

**Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk
Skincare Di *The Body Shop Lippo Mall Jember*
Dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behavior***

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

YUNI FITRI

NIM. 1610411049

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

**Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk
Skincare Di *The Body Shop Lippo Mall Jember*
Dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behavior***

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

YUNI FITRI

NIM. 1610411049

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuni Fitri

NIM : 1610411049

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : *INTENSI KONSUMEN TERHADAP KOSMETIK DAN PRODUK SKINCARE DI THE BODY SHOP LIPPO MALL JEMBER DENGAN PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, April 2022

Yang Menyatakan,



Yuni Fitri

NIM. 1610411049

SKRIPSI

Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skincare Di *The Body Shop Lippo Mall Jember* Dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behavior*

Oleh :

YUNI FITRI

NIM. 1610411049

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Budi Santoso, SE, MM, M.Ak



Dosen Pembimbing Pendamping : Ira Puspitadewi S., SE, MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul: *Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik dan Produk Skincare The Body Shop Lippo Mall Jember Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior*. telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 07 April 2022

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Nama : Yuni Fitri

NIM : 1610411049

Tim Penguji


Nurul Qomariah, Dr., MM

NPK 0701086702

Anggota 1,


Budi Santoso, SE, MM, M.Akun

NPK 0709107301

Anggota 2,


Ira Puspitadewi S, SE, MM

NPK 0727078103

Mengesahkan,

Ketua Program Studi,

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE, MM

NPK 197708112005012001


Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM

NPK 19860514.1.1703796

MOTTO

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.”

– Imam Syafi’i

“ Allah tidak membebani seseorang sesuai dengan kesanggupannya”

Qs Al baqarah 286

“Barang siapa menolong saudaranya yang membutuhkan maka Allah ta’ala akan menolongnya.”

(HR. Muslim)



PERSEMBAHAN

Sujud syukur ku persembahkan pada ALLAH SWT yang maha kuasa, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupanyang diberikan-Nya hinga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang:

1. Kedua orang tuaku Tercinta yakni bapak Juma'i dan ibu Isnaini yang tak pernah lelah membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, serta memberi dukungan, perjuangan, motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terima kasih buat Bapak dan Ibuk.
2. Ibu Nurul Qomariah, Dr., MM selaku dosen penguji yang dengan sabarnya telah memberikan bimbingan dan saran sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
3. Bapak Budi Santoso, SE., MM, M.Akun selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan segenap perhatian dan pengetahuan dalam membimbing penelitian dari awal pengerjaan skripsi sampai dengan selesai.
4. Ibu Ira Puspitadewi S, SE., MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan terbaik kepada penelitian dari awal sampai selesai.
5. Sahabatku fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2016.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **”Intensi Konsumen Terhadap Produk dan Skincare The Body Shop Lippo Mall Jember Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior “**

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Hanafi, M.PD, selaku rector Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
3. Bapak Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
4. Ibu Nurul Qomariah, Dr., MM selaku dosen penguji yang dengan sabarnya telah memberikan bimbingan dan saran sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
5. Bapak Budi Santoso, SE., MM, M.Akun selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan segenap perhatian dan pengetahuan dalam membimbing penelitian dari awal pengerjaan skripsi sampai dengan selesai.
6. Ibu Ira Puspitadewi S, SE., MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan terbaik kepada penelitian dari awal sampai selesai.
7. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
8. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
9. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
10. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2016 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember , April 2022

Yuni Fitri



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Masalah.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Konsep Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran	11
2.1.4 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.2 Pengertian Kosmetik	16

2.3 Intensi Membeli Konsumen	18
2.4 <i>Theory Of Planned Behavior</i>	19
2.5 Faktor Psikologis Konsumen	21
2.5.1 Pengertian Psikologis Konsumen.....	21
2.5.2 Perilaku Konsumen dari Sudut Pandang Psikologi.....	22
2.5.3 Indikator Faktor Psikologis Konsumen.....	23
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
2.7 Kerangka Konseptual	25
2.8 Hipotesis Penelitian.....	26
2.8.1 Pengaruh Sikap Terhadap Intensi Membeli	27
2.8.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Intensi Membeli.....	27
2.8.3 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Membeli	28
2.8.4 Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Membeli	28
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	30
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.3 Desain Penelitian.....	32
3.4 Jenis Data	32
3.4.1 Data Primer	32
3.4.2 Data Sekunder	33
3.5 Populasi, Sampel, dan teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.5.1 Populasi.....	33
3.5.2 Sampel.....	33
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.6 Metode pengumpulan data	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1 Uji Instrumen Data.....	35
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	36
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37

3.7.4 Uji Hipotesis.....	38
BAB IV	40
PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.1 Sejarah Singkat <i>The Body Shop</i> Lippo Mall Jember.....	40
4.1.2 Logo <i>The Body Shop</i>	40
4.2 Jenis Data Untuk Kebutuhan Analisis.....	42
4.2.1 Deskripsi Statistik Responden.....	42
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
4.4.4 Uji Hipotesis.....	52
4.2 Pembahasan.....	54
4.2.1 Pengaruh Sikap Terhadap Intensi Membeli.....	54
4.2.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Intensi Membeli.....	55
4.2.3 Pengaruh Persepsi Kontrol Terhadap Intensi Membeli.....	55
4.2.4 Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Membeli.....	56
BAB V.....	57
KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Data Top Brand Kosmetik & Skincare Nasional	2
Tabel 1.2: Data Top Brand Of The Word Kosmetik & Skincare	5
Tabel 1.3: Data Pengunjung The Body Shop di Lippo Mall Jember.....	6
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1: Data Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.2: Data Responden Berdasarkan Waktu.....	43
Tabel 4.3: Deskripsi Variabel Sikap.....	43
Tabel 4.4: Deskripsi Variabel Norma Subjektif.....	44
Tabel 4.5: Deskripsi Variabel Kontrol Perilaku.....	45
Tabel 4.6: Deskripsi Variabel Intensi Membeli.....	45
Tabel 4.7: Uji Validitas.....	47
Tabel 4.8: Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.9: Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.10: Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.11: Uji Heteroskedastisitas.....	50
Tabel 4.12 : Hasil Analisa Linear Berganda.....	50
Tabel 4.13: Uji Parsial.....	52
Tabel 4.14: Uji Simultan.....	53
Tabel 4.15: Hasil Koefisien Determinasi.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	14
Gambar 2.6:	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	26
Gambar 4.1:	Logo The Body Shop.....	40
Gambar 4.9:	Hasil Pengujian Normalitas.....	48
Gambar4.10:	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner, Identitas Responden, Petunjuk Kuesioner

LAMPIRAN 2: Hasil Kuesioner

LAMPIRAN 3: Perhitungan Uji Validitas, Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 4: Perhitungan Statistik Usia

LAMPIRAN 5: Uji Asumsi Klasik, dan Uji Normalitas

LAMPIRAN 6: Hasil Perhitungan Uji Hipotesis

