



**PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMEN DAN PENGETAHUAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE AVOSKIN**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Uswatun Hasanah

NIM : 201811420

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2023



**PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMEN DAN PENGETAHUAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE AVOSKIN**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

USWATUN HASANAH

201811420

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

**PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMEN DAN PENGETAHUAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE AVOSKIN**

Nama : Uswatun Hasanah

NIM : 201811420

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

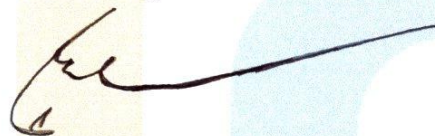
Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati., S.E., M.M)

NIDN : 0024037701

Pembimbing I



(Sutono., S.E., M.M., Ph.D)

NIDN : 0626017003

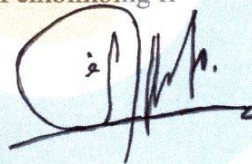
Mengetahui,



(Dr. Konati Sumekar., S.E., M.M)

NIDN : 0616077304

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah., S.E., M.M)

NIDN : 0601099201

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Ya Tuhanku, lapangkanlah dadaku, dan mudahkanlah untukku urusanku, dan lepaskanlah kekakuan dari lidahku, agar mereka mengerti perkataanku”

(Q.S Thaha:25-28)

“Ya Allah tiada kemudahan kecuali yang Engkau buat mudah dan Engkau Dzat yang menjadikan segala kesedihan (kesulitan) menjadi mudah, bila Engkau menghendakinya”

(HR. Ibnu Hibban)

“Everyone struggles at some point in life, but if you don’t give up and keep dedicating yourself until the end, flowers will eventually bloom”

(Kim Ji Woong)

Persembahan :

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan sayangi yang senantiasa dengan penuh kesabaran memberikan kasih sayang, dukungan, bantuan material maupun non material agar saya dapat menyelesaikan studi.
2. Teman-teman saya yang telah mendukung serta membantu saya.
3. Almamater Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan dan menganugerahkan kasih sayang, kesehatan serta berkah, ridho dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Konsumen dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Avoskin”. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi syarat akademi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dikarenakan keterbatasan dalam kemampuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis juga menyadari dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam dan tak terkira kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono., M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati., S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono., S.E., M.M., Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, masukan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.

5. Faridhatun Faidah., S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, masukan dan konsultasi dalam pengusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang telah senantiasa memberikan do'a, dukungan serta motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua adik penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat.
8. Seluruh responden yaitu pengguna sosial media twitter dan orang terdekat yang menggunakan skincare Avoskin.
9. Sahabat dan teman-teman yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan dan kelemahan penulis. Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini berguna sebagai ilmu pengetahuan serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Kudus, 25 Februari 2023

Penulis



Uswatun Hasanah

201811420.

**PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMEN DAN PENGETAHUAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE AVOSKIN**

Uswatun Hasanah
2018-11-420

Pembimbing: 1. Sutono., S.E., M.M., Ph.D
2. Faridhatun Faidah., S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup konsumen dan pengetahuan konsumen terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian pada produk skincare Avoskin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna skincare Avoskin sebanyak 120 responden dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data hasil penyebaran kuesioner yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis data SEM melalui program AMOS. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Gaya hidup konsumen, Pengetahuan konsumen, Keputusan pembelian, Kepuasan konsumen.

THE EFFECT OF CONSUMER LIFESTYLE AND CUSTOMER KNOWLEDGE ON CUSTOMER SATISFACTION THROUGH BUYING DECISION ON AVOSKIN SKINCARE PRODUCTS.

Uswatun Hasanah
2018-11-420

Pembimbing: 1. Sutono., S.E., M.M., Ph.D
2. Faridhatun Faidah., S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRACT

This study purpose to analyze the effect of consumer lifestyle and consumer knowledge on customer satisfaction through buying decision on Avoskin skincare products. This research uses quantitative method. The population in this study were Avoskin skincare users as many 120 respondents were sampled in this study using purposive sampling technique. Data from the distribution of the questionnaires that have been collected were analyzed using SEM data analysis technique through the AMOS program. The results in this study indicate that consumer lifestyle has a positive and significant effect on buying decision, consumer knowledge has a positive and significant effect on buying decision, consumer lifestyle has a positive and significant effect on consumer satisfaction, consumer knowledge has a positive and significant effect on consumer satisfaction, buying decision has a positive and significant effect on consumer satisfaction.

Keyword: Consumer lifestyle, Consumer knowledge, Buying decision, Consumer satisfaction.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.2 Keputusan Pembelian	14
2.1.3 Gaya Hidup Konsumen	17
2.1.4 Pengetahuan Konsumen	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran teoritis.....	24
2.4 Hipotesis	25
2.5 Perumusan Hipotesis	26
2.5.1 Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.5.2 Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.5.3 Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.....	28

2.5.4 Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.5.5 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Definisi Operasional	31
3.2.1 Kepuasan Konsumen.....	32
3.2.2 Keputusan Pembelian.....	32
3.2.3 Gaya Hidup Konsumen	33
3.2.4 Pengetahuan Konsumen	34
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2 Sumber Data	36
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.5 Pengumpulan Data	37
3.5.1 Uji Instrument Penelitian.....	38
3.6 Pengolahan Data.....	41
3.7 Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.2 Penyajian Data	55
4.2.1 Deskripsi Responden.....	55
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	56
4.3 Uji Instrumen	60
4.3.1 Uji Validitas dan Reabilitas	60
4.4 Analisis Data	64
4.4.1 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	64
4.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	67

4.4.3 Analisis <i>Full Measurement</i>	76
4.4.4 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) atau Full Model	77
4.4.5 Uji Kausalitas (<i>Regression Weight</i>)	79
4.5 Pengujian Hipotesis.....	82
4.5.1 Pengaruh Langsung	83
4.5.2 Besarnya Total Pengaruh.....	85
4.6 Pembahasan.....	87
4.6.1 Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.6.2 Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.6.3 Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.....	89
4.6.4 Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen	91
4.6.5 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen.....	92
4.6.6 Pengaruh Gaya Hidup Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian	93
4.6.7 Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel total penjualan brand skincare lokal tahun 2022.....	6
Tabel 3.1 Tabel <i>Goodness of Fit</i>	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	53
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Gaya Hidup Konsumen	56
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Pengetahuan Konsumen	57
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	59
Tabel 4.6 Hasil Pengujian <i>Construct Reliability</i>	60
Tabel 4.7 Hasil Pengujian <i>Variance Extracted</i>	61
Tabel 4.8 <i>Discriminant Validity</i>	62
Tabel 4.9 Uji Normalitas Data	64
Tabel 4.10 Uji <i>Outliers</i>	65
Tabel 4.11 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	68
Tabel 4.12 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> VariableEksogen.....	70
Tabel 4.13 Loading Factor Pengukuran Variable Eksogen	71
Tabel 4.14 Evaluasi kriteria <i>Goodness of Ftit Indices</i> Variable Endogen Sebelum Perbaikan.....	72
Tabel 4.15 Evaluasi kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variable Endogen	74
Tabel 4.16 Loading Factor Pengukuran Variable Endogen.....	75
Tabel 4.17 Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Full Measurement</i>	77
Tabel 4.18 Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>	78
Tabel 4.19 <i>Regression Weight</i>	79
Tabel 4.20 <i>Standardized Regression Weight</i>	80
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>).....	82
Tabel 4.22 Hasil <i>Regression Weight</i>	83

Tabel 4.23 Besar Total Effect 86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil survey melalui sosial media twitter	9
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis Penelitian.....	25
Gambar 3.1 Diagram Alur.....	43
Gambar 4.1 Variable Eksogen Sebelum Perbaikan	67
Gambar 4.2 Variable Eksogen Setelah Perbaikan	66
Gambar 4.3 Variable Endogen Sebelum Perbaikan	72
Gambar 4.4 Variable Endogen Setelah Perbaikan	73
Gambar 4.5 Analisis <i>Full Measurement</i>	76
Gambar 4.6 Analisis Full Model.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner	108
Lampiran 3 Frekuensi Data.....	113
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas	115
Lampiran 5 Hasil Analisis.....	117

