

***THE IMPACT OF LIFESTYLE, BRAND IMAGE, CUSTOMER REVIEW,
COD FEATURE, AND FLASH SALE ON SKINCARE PRODUCT
PURCHASES AMONG GENERAL Z CONSUMERS THROUGH SHOPEE
IN BELONGKUT VILLAGE***

ARTIKEL ILMIAH

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



**OLEH :
NUR ASIA RITONGA
2201100124**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2026**

LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL

NAMA : NUR ASIA RITONGA
NPM : 2201100124
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : DAMPAK GAYA HIDUP, *BRAND IMAGE*,
CUSTOMER REVIEW, FITUR COD, DAN *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA KONSUMEN GEN Z MELALUI SHOPEE DI DESA BELONGKUT

RANTAUPRAPAT, 25 FEBRUARI 2026

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING



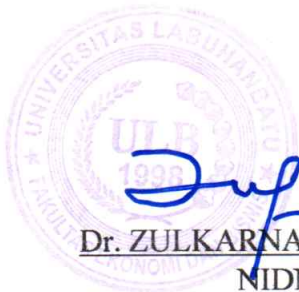
Assoc. Prof. ADE PARLAUNGAN
NASUTION, Ph.D
NIDN. 1006086801

MUHAMMAD YASIR ARAFAT
POHAN, SE., M.Sc
NIDN. 120069502

MENYETUJUI:

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN



Dr. ZULKARNAIN NASUTION, SE., M.Si
NIDN. 0116087401



YUNIMAN ZEBUA, SE., M.Si
NIDN.0117067201

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL TUGAS AKHIR

NAMA : NUR ASIA RITONGA
NPM : 2201100124
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL ARTIKEL : DAMPAK GAYA HIDUP, *BRAND IMAGE*,
CUSTOMER REVIEW, FITUR COD, DAN *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA KONSUMEN GEN Z MELALUI SHOPEE DI DESA BELONGKUT

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Artikel ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan Artikel ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Artikel ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 13 Mei 2026

Yang Membuat Pernyataan



NUR ASIA RITONGA
2201100124

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena Berkah dan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan TUGAS AKHIR, yang berjudul : **“DAMPAK GAYA HIDUP, *BRAND IMAGE*, *CUSTOMER REVIEW*, FITUR COD, DAN *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA KONSUMEN GEN Z MELALUI SHOPEE DI DESA BELONGKUT”**. Adapun tujuan penyusunan Artikel ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) padaprogram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah banyak memberi dukungan baik materi maupun spiritual sehingga penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan Artikel ini. Semua pihak yang memberikan bantuan berupa bimbingan baik berupa moral maupun material. Yang terutama yang terhormat :

1. Bapak Assoc. Prof. Ade Parlaungan Nasution, Ph.D selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Dr. Zulkarnain Nasution, SE, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Muhammad Irwan Hasibuan, SE, M. Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Yuniman Zebua, SE, M. Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
5. Bapak Assoc. Prof. Ade Parlaungan Nasution, Ph.D selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Bapak Muhammad Yasir Arafat Pohan, SE, M. Sc selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

8. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
9. Ayahandan dan Ibunda tercinta yang tiap kali memberikan semangat dan doa untuk anaknya.
10. Abah dan kakak yang selalu memberikan semangat dan doa untuk adik tercintanya.
11. Seluruh teman-teman satu angkatan prodi Manajemen yang memberikan motivasi untuk dapat menyelesaikan Artikel.

Akhir kata penulis berharap semoga Artikel ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua, sebagai bahan referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya di bidang studi manajemen.

Rantauprapat, 13 Mei 2026

Penulis



NUR ASIA RITONGA



Letter of Acceptance

ID Artikel: 3667

Dengan hormat,

Berdasarkan hasil proses **review, evaluasi substansi, dan keputusan dewan editor**, dengan ini kami menyatakan bahwa artikel ilmiah berikut:

The Impact of Lifestyle, Brand Image, Customer Review, COD Feature, And Flash Sale on Skincare Product Purchases Among General Z Consumers Through Shopee In Belongkut Village

Nur Asia Ritonga^{1✉}, Ade Parlaungan Nasution², Muhammad Yasir Arafat Pohan³

¹ Student, Manajemen, Universitas Labuhanbatu

² Pascasarjana, Universitas Labuhanbatu

³ Manajemen, Universitas Labuhanbatu

Email Correspondence:

✉ : eny.gangga.wati-2024@feb.unair.ac.id

telah **Diterima (ACCEPTED)** dan dinyatakan **Layak Untuk Dipublikasikan** pada jurnal ***Amkop Management Accounting Review (AMAR)***, serta akan dimuat pada:

Volume 6, Issue 1, Tahun 2026, Januari - Juni

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas kepercayaan penulis kepada jurnal kami, kami ucapkan terima kasih.

Makassar, 27 maret 2026

✉ Email : 4marsani@gmail.com

🌐 Website : <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/amar/>

📞 Contact Person : +62 853 9992 9080 (Amar Sani)



Editor in Chief