

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN *E-WOM*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SUNSCREEN* MEREK
AZARINE**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
Putu Refi Mariska Dewi
NIM 2117041153**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

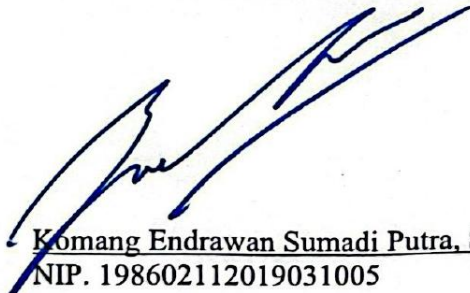
2025

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN

Menyetujui

Pembimbing I,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

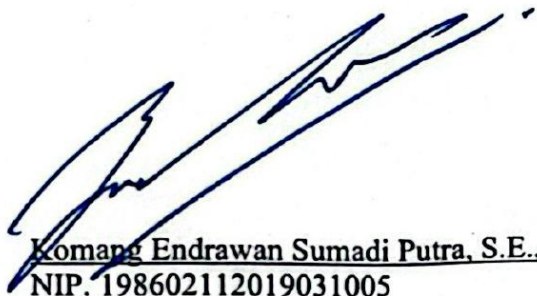
Pembimbing II,



Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc.
NIP. 197404122010121001

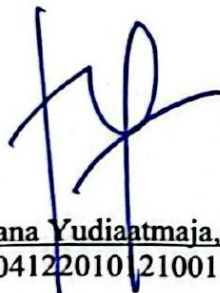
Skripsi oleh Putu Refi Mariska Dewi ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 4 Juni 2025

Dewan Penguji,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

(Ketua)



Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc.
NIP. 197404122010121001

(Anggota)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.
NIP. 198505042015042001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 4 Juni 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017



Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi
Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan *E-WOM* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Merek Azarine” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 4 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Putu Refi Mariska Dewi
NIM. 2117041153

MOTTO

” Jangan bandingkan dirimu dengan orang lain, tapi
bandingkanlah dengan dirimu yang kemarin”



KATA PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas asung kerta wara nugraha dan kemudahan yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada Pembimbing Bapak Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M. dan Bapak Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc., yang dengan penuh tanggung jawab memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran sehingga bermanfaat dalam penyelesaian skripsi, yang mengantarkan saya pada kelulusan.

Kepada keluarga tercinta Made Karta (Ayah), Ni Luh Arjani Asih (Ibu), Kadek Reva Mandari Astini (Adik), dan Komang Febrian Bala Mahotama (Adik), untuk doa, motivasi, dan nasihat yang terus diberikan demi kesuksesan dan kebahagiaan saya, untuk cinta dan kasih sayang yang diberikan tidak pernah henti dan tergantikan.

Terimakasih untuk semangat, dukungan, saran dan doa yang tak henti diberikan dalam proses penulisan skripsi ini.

Serta perjuangan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Untuk sahabat, teman-teman, kakak tingkat dan adik jurusan Manajemen yang selalu memberikan dukungan dan kerjasama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas semangat dan motivasi kalian.

Terima kasih.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup dan *E-WOM* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Sunscreen* Merek Azarine”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc., selaku pembimbing akademik sekaligus Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, motivasi, serta bimbingan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
6. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, membimbing, dan mengarahkan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberi saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Ni Kadek Ariasih selaku *Owner* Toko Kosmetik Queen Beauty Singaraja yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian dan memberikan dukungan dalam proses pembuatan skripsi.
9. Kedua orang tua (Made Karta dan Ni Luh Arjani Asih), kedua saudara (Reva dan Bala), kakek dan nenek (almarhum Ketut Rejaya, Ni Madri,

almarhum Nengah Oce dan almarhum Ni Pelung), bibi, paman dan saudara sepupu, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Sahabat dan teman-teman yang selalu menemani, memotivasi, dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.



Singaraja, 4 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Pembatasan Masalah	13
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	14
 BAB II KAJIAN TEORI	 15
2.1 Deskripsi Teoretis	15
2.1.1 Keputusan Pembelian	15
2.1.2 Gaya Hidup	18
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	20
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1 Hubungan Gaya Hidup dan <i>Electronic Word of Mouth</i> (<i>E-WOM</i>) Terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.2 Hubungan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.3 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4 Kerangka Berpikir	29
2.5 Hipotesis Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2 Rancangan Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel Penelitian	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat	36
3.4.1.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
3.4.1.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	37
3.4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian	38
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	40
3.4.2.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
3.4.2.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	40
3.4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian	41
3.5 Metode dan Tehnik Analisis Data	42
3.5.1 Uji Asumsi Klasik	43
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.6 Hipotesis Statistik	46
BAB IV PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Data	50
4.2 Pengujian Asumsi	55
4.2.1 Uji Normalitas	56
4.2.2 Uji Multikolinieritas	57
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	58
4.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.4 Pengujian Hipotesis	61
4.4.1 Uji Hipotesis Pengaruh Gaya Hidup dan <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen</i> Merek Azarine	61

4.4.2 Uji Hipotesis Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen</i> Merek Azarine	62
4.4.3 Uji Hipotesis Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen</i> Merek Azarine	63
4.4.4 Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.5.1 Pengaruh Gaya Hidup dan <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen</i> Merek Azarine	64
4.5.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen</i> Merek Azarine	69
4.5.3 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscreen</i> Merek Azarine	76
4.6 Implikasi	81
4.7 Keterbatasan Penelitian	82
BAB V PENUTUP	84
5.1 Rangkuman	84
5.2 Simpulan	86
5.3 Saran	86
DAFTAR RUJUKAN	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 5 <i>Brand</i> Produk <i>Sunscreen</i> Penjualan Terlaris Q1 2024	4
Tabel 1.2 Data Penjualan <i>Sunscreen</i> Terlaris di Toko Kosmetik Queen Beauty Singaraja Bulan Januari-Desember 2024	5
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Variabel Terikat	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Terikat	38
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terikat	39
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrumen Variabel Bebas	41
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Bebas	41
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	54
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Glejser	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan)	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Gaya Hidup dan <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Sunscree</i> Merek Azarine	30
Gambar 4.1 Uji Normalitas Grafik <i>P-Plot</i>	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik <i>Scatterplot</i>	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Surat Permohonan Penelitian	94
Lampiran 02. Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 03. Tabulasi Data Responden	99
Lampiran 04. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	103
Lampiran 05. Hasil Uji Asumsi Klasik	106
Lampiran 06. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	108
Lampiran 07. Dokumentasi Wawancara Pengguna <i>Sunscreen</i> Merek Azarine di Toko Kosmetik Queen Beauty Singaraja	110
Lampiran 08. Dokumentasi Penelitian	111

