

**PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP DAN *WORD OF MOUTH*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIP CREAM MATTE*  
*PIXY* PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS FLORES**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Universitas Flores**



**OLEH:**

**ELFIRA NADILA SAFITRI  
2019410016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS FLORES**

**ENDE  
2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Nama : ELFIRA NADILA SAFITRI**  
**Nim : 2019410016**  
**Judul : PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP DAN *WORD OF MOUTH* KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIP CREAM MATTE PIXY PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS FLORES**

**Ende, 19 Agustus 2025**

**Telah Diujikan dan Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Flores**

**Pembimbing I**



**Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM**  
**NIDN. 0818097501**

**Pembimbing II**



**Maria Endang Jamu, SE.,MM**  
**NIDN. 0814019101**

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores**



**Maria Endang Jamu, SE.,MM**  
**NIDN. 0814019101**

## LEMBAR PENGESAHAN

Telah diajukan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memproleh Sarjana Manajemen Pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 19 Agustus 2025



Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc  
NIDN. 08 2609 7401

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



Maria Endang Jamu, SE.,MM  
NIDN. 08 1410 9101

Tim penguji:

01. Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc  
NIDN. 08 2609 7401

02. Lambertus Langga, SE.,M.Sc  
NIDN. 08 2507 7101

03. Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM  
NIDN. 08 3110 8301

04. Maria Endang Jamu, SE.,MM  
NIDN. 08 1401 9101

05. Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM  
NIDN. 08 1809 7501

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....



**UNIVERSITAS FLORES  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *LIP CREAM MATTE PIXY* PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS FLORES”**. Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 19 Agustus 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 19 Agustus 2025  
Yang Memberi Pernyataan



**Elfira Nadila Safitri**  
**2019410016 .**

## **MOTTO**

**"Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan."**

**(Q.S Al-Insyirah:5)**

**"Terlambat Bukan Berarti Gagal, Cepat Bukan Berarti Hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda, PERCAYA PROSES itu yang paling penting, Karena Allah telah mempersiapkan Hal baik dibalik kata Proses yang kamu anggap Rumit."**

**(Edwar Satria)**

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, rahmat, dan kasih setia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah buah dari kerja keras, doa, dan dukungan banyak pihak, yang tak henti-hentinya menjadi pelita dalam perjalanan panjang ini. Dengan penuh cinta dan rasa hormat, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah Imran ABD Nggamu dan Ibu Ramlan Marjan.

Terima kasih atas cinta yang tak bersyarat, doa yang tak pernah putus, dan ketulusan yang menjadi kekuatan dalam setiap langkahku. Semangat dan keteguhan kalian adalah alasan utama saya bisa berdiri hingga sejauh ini.

2. Saudara-saudaraku tersayang: Muh. Rizki Surahman, Muh. Reza, Muh. Iksan Raihan, dan Muh. Muhatir.

Terima kasih atas kehadiran, perhatian, dan semangat yang kalian berikan. Dalam setiap tawa dan pelukan kalian, saya menemukan kenyamanan dan kekuatan.

3. Diriku sendiri, Elfira Nadila Safitri

Terima kasih telah memilih untuk bertahan, walau kadang lelah. Terima kasih karena tidak menyerah, walau kadang ragu. Terima kasih telah percaya bahwa setiap proses pasti akan menemukan akhirnya. *You did it.*

4. Para dosen dan seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Terima kasih atas ilmu, arahan, dan bimbingan yang telah menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran dan penyusunan karya ini. Kalian Adalah pelita di dunia akademikku.

5. Sahabat-sahabat terbaikku: Boba Girl's (Iin dan Egha), Regal (Kucing kesayangan), Tri, Fifian, dan Si Cantik (Motor kesayangan yang selalu menemani)

Terima kasih atas canda, dukungan, dan semangat yang tak pernah padam. Kalian Adalah tempat pulang paling hangat di antara kerasnya dunia perkuliahan.

6. Seluruh teman-teman Prodi Manajemen Angkatan 2019

Kalian bukan sekadar rekan belajar, tapi juga teman seperjuangan. Terima kasih telah berbagi cerita, tawa, dan pelajaran hidup selama masa perkuliahan ini. Bersama kalian, saya belajar bahwa ketulusan dan kesabaran adalah nilai yang paling indah.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan *Word of Mouth* Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lip Cream Matte Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores”** sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menghadapi berbagai hambatan namun dapat diatasi dengan baik berkat bantuan, pengarahan dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Flores.
- 2) Rektor dan para Wakil Rektor Universitas Flores.
- 3) Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores.
- 4) Kepro dan Wakil Kepro Manajemen Universitas Flores.
- 5) Bapak Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM selaku pembimbing I dan Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM selaku dosen pembimbing II yang dengan kerelaan hati meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, arahan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 6) Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Program Studi Manajemen yang sudah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7) Semua pihak yang tidak dapat Saya sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi penelitian ini.

Ende, Mei 2025

Penulis

## ABSTRAK

**Elfira Nadila Safitri, NIM: 2019410016, Judul Skripsi “Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Matte Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores”. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores, Pembimbing I Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM dan Pembimbing II Maria Endang Jamu, SE.,MM.  
Email:[elfiranadilasafitri01@gmail.com](mailto:elfiranadilasafitri01@gmail.com)**

---

---

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, gaya hidup, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Lip Cream Matte merek Pixy pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Jumlah sampel sebanyak 91 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden adalah mahasiswi aktif yang pernah menggunakan produk Lip Cream Matte Pixy.

Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dibuktikan dengan nilai thitung  $2,933 > t_{tabel} 1,984$  dan signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Variabel Gaya Hidup (X2) juga berpengaruh signifikan, dengan nilai thitung  $2,137 > t_{tabel}$  dan signifikansi  $0,035 < 0,05$ . Sementara itu, variabel *Word of Mouth* (X3) tidak berpengaruh signifikan, ditunjukkan oleh nilai thitung  $0,603 < t_{tabel}$  dan signifikansi  $0,548 > 0,05$ .

Kesimpulannya, citra merek dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Lip Cream Matte Pixy, sedangkan *word of mouth* tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa persepsi konsumen terhadap merek serta gaya hidup lebih dominan dalam menentukan keputusan pembelian dibandingkan rekomendasi dari orang lain.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Gaya Hidup, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**Elfira Nadila Safitri, NIM: 2019410016, Thesis Title "The Influence of Brand Image, Lifestyle and Word of Mouth on Purchasing Decisions of Pixy Matte Lip Cream Cosmetics on Students of the Faculty of Economics and Business, University of Flores". Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Flores, Supervisor I Dr. Mansyur A. Hamid, SE., MM and Supervisor II Maria Endang Jamu, SE., MM.**  
Email: [elfiranadilasafitri01@gmail.com](mailto:elfiranadilasafitri01@gmail.com)

---

---

*This study aims to examine the influence of brand image, lifestyle, and word of mouth on the purchasing decisions of Pixy Matte Lip Cream among students of the Faculty of Economics and Business at the University of Flores. The research employed a quantitative approach with multiple linear regression analysis. A total of 91 respondents were selected using purposive sampling, consisting of active female students who had used Pixy Matte Lip Cream products.*

*Prior to regression analysis, the data were tested for validity, reliability, and classical assumptions, including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity. The results revealed that brand image (X1) has a positive and significant effect on purchasing decisions ( $t = 2.933$ ;  $\text{sig. } 0.005 < 0.05$ ), and lifestyle (X2) also significantly affects purchasing decisions ( $t = 2.137$ ;  $\text{sig. } 0.035 < 0.05$ ). In contrast, word of mouth (X3) does not significantly influence purchasing decisions ( $t = 0.603$ ;  $\text{sig. } 0.548 > 0.05$ ).*

*In conclusion, brand image and lifestyle significantly influence consumer purchasing decisions for Pixy Matte Lip Cream, while word of mouth does not. These findings indicate that consumer perception of a brand and lifestyle factors play a more dominant role in shaping purchase behavior compared to interpersonal recommendations.*

**Keywords:** Brand Image, Lifestyle, Word of Mouth, Purchase Decision

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASIAN KARYA TULIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Citra Merek .....	9
2.1.3 Gaya Hidup .....	14

2.1.4 <i>Word of Mouth</i> .....	19
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	28
2.4 Kerangka Berpikir.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Lokasi Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel .....	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.4.1 Jenis Data .....	34
3.4.2 Sumber Data.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Uji Instrumen Penelitian .....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.10 Uji Hipotesis .....	40
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	42
4.1.1 Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores .....	42
4.1.2 Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis .....	43
4.1.3 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis .....	45

4.1.4 Sarana dan Prasarana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores .....	46
4.2 Deskripsi Responden.....	47
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	51
4.3.1 Uji Validitas .....	51
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	53
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.3.4 Uji Hipotesis .....	57
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Matte Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores. ....	64
4.4.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Matte Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores. ....	67
4.4.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Matte Pixy pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores .....	71
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Top Brand Award kategori lipstick tahun 2017-2020 .....	3
Tabel 1.2 Beberapa Produk Lip Cream Produksi dalam Negeri .....	4
Tabel 1.3 Data Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis ( 2020-2024).....	4
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi .....	48
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan.....	49
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kuesioner Penelitian .....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.7 Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	54
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas .....	55
Tabel 4.9 Uji Heterokedastisitas .....	57
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Matte Pixy Pada Mahasiswi .....	58
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Matte Pixy Pada Maasiswi .....	59
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Matte Pixy pada Mahasiswi .....	60
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Matte Pixy Pada Maasiswi .....	61
Tabel 4.16 Hasil analisis <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Matte Pixy pada Mahasiswi .....	62
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinan <i>Word Of MouthI</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Cream Matte Pixy Pada Maasiswi .....	63
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan).....	64

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Produk Lip Cream .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	31
Gambar 4.1 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	47
Gambar 4.2 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Program Studi .....	48
Gambar 4.3 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan.....	49
Gambar 4.4 Diagram Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....	50

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I : Kuesioner

Lampiran II : Tabulasi Data

Lampiran III :Tabel T, Tabel F, T R<sup>2</sup>

Lampiran IV : Olah Data

Lampiran V: Dokumentasi