

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor sosial, pribadi, harga produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik oriflame pada mahasiswi Universitas Muhammadiyah Jember.. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi manajemen yang sudah pernah membeli produk kosmetik Oriflame dan sudah menjadi member Oriflame. Penelitian ini menggunakan data pimer berupa kuisisioner yang disebarakan. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan penelitian purposive random sampling. Hasil dari data kuisisioner dianalisis dengan menggunakan Uji Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda dan uji hipotesis (uji f dan uji t) dengan taraf signifikan = 5% dengan menggunakan SPSS versi 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial, pribadi, harga produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Oriflame. Hasil analisis statistik uji t diperoleh faktor sosial (X1) dengan nilai signifikan 0.000 pribadi (X2) nilai signifikan 0.000, harga produk (X3) nilai signifikan 0.000, dan kualitas produk (X4) nilai signifikan 0.000. Hasil uji f menunjukkan bahwa hasil signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 4,367 + 0,228 X1 + 0,366 X2 + 0,502 X3 + 0,244 X4$. Penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Faktor Sosial ,Pribadi, Harga Produk, Kualitas Produk

ABSTRACT

This study aims to determine whether the factor of social, personal, product pricing, and product quality influence on purchase decisions Oriflame cosmetics products on student of University Muhammadiyah Jember . Population in this study is student of the faculty of economics management who use cosmetics products oriflame and become a member oriflame. This research uses primary data in the form of questionnaires distributed. Sample taken 100 respondents using purposive random sampling. The result of the questionnaires were analyzed by using classical assumption test, multiple linear regression and hypothesis testing (f test dan t test) with significant level = 5% with SPSS version 21. The result of this study show that social factors, personal, product pricing, and product quality significant effect partially or simultaneous on product purchasing decisions cosmetics oriflame. Statistical analysis of the result obtained by t test social factors (X1) with significant value 0.000, personal (X2) with significant value 0.000, product pricing (X3) with significant value 0.000, and product quality (X4) with significant value 0.000. The f test result showed that the result of significance 0.000 show that all independent variables with the same influence on purchase decisions. Based on the results obtained by regression equation as : $Y = 4,367 + 0,228 X1 + 0,366 X2 + 0,502 X3 + 0,244 X4$. This study is valid and reliable variable.

Keywords: *social factors, personal, product, product pricing, product quality*