + 0,380 X_3$. Hasil uji t menunjukkan Variabel Kepercayaan, Gaya Hidup dan Diskon secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif secara *online*. Hasil uji F menunjukkan Variabel Kepercayaan, Gaya Hidup dan Diskon secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif secara *online*. Hasil Koefisien determinasi = 0,382, di mana 38,2% Pembelian Impulsif merupakan kontribusi dari variabel Kepercayaan, Gaya Hidup dan Diskon, sedangkan sisanya yaitu 61,8% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan analisis tersebut disarankan bahwa konsultan Oriflame harus memperhatikan cara pelayanan terutama dalam hal pengenalan produk Oriflame dan keramatahman dalam menawarkan produk secara *online*, memperhatikan kualitas foto, melakukan promosi secara terus-menerus, menggunakan keterangan produk yang lengkap dan masuk akal, serta foto-foto testimoni pelanggan, yang dapat mengurangi keraguan konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*.

Kata kunci : Kepercayaan, Gaya Hidup, Diskon dan pembelian Impulsif

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi dengan judul "**Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup Dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Produk Oriflame Dalam Penjualan *Online* (Studi Kasus Pada Wanita Karir yang Pernah Membeli Produk Oriflame Di Kota Kupang)**" diajukan guna memenuhi syarat lulus pendidikan Strata 1 Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandira.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik dalam penyelesaian pendidikan di Jurusan atau Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Bersama ini perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. P. Yulius Yasinto, SVD, MA.M.Sc selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Jurusan atau Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira- Kupang.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang serta dosen penguji II yang telah memberikan masukan dan arahan yang membantu kepada penulis, membantu penulis dalam segala urusan administrasi umum maupun

akademik dalam kepemimpinan beliau, serta membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

3. Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, sekaligus pembimbing II yang telah memberikan pengarahannya dan bimbingan mulai dari persiapan proposal penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku pembimbing I dan penguji III yang telah memberikan bimbingan, masukan dan perbaikan yang sangat membantu bagi penulis.
5. Ibu Dra. Sukamti, MM selaku penguji I yang telah memberikan bimbingan, masukan dan perbaikan yang sangat membantu bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen lainnya yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
7. Para Pegawai Tata Usaha khususnya Om Anis yang sangat membantu dalam menyiapkan segala keperluan perkuliahan.
8. Keluarga saya Bapak Go Kung Hoa, Mama Ngun Lang Moe, Bapak John Gunawan, Vivian Lay, Melinda Gunawan, Melani Gunawan, Ricky Gunawan, Ricko Gunawan, Maradona Bertrand, dan Gladis Gunawan.
9. Kepada Teman – teman Angkatan 2013, Erik, Fendi, Dion, Deby, dan Bela yang telah memberi semangat dan setia mendukung selama penulisan.

10. Kepada senior-senior di Universitas Katolik Widya Mandira Kupang Apris, Selfi, Mika, Ricky, Dhery yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
11. Kepada Sahabat tercinta Dyah dan Sari yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
12. Dan semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Allah Membalas budi baik semua pihak yang telah memberi kesempatan, dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kupang, Juni 2017

penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSSETUJUAN	iii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	13
B. Perilaku Konsumen	15
C. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	18

D. Gaya Hidup	22
E. Diskon	26
F. Pembelian Impulsif	31
G. Penelitian Terdahulu	37
H. Kerangka Pemikiran	39
I. Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	42
B. Populasi dan Sampel	42
C. Jenis Data	43
D. Metode Pengumpulan Data	44
E. Skala Pengukuran	45
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
G. Metode Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	58
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian	62
C. Analisis Data.....	68
D. Pembahasan	81
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pembelian Impulsif Secara Nasional.....	2
Tabel 1.2 Penjualan Produk Oriflame Di Kota Kupang tahun 2008 sampai 2015	9
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	61
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X_1)	63
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X_2)	64
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Diskon (X_3)	65
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Pembelian Impulsif (Y)	66
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.10 Kategori Gambaran Kepercayaan (X_1)	68
Tabel 4.11 Kategori Gambaran Variabel Gaya Hidup (X_2)	69
Tabel 4.12 Kategori Persepsi Variabel Diskon (X_3)	70
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Variabel Pembelian Impulsif (Y)	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.15 Uji Linearitas	76
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	78

Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F)	80
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	40
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	73
Gambar 4.2 Grafik Histogram Uji Normalitas	74
Gambar 4.3 P-plot Uji Normalitas	7

