

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MAKE UP DI E-COMMERCE PADA
MAHASISWA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Strata 1

(S-1) Sarjana Psikologi Pada Fakultas Psikologi

Universitas Muhammadiyah Jember



Oleh :

Oktavia Cita Laksana

NIM 1910811051

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Jember untuk Memenuhi Sebagian dari
Syarat-syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana (S1) Psikologi

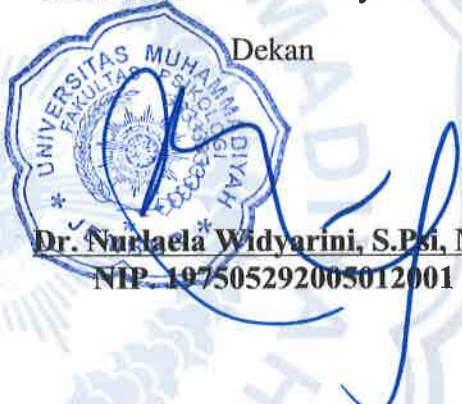
Pada Tanggal, 17 Oktober 2025

Mengesahkan

Fakultas Psikologi

Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan


Dr. Nurlaela Widyarini, S.Psi, M.Si
NIP. 197505292005012001

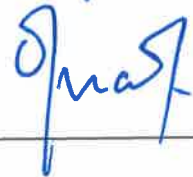
Tanda Tangan

Dewan Penguji

Siti Nur'Aini, S.Psi, M.Si
(NIP: 197702122005012002)

Danan Satriyo Wibowo, S.Sos, M.Si
(NPK: 1984112511703815)





HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Oktavia Cita Laksana

NIM : 1910811051

Dengan disaksikan dihadapan tim penguji skripsi, menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan disuatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh.

Jember, 17 Oktober 2025



Oktavia Cita Laksana

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Papa (Alm) dan Mama

Untuk alm.papa saya, saya ucapkan terimakasih atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepada saya,disemasa hidupnya.

Untuk mama saya, terimakasih telah menjadi support hidup saya dalam melakukan hal apapun, dan menjadi penguat saya dalam menjalani kehidupan ini.

Untuk Kedua Kakak Saya

Saya mengucapkan terimakasih kepada kedua kakak perempuan saya yang telah memberikan dukungan dan memberikan semangat kepada saya selama pengerjaan skripsi ini.

MOTTO

“Setiap rintangan adalah jalan menuju kesuksesan”

"Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”.

(QS. Al-Insyirah : 5)

“Dan Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Jangan pernah merasa takut gagal, karena kegagalan adalah langkah awal dari sebuah kesuksesan”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, puji syukur kehadiran Allah Swt, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Make Up* Di *E-Commerce* Pada Mahasiswa**”. Penulis panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman kegelapan menuju era ilmu pengetahuan modern.

Penulis tidak terlepas dari kesulitan dan hambatan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Namun, berkat doa, nasihat, bantuan, dan dorongan dari banyak pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Ibu Dr.Nurlaela Widyarini S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Danan Satriyo Wibowo, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan arahan dan bantuan kepada penulis sepanjang proses penulisan skripsi, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Ibu Januariya Laili, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing kedua saya, yang telah memberikan bimbingan dan bantuan yang membuat saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Ibu Siti Nur'Aini, S.Psi, M.Si selaku dosen penguji, telah memberikan masukan, penjelasan, dan arahan yang sangat berarti bagi penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Kepada ketiga teman baik saya, Nabilla Luthfianita, Shinta Wahyu Kusuma, dan Raudatul Amalia yang selalu menemani saya selama proses penulisan skripsi dan memberikan bantuan apabila ketika penulis mengalami kesulitan.
6. Kepada seluruh mahasiswa di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Jember yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Terima kasih saya ucapkan kepada kedua orang tua dan dua kakak perempuan saya, yang selamanya memberikan dukungan, baik secara materi maupun spiritual, serta ikut membantu saya menyelesaikan skripsi ini melalui doa dan dukungan mereka.
8. Saya juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dalam pengantar ini atas segala bantuan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memerlukan banyak perbaikan. Maka dari itu, penulis berharap adanya masukan dan saran yang konstruktif untuk peningkatan penelitian ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Keaslian Penelitian.....	7
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Keputusan Pembelian	11
1. Definisi Keputusan Pembelian	11
2. Aspek Keputusan Pembelian.....	11

3. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	12
4. Tahapan-Tahapan Keputusan Pembelian.....	14
B. Motivasi Konsumen	16
1. Definisi Motivasi Konsumen.....	16
2. Aspek-Aspek Motivasi Konsumen	16
3. Faktor-Faktor Motivasi Konsumen.....	18
C. Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	19
D. Hipotesis Penelitian	21
BAB III.....	22
METODELOGI PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Identifikasi Variabel.....	22
C. Populasi dan Sampel	23
1. Populasi.....	23
2. Sampel.....	24
D. Definisi Operasional.....	25
1. Keputusan Pembelian.....	25
2. Motivasi Konsumen.....	25
E. Metode Pengumpulan Data.....	26
F. Metode Analisis Data	28
1. Uji Alat Ukur.....	28
2. Uji Asumsi.....	29
3. Uji Hipotesis.....	30
BAB IV	31
HASIL DAN PEMBAHASAN	31

A. Orientasi Kacah dan Persiapan	31
1. Orientasi Kacah	31
2. Persiapan Penelitian	32
3. Pelaksanaan Penelitian	33
B. Analisis Data	34
1. Uji Validitas Alat Ukur	34
2. Uji Reliabilitas Alat Ukur	36
3. Uji Asumsi	38
4. Uji Hipotesis	40
5. Uji Deskriptif	41
C. Pembahasan	44
BAB V	49
Kesimpulan Dan Saran	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Blueprint skala Keputusan pembelian	27
Tabel 3.2 Blueprint Skala Motivasi Konsumen	27
Tabel 4.1 Hasil Validitas Uji Coba Skala Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 4.2 Hasil Validitas Uji Coba Skala Motivasi Konsumen	35
Tabel 4.3 Hasil Validitas Uji Sebenarnya Skala Keputusan Pembelian	35
Tabel 4.4 Hasil Validitas Uji Sebenarnya Skala Motivasi Konsumen	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala Keputusan Pembelian Dan Skala Motivasi Konsumen.....	37
Tabel 4.6 Hasil Reliabilitas Uji Sebenarnya Skala Keputusan Pembelian Dan Skala Motivasi Konsumen	37
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	40
Tabel 4.10 Model Summary.....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Deskriptif	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	56
Lampiran 2 Surat Keterangan Kelayakan Penelitian	57
Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian Dari Instansi	58
Lampiran 4 Skala Alat Ukur	59
Lampiran 5 Tabulasi Uji Coba Variabel Motivasi Konsumen	63
Lampiran 6 Tabulasi Uji Coba Variabel Keputusan Pembelian	63
Lampiran 7 Tabulasi Uji Sebenarnya Variabel Motivasi Konsumen	63
Lampiran 8 Tabulasi Uji Sebenarnya Variabel Keputusan Pembelian	65
Lampiran 9 Tabel Uji Validitas Variabel Motivasi Konsumen	67
Lampiran 10 Tabel Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	68
Lampiran 11 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Konsumen	69
Lampiran 12 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	69
Lampiran 13 Tabel Uji Normalitas	69
Lampiran 14 Tabel Uji Linearitas	70
Lampiran 15 Tabel Uji Hipotesis	70
Lampiran 16 Tabel Uji Deskriptif	71