

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, SALES PROMOTION  
DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK HANASUI MATTEDORABLE LIP CREAM  
DI TOKO MUTIARA COSMETICS KUPANG**

**SKRIPSI**

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



**OLEH :**

**ANGELINA YETRINI NARANG**

**NIM : 32120048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAN EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, *SALES PROMOTION*  
DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK HANASUI MATTEDORABLE LIP CREAM  
DI TOKO MUTIARA COSMETICS KUPANG**

**Yang diajukan oleh:**

**Nama : Angelina Yetrini Narang**  
**NIM : 32120048**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing dan diuji di Fakultas  
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik  
Widya Mandira Kupang**

**Pembimbing I**



**Maria A. L. Amaral, SE., MM**  
NIDN: 0805079302


**Pembimbing II**



**Aprvanus Fallo, SE., MM**  
NIDN: 1505049301

**Kupang, .....2024**

**Ketua Program Studi Manajemen**

  
**Hedwigh H. T. Leiap, SE., MM**  
NIDN: 1516109301

### 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 : Rabu, 15 Mei 2024  
Jam : 08.00 – 09.00 WITA  
Tempat : *Conference Room*  
Atas Nama : Angelina Yetrini Narang  
NIM : 32120048  
Dinyatakan : **LULUS**

### PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Maria A. L. Amaral, SE, MM (.....)
2. Sekretaris : Apryanus Fallo, SE, MM (.....)
3. Penguji I : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si (.....)
4. Penguji II : Engelbertus G. Ch. Watu, SE, MM (.....)
5. Penguji III : Maria A. L. Amaral, SE, MM (.....)

### MENGETAHUI

**Dekan  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis**  
  
**Dr. M. B. Perseveranda, SE., M.Si**  
NIDN: 0818066703

**Ketua Program Studi  
Manajemen**  
  
**Hedwigh H. T. Lejap, SE., MM**  
NIDN: 1516109301

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Angelina Yetrini Narang  
No Registrasi : 32120048  
Fakultas/Program Studi : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

### **PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, SALES PROMOTION DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANASUI MATTEDORABLE LIP CREAM DI TOKO MUTIARA COSMETICS KUPANG**

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudia hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kupang, 5 Juni 2024



Angelina Yetrini Narang

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**Hidup Bukan Saling Mendahului, Bermimpilah Sendiri-Sendiri. (Hindia Baskara)**

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Wihelmus Jebarus dan Ibu Yustina Anur yang dengan bersusah payah membiayai studi dan yang tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara yang terkasih kakak Paulinus Popin Narang, adik Yohanaria Olivia Narang dan adik Margareta Zerlinda Vania Narang yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat

Kupang, Mei 2024

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh *Online Customer Review, Sales Promotion Dan Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Di Toko Mutiara Cosmetics 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 Tulle, 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, Bapak Br. Salomon Leki SE, M. Ec. Dev dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE., M.Si selaku Wakil Dekan I dan II Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

3. Bapak Hedwigh H. T. Lejap, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Selfiana Goetha, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.
4. Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III serta Bapak Apryanus Fallo, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II dan Sekretaris Panitia Ujian yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si selaku Penguji I dan Bapak Engelbertus G. C. Watu, SE., MM selaku Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
6. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi manajemen Fakultas Ekonomika Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
7. Ibu Angelina Penun, SH selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
8. Bapak Wihelmus Jebarus dan Ibu Yustina Anur sebagai orang tua kandung yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan untuk keberhasilan, serta Kakak Paulinus Popin Narang, Adik Yohanaria Olivia

Narang dan Adik Margareta Zerlinda Vania Narang yang telah memberikan dukungan dan doa untuk meraih gelar Sarjana Manajemen ini.

9. Teman-teman Mahasiswa/I seperjuangan Angkatan 2020 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang (terkhusus Sandra Densi, Martha Yusi, Andri Jogo, Indryani dan Sindy Njiung), 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 menyempurnakan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, Mei 2024



## ABSTRAK

Angelina Yetrini Narang (32120048), dengan judul penelitian “Pengaruh *Online Customer Review*, *Sales Promotion* dan *Lifestyle* terhadap Keputusan pembelian Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream di Toko Mutiara Cosmetics Kupang”. Di bawah bimbingan Ibu Maria A. L. Amaral, SE., MM selaku pembimbing I dan Bpk Apryanus Fallo, SE., MM selaku pembimbing II. Toko Mutiara Cosmetics Kupang merupakan salah satu dari banyaknya toko yang melibatkan penjualan produk melalui platform *e-commerce* Shopee dan sudah bergabung sekitar 5 tahun yang lalu sampai sekarang. Perkembangan data penjualan pada Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream di Toko Mutiara Cosmetics Kupang selama 3 tahun terakhir mengalami fluktuasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi FEB Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah atau pernah memutuskan untuk membeli produk Hanasui Mattedorable Lip Cream di Toko Mutiara Cosmetics Kupang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini yaitu 102 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *Google Form*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel *online customer review* sebesar 79% (Baik), variabel *sales promotion* 77% (Baik), variabel *lifestyle* 83% (Baik) dan variabel keputusan pembelian 82% (Baik) semua variabel masuk dalam katgori baik. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel *online customer review* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,815 > t_{tabel}$  sebesar 1,663. Variabel *sales promotion* secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,724 < t_{tabel}$  sebesar 1,663 dengan nilai. Variabel *lifestyle* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $9,627 >$  dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,663. Variabel *online customer review*, *sales promotion* dan *lifestyle* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $174,628 > F_{tabel}$  sebesar 3,9. Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan menjelaskan kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 84%, sedangkan sisanya sebesar 16% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Online Customer Review*, *Sales Promotion*, *Lifestyle* dan Keputusan Pembelian

## 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>LEMBAR ORISIDILITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Masalah Penelitian .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
A. Manajemen Pemasaran .....	13
B. Keputusan Pembelian .....	17
C. Online Customer Review .....	26
D. Sales Promotion .....	27
E. Lifestyle .....	29

F. Penelitian Terdahulu .....	30
G. Model Penelitian .....	34
H. Hipotesis Penelitian .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
B. Populasi dan Sampel.....	37
C. Jenis Data .....	39
D. Teknik Pengumpulan Data.....	40
E. Variable, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	40
F. Uji Instrumen Data .....	43
G. Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. Karakteristik Responden .....	54
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian .....	57
C. Analisis Data .....	61
D. Pembahasan .....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasioanal, Indikator, dan Skala Pengukuran	41
Tabel 3.2 Skala Likert .....	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1) .....	57
Table 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Sales Promotion</i> (X2) .....	58
Table 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Lifestyle</i> (X3) .....	59
Table 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	60
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.6 Kategori Gambaran <i>Online Customer Review</i> (X1) .....	62
Tabel 4.7 Kategori Gambaran <i>Sales Promotion</i> (X2) .....	63
Tabel 4.8 Kategori Gambaran <i>Lifestyle</i> (X3).....	64
Tabel 4.9 Kategori Gambaran Keputusan Pembelian (Y) .....	65
Tabel 4.10 Uji Linearitas .....	67
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas .....	68
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Terdapat 8 varian Hanasui <i>Mattedorable Lip Cream</i> .....	5
Gambar 1.2 Ulasan dan komentar positif konsumen .....	6
Gambar 1.3 Data Penjualan Produk Hanasui <i>Mattedorable Lip Cream</i> Pada Toko Mutiara Kota Kupang Tahun 2021-2023 .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian .....	38
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	55
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	56
Gambar 4.4 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	66
Gambar 4.5 P- plot Uji Normalitas .....	66
Gambar 4.6 Uji Heterskedastisitas.....	69