

PENGARUH *LIFESTYLE*, *VIRAL MARKETING*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAHF PADA *E-COMMERCE*



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Rahmad Hidayat

NIM :22415606

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

PENGARUH *LIFESTYLE*, *VIRAL MARKETING*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAHF PADA *E-COMMERCE*



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Rahmad Hidayat

NIM :22415606

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Lifestyle*, *Viral Marketing*, dan *Online Customer Review*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kahl Pada *E-Commerce*
Nama : Rahmad Hidayat
NIM : 22415606
Tempat, Tanggal Lahir : Pacitan, 12 November 1997
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 01 Juli 2026

Pembimbing I



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom

NUPTK. 0857752653130142

Pembimbing II



Dwi Warni Widyuningsih, S.E., MM

NUPTK. 4742764665231052

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si
NIK. 1970101619990412

Dosen Penguji:

Ketua



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom

NUPTK. 0857752653130142

Sekretaris



Fery Setiawan, SE., MM

NUPTK. 1552767668131043

Anggota



Dr. Diana Pramudya W, SE., MM

NUPTK. 0741761662230202

PENGARUH *LIFESTYLE*, *VIRAL MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAHF PADA *E-COMMERCE*

Rahmad Hidayat, Heri Wijayanto, Dwi Warni Wahyuningsih

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle*, *viral marketing*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Kahf pada *e-commerce*. Perkembangan dalam bidang teknologi, informasi, dan komunikasi selama satu dekade terakhir ini telah memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap berbagai sisi kehidupan, termasuk cara konsumsi masyarakat. Perkembangan ini memicu pergeseran perilaku konsumen dari yang awalnya berorientasi pada transaksi secara langsung (*offline*) menjadi lebih condong melakukan transaksi melalui *platform* digital menggunakan *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, dimana diperoleh 100 sampel pada laki-laki yang berdomisili di Kabupaten Ponorogo yang pernah menggunakan dan membeli produk Kahf pada *platform e-commerce*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kahf pada *e-commerce*, 2) *Viral marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kahf pada *e-commerce*, 3) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kahf pada *e-commerce*.

Kata Kunci : *Lifestyle*, *Viral Marketing*, *Online Customer Review*, Keputusan Pembelian, Kahf

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 01 Juli 2026



Rahmad Hidayat

22415606

MOTO

“Hidup yang tidak dipertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan”

Sutan Sjahrir



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, penulis telah berhasil menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Lifestyle*, *Viral Marketing*, Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kahf Pada *E-Commerce*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai kelulusan pada program Strata Satu (S1).

Selama proses penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom. dan Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, S.E., MM. selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran dalam memberikan arahan, petunjuk dan bantuannya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu dan adik-adik saya yang telah mendoakan dan mendukung saya selama ini, sehingga saya bisa berada diposisi ini.
6. May Lovita yang telah membantu saya dari pengerjaan sempro hingga skripsi ini selesai.
7. *Ohio Coffee & Drink* yang telah menyediakan tempat yang nyaman untuk saya mengerjakan skripsi.
8. Serta teman-teman khususnya kelas manajemen prosus yang telah membantu saya selama ini.

Penulis memahami bahwa skripsi ini masih banyak memiliki banyak kekurangan. Dengan demikian, penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun demi perbaikan karya ilmiah ini. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi positif serta referensi yang bermanfaat bagi pembaca, terutama mahasiswa, peneliti, dan pihak-pihak yang bergelut dibidang pemasaran digital serta perilaku konsumen.

Akhir kata, penulis menyampaikan apresiasi terdalam dan berharap seluruh bantuan yang telah diberikan mendapat berkah serta balasan kebaikan dari Allah SWT.

Ponorogo, 01 Juli 2026



Rahmad Hidayat

NIM. 22415606

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	29
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	29
3.3 Metode Pengambilan Data.....	31
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5 Metode Analisis Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian.....	41
4.2 Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	76



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Skala Likert	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>E-Commerce</i>	44
Tabel 4.3 Interpretasi Penilaian Jawaban Responden	46
Tabel 4.4 Hasil Deskripsi Variabel <i>Lifestyle</i> (X1)	47
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Variabel <i>Viral Marketing</i> (X2)	49
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i> (X3).....	51
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.10 Hasil <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	60
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Logo Kahf.....	41
Gambar 4.2 Produk Kahf.....	42
Gambar 4.3 <i>Normal Probability Plot</i>	60
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i>	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	76
Lampiran 2 Tabulasi Data	82
Lampiran 3 Uji Instrument	88
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik	93
Lampiran 5 Analisa Data Dan Uji Hipotesis	95
Lampiran 6 Nilai R Tabel Dan Nilai T Tabel.....	96
Lampiran 7 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	97
Lampiran 8 Surat Keterangan Hasil Similarity.....	99
Lampiran 9 Submit Artikel	100

