

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *ONLINE
CUSTOMER REVIEW* DAN *EWOM* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN
APLIKASI OVO**

(Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta)

SKRIPSI

**SASKIA ANGELA
21170000008**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *ONLINE
CUSTOMER REVIEW* DAN *EWOM* TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN
APLIKASI OVO
(Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

SKRIPSI

**SASKIA ANGELA
2117000008**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *EWOM* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI OVO
(Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 07 September 2021



SASKIA ANGELA

NPM 21170000008

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *EWOM* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI OVO
(Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Dr. Dian Surya Sampurna, S.E., M.M dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 07 September 2021

Pembimbing



Dr. Dian Surya Sampurna, S.E., M.M.

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW DAN *EWOM* TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI OVO
(Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 07 September 2021 dengan nilai A.

Panitia Ujian Skripsi



1.; Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

A handwritten signature in cursive script.

2.; Dr. Dian Surya Sampurna, SE, MM
(Pembimbing)

A handwritten signature in cursive script.

3.; Doddi Prastuti, SE., MBA
(Anggota Penguji)

A handwritten signature in cursive script.

4.; Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala Tuhan Yang Maha Esa serta salam tercurah kepada Nabi Muhammad 'Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, pesyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Dian Surya Sampurna, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Doddi Prastuti, SE., MBA dan Bapak Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang diberikan serta bimbingannya selama melaksanakan studi.
6. Ayah (Syeikh Muhammad Al Badar) dan Mama (Elly Suharyati) selaku orang tua peneliti yang tiada henti memberikan doa, semangat, dan sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Moamar Khadafi selaku kakak pertama dan Maria Khadafi selaku kakak ipar peneliti yang telah memberikan dukungan materil, support dan doa untuk peneliti.
8. Apriliana selaku kakak sepupu dan Teguh selaku kakak ipar peneliti yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi dan memberikan dukungan fasilitas untuk menunjang pembelajaran skripsi ini.
9. Teman – teman seperjuangan skripsi yang selalu memberikan support dan tiada henti memberikan bantuan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik (Mia Retno Palupi, Safira Amalia Putri dan Fikri Saputra Pratama).
10. *Last but not least. I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 07 September 2021



SASKIA ANGELA
NPM 21170000008

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saskia Angela
NPM : 21170000008
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW DAN *EWOM* TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI OVO
(Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 07 September 2021

Yang menyatakan,



Saskia Angela

Saskia Angela NPM 21170000008 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing: Dr. Dian Surya Sampurna, S.E., M.M.
ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, <i>ONLINE CUSTOMER REVIEW</i> DAN <i>EWOM</i> TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI OVO (Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta)	
ABSTRAK	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh gaya hidup, <i>Online Customer Review</i>, dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO (Studi Kasus pada Mahasiswa STEI Jakarta).</p>	
<p>Strategi dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif sebagai metoda penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STEI Jakarta yang menggunakan aplikasi OVO pada periode Juli 2021. Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 155 responden. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>Partial Least Squares (PLS)</i> dengan program SmartPLS versi 3.2.9 dan dievaluasi dengan <i>outer model</i> dan <i>inner model</i>.</p>	
<p>Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, <i>Online Customer Review</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan <i>Electronic Word of Mouth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai <i>R-square</i> sebesar 0.835 menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh gaya hidup, <i>Online Customer Review</i>, dan <i>Electronic Word of Mouth</i> sebesar 83.5% dan 16.5% dipengaruhi oleh variabel lain.</p>	
<p><i>Kata Kunci : Gaya Hidup, Online Customer Review, EWOM, Keputusan Pembelian</i></p>	

Name	: Saskia Angela	Advisor
NPM	: 21170000008	Dr. Dian Surya Sampurna,S.E., M.M.
Study Program	: S-1 Management	

***THE INFLUENCE ANALYSIS OF LIFESTYLE, ONLINE
CUSTOMER REVIEW AND EWOM TO OVO
APPLICATIONS DECISIONS
(Case Study on STEI Jakarta Students)***

ABSTRACT

This study aims to determine Influence Analysis of Lifestyle, Online Customer Review and Electronic Word of Mouth on OVO Applications Decisions (Case Study on STEI Jakarta Students).

The strategy in this study is associative research with a quantitative approach as a research method. The Population in this research is STEI Jakarta students who used the OVO application in the July 2021 period. This study uses primary data by distributing questionnaires. The sample in this study are 155 respondents. Data analysis method used in this research is Partial Least Squares (PLS) by the programme of SmartPLS version 3.2.9 and evaluated within outer and inner model.

The result of this research conclude that lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions, Online Customer Review has a positive and significant effect on purchasing decisions, and Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions. The R-Squared value of 0.835 shows that purchasing decisions are influenced by lifestyle, Online Customer Reviews, and Electronic Word of Mouth by 83.5% and 16.5% is influenced by other variable.

Keywords : Lifestyle, Online Customer Review, EWOM, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR GAMBAR.....	14
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Pendahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	17
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	17
2.2.2. Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.3. Gaya Hidup.....	19
2.2.3.1. Pengertian Gaya Hidup.....	19
2.2.3.2. Indikator Gaya Hidup.....	20
2.2.4. <i>Online Customer Review</i>	21
2.2.4.1. Pengertian <i>Online Customer Review</i>	21
2.2.4.2. Indikator <i>Online Customer Review</i>	22
2.2.5. <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i>	22

2.3.6.2. Indikator Keputusan Pembelian	26
2.3. Keterkaitan Antar Variabel	27
2.3.1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i> terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian	30
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	30
BAB III METODA PENELITIAN	33
3.1. Strategi Penelitian	33
3.2. Populasi dan Sampel	33
3.2.1. Populasi Penelitian	33
3.2.2. Sampel Penelitian	34
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	35
3.3.1. Data	35
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data	36
3.4. Operasionalisasi Variabel	37
3.4.1. Variabel Penelitian	37
3.4.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
3.5. Metoda Analisis Data	41
3.5.1. Metoda Pengelolaan Data	41
3.5.2. Analisis Statistik Data	42
3.5.2.1. Analisis <i>Outer Model</i>	42
3.5.2.2. Analisis <i>Inner Model</i>	42
3.5.2.3. Pengujian Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Deskripsi Profil Perusahaan	44
4.2. Deskripsi Responden	44
4.3. Analisis Data Hasil Penelitian	47
4.3.1. Measurement Model (<i>Outer Model</i>)	48
4.3.1.1. <i>Convergent Validity</i>	48
4.3.1.2. <i>Discriminant Validity</i>	50
4.3.1.3. <i>Composite Reliability</i>	51

4.3.2. Analisis Inner Model	52
4.3.2.1. Uji Kecocokan Model (Model Fit).....	52
4.3.2.2. <i>R Square</i>	53
4.3.3. Uji t.....	53
4.3.3.1. Hasil Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.3.3.2. Hasil Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.3.3.3. Hasil Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.4. Pembahasan	56
4.4.1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.4.2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.4.3. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Simpulan	59
5.2. Saran	60
DAFTAR REFERENSI.....	61
DAFTAR LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1. Skala <i>Likert</i> untuk Instrumen Penelitian.....	34
Tabel 3. 2. Operasionalisasi Variabel Gaya Hidup.....	36
Tabel 3. 3. Operasionalisasi Variabel Gaya Hidup.....	37
Tabel 3. 4. Operasional Variabel <i>Customer Online Review</i>	37
Tabel 3. 5. Operasional Variabel <i>Customer Online Review</i>	38
Tabel 3. 6. Operasional Variabel <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i>	38
Tabel 3. 7. Operasional Variabel Keputusan Pembelian	39
Tabel 4. 1. Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4. 2. Usia Responden	44
Tabel 4. 3. Pekerjaan Responden.....	44
Tabel 4. 4. Pendapatan Responden.....	45
Tabel 4. 5. <i>Loading Factor</i>	47
Tabel 4. 6. <i>Cross Loading Discriminant Validity</i>	48
Tabel 4. 7. <i>Cross Loading Discriminant Validity</i>	49
Tabel 4. 8. <i>Composite Reliability</i>	50
Tabel 4. 9. Hasil <i>Output Model Fit Indices</i>	50
Tabel 4. 10. <i>R-Square Coefficient</i>	51
Tabel 4. 11. <i>Direct Effect</i> Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	62
Lampiran 2. Hasil Penelitian	66
Lampiran 3. Hasil Uji Outer	82
Lampiran 4. Hasil Uji Outer	83
Lampiran 5. Hasil Uji Inner	84
Lampiran 6. Hasil Uji t	85
Lampiran 7. Surat Riset	86
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup	87