



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK
MAYBELLINE DI MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1 Bidang Ilmu Pendidikan
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika

oleh

Fitriani Manurung

111.18.054

PEMBIMBING 1

Martinus Rukismono., SE. M.M.

N I P : 111/03.70/09.95/019

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA

SURABAYA

(2021)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan penyertaan-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline di Medan”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam derajat Sarjana Manajemen (S.M) program Strara (S-1) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menyertai dan memberikan hikmat untuk peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.
2. F. Priyo Suprobo ST., M.T. sebagai Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Widya Kartika Surabaya.
3. Yulius Hari, S.Kom., MBA., M.Kom Wakil Rektor 1 Bidang Akademik Universitas Widya Kartika yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Widya Kartika Surabaya.
4. Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika Surabaya, sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta mendukung dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
5. Martinus Rukismono, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, serta mendukung dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
6. Papa, Mama, dan Kakak saya, karena sudah dengan sabar memberi dukungan baik secara moril maupun moral sehingga peneliti ini bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

7. Saudara-saudara saya, karena selalu memberikan dukungan dan semangat agar penelitian ini bisa terselesaikan dengan baik.
8. Sandro Dadiara, yang selalu memberikan semangat agar penelitian yang dilakukan bisa terselesaikan dengan tepat waktu.
9. Sahabat saya Rossi, Fransiska, Sherly, Christin Paramita dan semua teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang juga telah memberikan motivasi agar penelitian ini bisa terlaksana dengan baik.

Akhir kata peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidaklah sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 27 November 2021

Fitriani Manurung

ABSTRAK

Fitriani Manurung

Skripsi

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline di Medan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kosmetik Maybelline di Medan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah keseluruhan dari penduduk Medan yang mengunjungi dan membeli produk kosmetik Maybelline. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 119 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *snowball sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis faktor yaitu PCA (*Principal Component Analysis*), analisis regresi linear berganda, dan uji f dengan perangkat lunak SPSS. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah 3 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Maybelline di Medan yaitu: (1) Faktor Pribadi/diri sendiri, (2) Faktor Kualitas, dan (3) Faktor Harga.

Kata kunci: Kosmetik, Sektor Kosmetik, Keputusan Pembeli

ABSTRACT

Fitriani Manurung

Thesis

Factors That Affect Consumers In Maybelline Cosmetic Purchase Decisions in Medan.

This study aims to find out the factors that influence consumers in maybelline cosmetic purchase decisions in Medan. This type of research is quantitative research. The population of this study is the entire population of Medan who visited and purchased Maybelline cosmetic products. The research method used in this study was to use questionnaires. The number of respondents used in this study was 119 respondents. The data collection technique used in this study is non-probability sampling with snowball sampling technique. The data analysis methods used in this study are using factor analysis i.e. PCA (Principal Component Analysis), multiple linear regression analysis, and F tests with SPSS software. The results obtained in this study are 3 factors that influence the decision to purchase Maybelline cosmetics in Medan, namely: (1) Personal / Self-Factor, (2) Quality Factor, and (3) Price Factor.

Keywords: Cosmetics, Cosmetics Sector, Buyer's Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Lingkup Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Nuntasaree Sukato and Barry Elsey (2009).....	11
2.1.2 Ms. Shallu, Asssistant Professor, Delhi College of and Commerce, University of Delhi, Delhi, India (2003)	11
2.1.3 Ummu Habibah dan Sumiati (2016).....	12
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	13
2.2.1 Persamaan Penelitian	13
2.2.2 Perbedaan Penelitian	13
2.3 Landasan Teori	14
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
2.3.3 Pengertian Pemasaran	15

2.3.3.1	Strategi Pemasaran.....	19
2.3.3.2	Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	20
2.3.4	Pengertian Produk.....	22
2.3.4.1	Pengertian Kualitas Produk.....	23
2.3.4.2	Dimensi Kualitas Produk.....	24
2.3.4.3	Tingkat Produk.....	25
2.3.4.4	Klasifikasi Produk.....	26
2.3.4.5	Hirarki Produk.....	26
2.3.4.6	Atribut Produk.....	27
2.3.5	Pengertian Merek Pada Sebuah Produk.....	27
2.3.5.1	Kriteria Pemilih Merek.....	29
2.4.6	Proses Pengambilan Keputusan.....	30
2.4.6.1	Jenis-jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	32
2.4	Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.2.1	Jenis Data.....	36
3.2.2	Sumber Data.....	36
3.3	Teknik Pengambilan Data.....	38
3.3.1	Metode <i>Interview</i> (wawancara).....	38
3.3.2	Metode Kuesioner (angket).....	38
3.3.3	Observasi.....	38
3.4	Populasi dan Sampel.....	39
3.4.1	Populasi.....	39
3.4.2	Sampel.....	39
3.5	Analisis Faktor.....	41
3.6	Asumsi Faktor.....	46
3.7	Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.7.1	Uji <i>f</i>	47
3.7.2	Uji <i>t</i>	47

BAB IV PEMBAHASAN.....	48
4.1 Deskripsi Variabel.....	48
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	52
4.2 Analisis Data.....	54
4.2.2 Analisis Faktor.....	54
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.3 Pengujian Hipotesis.....	66
4.3.1 Uji F.....	66
4.3.2 Uji t.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index kategori Produk Lipstick.....	7
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	13
Tabel 2.2 Keterlibatan	33
Tabel 3.1 Rentang Skala Likert dalam Penelitian	39
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Deskripsi Usia Responden	48
Tabel 4.3 Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden	49
Tabel 4.4 Deskripsi Pekerjaan Responden	50
Tabel 4.5 Deskripsi Frenkuensi Pembelian.....	50
Tabel 4.6 Deskripsi Frenkuensi Biaya yang dikeluarkan.....	51
Tabel 4.7 Skor Jawaban Responden.....	52
Tabel 4.8 Hasil KMO dan Barlett's test.....	54
Tabel 4.9 Hasil MSA test	55
Tabel 4.10 <i>Initial Eigenvalues</i>	56
Tabel 4.11 Rotated Component Matrix.....	57
Tabel 4.12 Interpretasi Faktor Baru	58
Tabel 4.13 Transformasi Komponen.....	64
Tabel 4.14 Hubungan Regresi antara variabel bebas dan terikat	65
Tabel 4.15 Uji f	67
Tabel 4.16 Uji t	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Peningkatan Pemakaian Kosmetik dari tahun 2016-2017 di Indo.....	3
Gambar 1.2 Logo Maybelline.....	5
Gambar 1.3 Beberapa contoh produk Maybelline	6
Gambar 1.4 Store Maybelline di Medan.....	6
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	30
Gambar 3.1 Tahapan Analisa Faktorial	41

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

- Lampiran 1 : Lembar Kuisisioner
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Karakteristik Responde
- Lampiran 4 : Deskripsi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Analisis Data
- Lampiran 6 : Jurnal Ilmiah
- Lampiran 7 : Biodata Penulis
- Lampiran 8 : Lembar Konsultasi