

**PENGARUH GAYA HIDUP, *VIRAL MARKETING* DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PRODUK SEPATU VENTELA PADA  
MAHASISWA FEB UNWIRA KUPANG**

**SKRIPSI**

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



**OLEH**

**DEDI HUSRIL MAHENDRA**  
**NIM : 32118038**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH GAYA HIDUP, *VIRAL MARKETING* DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PRODUK SEPATU VENTELA PADA  
MAHASISWA FEB UNWIRA KUPANG

Yang diajukan oleh :

Nama : Dedi Husril Mahendra  
NIM : 32118038  
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing  
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I


  
Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM  
NIDN: 0808015901

Pembimbing II

  
Jou Sewa Adrianus, SE, MM  
NIDN: 0809055901

Kupang ..... 2023

Ketua Program Studi Manajemen

  
Anggaeny Paridy, SE, M.Si  
NIDN : 00 110365 01

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 20 Juni 2023

Jam : 08.00 – 10.00 Wita

Tempat : Biro Umum

Atas Nama : Dedi Husril Mahendra

Nomor Registrasi : 32118038

Dinyatakan : LULUS

**PANITIA PENGUJI SKRIPSI**

- 1 Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)
- 2 Sekretaris : Jou Sewa Adrianus, SE, MM (.....)
- 3 Penguji I : Dr.Simon Sia Niha, SE, M.Si (.....)
- 4 Penguji II : Maria A. L. Amaral, SE, MM (.....)
- 5 Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

**MENGETAHUI**

  
**Dekan**  
**Fakultas Ekonomika dan Bisnis**  
**Dr. M. E. Perseveranda, SE, M.Si**  
**NIDN : 0819066703**

  
**Ketua**  
**Program Studi Manajemen**  
**Anggraeny Paridy, SE, M.Si**  
**NIDN : 0011036501**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“Masa Depan Adalah Milik Mereka Yang Percaya  
Pada Keindahan Impian Mereka”**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Mamik Slamet dan Ibu Sriwati, yang dengan bersusah payah membiayai studi dan yang tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara yang terkasih, Kakak, Andre Priyana dan Nevit Randika Putra yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat, serta Almarhum Adik Rivaldi Pangestu yang juga selalu memberi dukungan.

## ABSTRAK

**Dedi Husril Mahendra (32118038), dengan judul penelitian “Pengaruh Gaya Hidup, *Viral Marketing* dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Sepatu Ventela Pada Mahasiswa FEB Unwira Kupang”** dibawah bimbingan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Pembimbing II.

Sepatu ventela merupakan *brand* lokal asal Kota Bandung yang sedang *trend* di kalangan pengguna sepatu *Sneakers*. Perkembangan data penjualan sepatu Ventela di Indonesia selama tiga tahun terakhir dari tahun 2020-2022, mengalami fluktuasi. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui gambaran konsumen tentang Gaya Hidup, *Viral Marketing*, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Pelanggan Produk Sepatu Ventela Pada Mahasiswa FEB Unwira Kupang. (2) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh Gaya Hidup, *Viral Marketing* dan Kepercayaan Merek secara parsial dan simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Sepatu Ventela Pada Mahasiswa FEB Unwira Kupang.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FEB Unwira Kupang yang berulang menggunakan produk Sepatu Ventela yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini yaitu 91 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menurut sumbernya yaitu data primer dan data sekunder, sedangkan menurut sifatnya meliputi data kualitatif dan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisioner dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial (SPSS).

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel Gaya Hidup, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Pelanggan, semua variabel ini termasuk dalam kategori baik, sedangkan *Viral Marketing* termasuk kategori cukup baik. Hasil analisis statistik inferensial (SPSS) menunjukkan bahwa : (1) gaya hidup berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (2) *viral marketing* dan kepercayaan merek secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (3) Gaya Hidup, *Viral Marketing*, Kepercayaan Merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel loyalitas pelanggan sebesar 70,3%, sisanya sebesar 29,7% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan kepada Perusahaan Sepatu Ventela agar meningkatkan kualitas, dan kenyamanan produknya, seperti menambahkan gabus bagian dalam sepatu, agar nyaman dipakai dan kulit kaki tidak lecet, menggunakan kain yang bisa menyerap keringat pada kaki ketika digunakan saat beraktifitas. Perusahaan Ventela juga perlu memilih cara mempromosikan produk yang menarik, yaitu membuat konten kolaboratif yang melibatkan selebriti dan *influencer*, seperti mempromosikan juga membicarakan kualitas sepatu mengenai ketebalan dan tahan lama serta bahan yang digunakan untuk membuat sepatu ventela ini. Perusahaan perlu meningkatkan kejujuran dalam suatu merek, yaitu berusaha selalu jujur dan terbuka kepada pelanggan mengenai kualitas sepatu.

**Kata Kunci :** Gaya Hidup, *Viral Marketing*, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Pelanggan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Viral Marketing, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Sepatu Ventela Pada Mahasiswa Feb Unwira Kupang”**, dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, SE,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Br. Salomon Leki, SVD, SE, M.Ec dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I dan II, yang telah membimbing dan memberikan perhatian, dukungan, motivasi serta pelayanan administrasi akademik selama kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen yang telah memberikan kesempatan, pelayanan administrasi akademik selama mengikuti kuliah, meluangkan waktu, tenaga dan masukan

serta perbaikan yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I, yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan sumbangan pikiran yang berharga, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Pembimbing II, yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan sumbangan pikiran yang berharga, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
7. Ibu Anggelina Penun, SH selaku Kepala Tata Usaha dan para Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira yang telah memberikan bantuan dalam segala urusan administrasi selama perkuliahan.
8. Kedua orang tua Bapak Mamik Slamet dan Ibu Sriwati yang telah melahirkan, merawat, dan menyekolahkan sampai ke perguruan tinggi. Tidak lupa Kakak dan Adik serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan doa, spiritual dan materi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman Mahasiswa/i seperjuangan Angkatan 2018 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang (terkhusus Charles Epi Bere, Marianus Henakin, Raynaldo Jacka Praeng, Alan Endo, Jones Boik, Virgilius Abi dan seluruh angkatan manajemen 2018 Kelas A), yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna penyempurnaan karya ilmiah di waktu yang akan datang. Semoga Tuhan senantiasa memberkati rahmat dan hidayahnya kepada kita semua.

Kupang, Juli 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
A. Konsep Pemasaran .....	12
B. Keputusan Pembelian .....	16
C. Loyalitas Pelanggan.....	21
D. Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> ) .....	26
E. <i>Viral Marketing</i> .....	30
F. Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ).....	34

G. Penelitian Terdahulu .....	37
H. Kerangka Berpikir .....	38
I. Hipotesis Penelitian .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	41
B. Populasi dan Sampel .....	41
C. Jenis Data .....	42
D. Teknik Pengumpulan Data .....	43
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran...	44
F. Uji Kuisisioner.....	47
G. Metode Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
A. Gambaran Umum.....	57
B. Karakteristik Responden .....	57
C. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian.....	62
D. Analisis Data .....	65
E. Pembahasan.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data Penjualan Sepatu Ventela Di Indonesia Tahun 2020-2022.....	7
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran ...	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program .....	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X1).....	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Viral Marketing (X2).....	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek (X3).....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	65
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.11 Kategori Gambaran Gaya Hidup (X1).....	67
Tabel 4.12 Kategori Gambaran Viral Marketing (X2).....	67
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Kepercayaan Merek (X3) .....	68
Tabel 4.14 Kategori Gambaran Loyalitas Pelanggan (Y).....	69
Tabel 4.15 Uji Linearitas .....	71
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas .....	72
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	74
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	79
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	80

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	17
Gambar 2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....	40
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	70
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas .....	71
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas .....	73