

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PROMOTION* DAN
LIFESTYLE TERHADAP *PURCHASE DECISION***
(Studi Pada Produk Emina di *E-Commerce* Shopee)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Novia Rahman
NIM : 43121010276

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PROMOTION* DAN
LIFESTYLE TERHADAP *PURCHASE DECISION***
(Studi Pada Produk Emina di *E-Commerce* Shopee)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Unniversitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Nova Rahman
NIM : 43121010276

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novia Rahman

NIM 43121010276

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Juli 2025



Novia Rahman

NIM: 43121010276

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : NOVIA RAHMAN
NIM : 43121010276
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PRODUCT QUALITY, PROMOTION DAN LIFESTYLE
TERHADAP PURCHASE DECISION (Studi Pada Produk Emina di E-Commerce
Shopee)
Hasil Pengecekan Turnitin : 20%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **20%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 22 January 2026

Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2026/Januari/22/0000000733/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novia Rahman
NIM : 43121010276
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi. : Pengaruh Product Quality, Promotion dan Lifestyle Terhadap Purchase Decision (Studi Pada Produk Emina di E-Commerce Shopee)
Tanggal Sidang : 21 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Syafrizal Chan, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-09255733



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product quality*, *promotion*, dan *lifestyle* terhadap *purchase decision* studi pada produk emina di e-commerce shopee. Desain penelitian yang digunakan ini adalah kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen shopee yang pernah membeli produk emina, dengan sampel sebanyak 140 responden yang diambil menggunakan metode *non-probability sampling*. Data penelitian ini adalah data primer dengan metode pengumpulan menggunakan instrumen kuesioner yang dilengkapi dengan pengukuran skala likert. Metode analisis data menggunakan *partial least square* melalui software instrumen SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *quality product*, *promotion*, dan *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*. Oleh karena itu, variabel ini sangat penting bagi manajemen dalam upaya meningkatkan penjualan di masa datang.

Kata Kunci: *Product Quality, Promotion, Lifestyle, Purchase Decision*



ABSTRACT

This research aims to determine the effect of Product Quality, Promotion, and Lifestyle on Purchase Decision regarding Emina products on Shopee e-commerce. The research design used is causality with a quantitative approach. The population in this study were shopee consumers who had bought emina products, with a sample of 140 respondents who were taken using non-probability sampling method. The research data are primary data with data collection methods using questionnaire instruments given with likert scale measurements. The data analysis method uses partial least square through the SmartPLS version 3.0 software instrument. The results of this study are quality product, promotion, and lifestyle have a positive and significant effect on purchase decisions. Therefore, these variables are very important for management in their efforts to increase sales in the future.

Keywords: Product Quality, Promotion, Lifestyle, Purchase Decisions



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Product Quality, Promotion* dan *Lifestyle* terhadap *Purchase Decision*, Studi pada produk Emina di *E-Commerce Shopee*”**. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

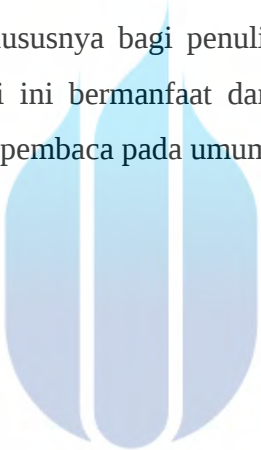
Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan Skripsi ini terlaksana berkat bimbingan bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, Khususnya kepada Bapak Dr. Syafrizal Chan, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat - nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas.
5. Teristimewa, kedua orang tua saya tercinta. Bapak Abdul Rahman, Ibu Rusmiyati yang telah memberikan doa, dorongan motivasi dan semangat yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini..

6. Terkhusus untuk saya pribadi selaku peneliti, yang telah berjuang dan berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi.
7. Semua teman dan kerabat penulis di Universitas Mercu Buana yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas saran, dukungan, dan doa yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 31 Juli 2025



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Novia Rahman

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Penelitian	1
B.Rumusan Masalah	12
C.Tujuan Penelitian	13
D.Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A.Kajian Pustaka	15
1.Manajemen Pemasaran	15
a) Pengertian Manajemen Pemasaran	15
b) Tugas Pokok Manajemen Pemasaran	16
c) Fungsi Manajemen Pemasaran	16
2.Keputusan Pembelian	18
a)Pengertian Keputusan Pembelian	18
b)Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	19
c)Proses Keputusan Pembelian	20
d)Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	22
3.Product Quality	23

a)Pengertian <i>Product Quality</i>	23
b)Faktor-Faktor <i>Product Quality</i>	24
c)Dimensi dan Indikator <i>Product Quality</i>	24
4.Promotion	25
a)Pengertian <i>Promotion</i>	25
b)Tujuan <i>Promotion</i> yang mempengaruhi keputusan pembelian	26
c)Dimensi dan Indikator <i>promotion</i>	27
5.Lifestyle	27
a)Pengertian <i>Lifestyle</i>	27
b)Faktor-Faktor yang mempengaruhi <i>lifestyle</i>	28
c)Dimensi dan Indikator <i>lifestyle</i>	31
6.Penelitian Terdahulu	31
B.Pengembangan Hipotesis	36
1.Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	36
2.Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	36
3.Pengaruh <i>lifestyle</i> terhadap <i>purchase decision</i>	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
A.Waktu dan Tempat Penelitian	39
B.Desain Penelitian	39
C.Definisi dan Operasionalisasi Variabel	40
1.Definisi Variabel	40
2.Operasional Variabel	40
D.Skala Pengukuran Variabel	44
E.Populasi dan Sampel	45
1.Populasi Penelitian	45
2.Sampel Penelitian	45
F.Metode Pengumpulan Data	46
G.Metode Analisis Data	47
1.Analisis Deskriptif	47
2.Uji Instrumen	48

3. Analisis Partial Least Square (PLS)	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Analisis Deskriptif	56
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
B. Statistik Deskriptif	58
1. Deskripsi Responden	58
2. Deskripsi Variabel Jawaban Responden	60
C. Analisis Data	69
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	69
2. Hasil Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	78
3. Pengujian Hipotesis	82
D. Pembahasan Hasil Penelitian	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	10 Brand Kosmetik Terlaris di E-commerce Shopee	3
1.2	Pernyataan Pra-Survei	7
2.1	Penelitian Terdahulu	31
3.1	Operasional Variabel	41
3.2	Instrumen Skala Likert	43
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	58
4.4	Uji Deskriptif Variabel <i>Quality Product</i>	59
4.5	Uji Deskriptif Variabel <i>Promotion</i>	61
4.6	Uji Deskriptif Variabel <i>Lifestyle</i>	64
4.7	Uji Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i>	66
4.8	Hasil Pengujian Convergent Validity	70
4.9	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	72
4.10	Nilai <i>Cross Loading</i>	73
4.11	Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	74
4.12	Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Rasio</i> (HTMT)	74
4.13	Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	75
4.14	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	76
4.15	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	77
4.16	Hasil Uji Nilai <i>F-Square</i> (F^2)	78
4.17	Hasil Uji Nilai Relevansi Prediksi (Q^2)	79
4.18	Hasil Uji <i>Multikolinieritas</i> (VIF)	79
4.19	Hasil Pengujian Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Total Penjualan Emina di Shopee	4
2.1	Proses Keputusan Pembelian	20
2.2	Kerangka Pemikiran	37
4.1	Logo Emina	54
4.2	Hasil Algoritma PLS	69
4.3	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	71
4.4	Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	92
2	Hasil Jawaban Kuesioner	97
3	Hasil <i>Output</i> SmartPLS	113

